Doris A. Graber (ed.), **Media Power in Politics**, 5.ª ed., Washington, CQ Press, 2007, 432 páginas.

A relação dos *media* com o poder político e os seus eventuais efeitos sobre os receptores converteu-se num tema de debate desde o aparecimento dos *media