

GRUPOS DE MÍDIA PERTENCENTES A PARTIDOS POLÍTICOS: O CASO DE MALTA SOB UMA PERSPECTIVA DE "DEMOCRACIA DE AUDIÊNCIAS"

ANTONIO VICENTE PESSOA DE OLIVEIRA¹; PROF. DR. ALVARO AUGUSTO DE BORBA BARRETO³

¹Universidade Federal de Pelotas – antonio_pessoa@outlook.com.br

³Universidade Federal de Pelotas – albarret.sul@terra.com.br

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho possui como tema o caso dos dois partidos políticos em Malta que são proprietários de relevantes grupos de comunicação de massas, cuja pesquisa vem se desenvolvendo desde alguns anos dentro das áreas de comunicação política e mídia e partidos. Especificamente, este trabalho buscará um enfoque dentro do conceito de “democracia de audiências” de MANIN (1997) para explicar este caso das mídias partidárias maltesas, indagando dentro da seguinte problemática: o caso dos grupos de mídia partidários malteses indica uma tendência da democracia de Malta rumo à “democracia de audiências” nas décadas de 1990 a 2000?

A fundamentação teórica escolhida basicamente se compõe de duas bibliografias: “Os princípios do governo representativo” de MANIN (1997), que traz o conceito de “democracia de audiências” em seu último capítulo, como também a obra “*Media and Maltese Society*” de SAMMUT (2007), com um retrato detalhado do contexto de mídia e política em Malta, trazendo muitos dados sobre o objeto estudado. O objetivo do trabalho é pensar o caso ímpar que existe em Malta sob um determinado tipo de ótica, que diferencia os tipos de democracia parlamentar, democracia partidária e democracia de audiências, abrindo uma nova perspectiva de análise desse fenômeno, contribuindo para a reflexão sobre esse tipo relação direta entre mídia e partidos.

2. METODOLOGIA

A metodologia para este trabalho possui cunho indutivo, bibliográfico e qualitativo. Primeiramente, as características básicas mais pertinentes sobre o objeto de pesquisa foram levantados, por meio da bibliografia pertinente, que trata da exposição de fatos e dados sobre a construção dos grupos de mídia pertencentes aos partidos políticos de Malta (SAMMUT, 2007). Posteriormente, o conceito proposto por MANIN (1997), de “democracia de audiências”, será usado para analisar essas características mais básicas do contexto de grupos de mídia relevantes pertencentes aos dois maiores partidos políticos de um país.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até o presente momento, a pesquisa avançou em esclarecer bibliograficamente os dados e fatos mais relevantes acerca do objeto pesquisado. Malta é o único país poliárquico – no conceito de DAHL (2005) – do mundo ocidental cujos dois partidos políticos mais fortes – e os únicos que se alternam no governo – são

proprietários de grupos de comunicação de massas de relevo no contexto do país. O Partido Trabalhista de Malta (*Partit Laburista*) é proprietário do grupo *One Productions Ltd.*, que inclui o canal de televisão com a segunda maior audiência do país – *One TV* – uma das estações de rádios com maior audiência do país – a *One Radio 92.7 FM* – além de jornais de circulação diária e semanal em língua maltesa – *L-Orizzont* e *Kullhadd* – bem como um portal de notícias na internet – *inewsmalta.com*. No outro lado, o Partido Nacionalista de Malta (*Partit Nazzjonalista*) é proprietário do grupo *Media.Link Communications*, que inclui o canal de televisão com a terceira maior audiência do país – *Net TV* – uma das seis estações de rádio com maior audiência em Malta – a *Radio 101* – além de jornal de circulação diária – *In-Nazzjon* – como também um portal de notícias na internet – *net-news.com.mt*.

Os dois maiores partidos políticos malteses – também os únicos a eleger parlamentares de 1966 a 2016 no país – ganharam concessões de rádio e televisão em 1991 através da agência reguladora estatal que trata do espectro de audiovisual no país, a *Broadcasting Authority* (SAMMUT, 2007), como consequência de um acordo político. Os canais de rádio e televisão desses grupos são operados de maneira comercial, havendo inserções publicitárias de empresas privadas durante a programação, bem como a divulgação de eventos políticos dos seus respectivos proprietários – os partidos.

Estes meios de comunicação, no que tange à pauta jornalística, assumem o seu viés na cobertura dos fatos políticos de Malta, buscando retratar os eventos negativos do partido adversário com maior vivacidade, bem como minimizar os eventos negativos do partido proprietário. Por conta desse viés permanente na cobertura jornalística de cada um dos grupos de mídia, há um dilema constante em ambas as redações: aumentar a agressividade do viés político-partidário na cobertura jornalística, ou priorizar a parte comercial do veículo de comunicação, buscando atrair maior publicidade, mesmo ao custo de amenizar a narrativa política (SAMMUT, 2007). Ambos os grupos encaram este dilema, pois em períodos que o veículo utiliza seu espaço na arena jornalística do país para difundir uma forte narrativa política, há uma diminuição das receitas publicitárias, vindas de empresas que não desejam vincular sua marca a um meio de comunicação em estado nitidamente panfletário. Para compensar essas perdas, o partido político proprietário aumenta a campanha por doações junto a seus fiéis eleitores nestes momentos (SAMMUT, 2007). O setor comercial de ambos os grupos de mídia frequentemente pressiona a cúpula do partido político proprietário para que suavizem a narrativa política, em nome da captação de maior publicidade nos canais de televisão e rádio.

Por outro lado, ambos os canais de televisão e rádio possuem longas faixas de programação “normal”, com novelas, informeciais, filmes e documentários nos canais televisivos – majoritariamente em língua maltesa – bem como programação musical – em inglês, maltês e italiano – nas estações de rádio. O viés político-partidário é assumido durante a programação jornalística, ou nos programas de debate.

Antes da abertura do pluralismo na mídia, em 1991, Malta já era um país dividido em cerca de 50% das preferências do eleitorado entre os dois partidos políticos principais – Partido Nacionalista e Partido Trabalhista – que cultivavam desde a década de 1960 – os primeiros anos do país como Estado independente – uma forte rede patronal entre suas lideranças e os eleitores, algo muito forte em um país de pequenas dimensões territoriais e populacionais – menos de 430 mil habitantes atualmente – em que a vastíssima maioria das famílias maltesas man-

têm um elo afetivo e de pertencimento identitário muito forte com um dos dois partidos políticos.

Essa situação de forte lealdade a um único partido por parte de cada eleitor na escolha de seus representantes coincide com um dos critérios para o conceito de “democracia partidária” de MANIN (1997), bem como o sentimento de pertencimento a uma classe. A coincidência entre opinião pública e expressão eleitoral, bem como a existência de debates e negociações dentro de cada partido, também são características dessa “democracia partidária”.

O que se suspeita que possa ter ocorrido em Malta seria uma guinada da “democracia partidária” para a “democracia de audiências”, que MANIN (1997) cita (p. 235) com características de escolhas de pessoas de confiança, havendo especialistas de mídia, eleição baseada em “imagens”, não coincidindo mais a expressão eleitoral com a opinião pública, prevalecendo as negociações entre governo, oposição e grupos de interesse, havendo maior debate na mídia, e eleitorado flutuante entre um lado e outro.

4. CONCLUSÕES

Este trabalho apresenta como fator de inovação o estudo acerca de um fenômeno pouco conhecido na academia brasileira e latino-americana: a propriedade direta de relevantes grupos de mídia por parte de partidos políticos. Em meio ao pertinente debate sobre a democratização das comunicações, uma melhor distribuição das mídias, para oferecer voz e “direito de antena” que represente os mais variados grupos sociais e políticos – evitando a concentração de mídia nas mãos de grupos econômicos – o arranjo realizado em Malta a partir de 1991 se mostrou ímpar, buscando oferecer um relevante e garantido espaço na arena jornalística do país aos dois grupos sociais e políticos mais relevantes daquela nação. Uma forma de reforçar a heterogeneidade na representação, e no processo de formação da opinião pública.

Com o uso do conceito de “democracia de audiências”, espera-se elucidar algo desse processo de transição de uma “democracia partidária”, com forte lealdade e identificação dos eleitores com os partidos, para um contexto democrático em que a mídia – incluindo os grupos pertencentes aos próprios partidos políticos – exerce forte influência sobre o eleitorado. Como possível consequência prática desse fenômeno, desde o ano de 2013 o país possui como primeiro-ministro um ex-radialista do grupo *One Productions Ltd* – de propriedade do Partido Trabalhista – o jornalista Joseph Muscat.



5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAHL, R. A. **Poliarquia**. São Paulo: EdUSP, 2005.

MANIN, B. "Audience" democracy. In: MANIN, B. **The Principles of Representative Government**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. Cap.6, p. 218 – 235.

SAMMUT, C. **Media and Maltese Society**. Plymouth: Lexington Books, 2007.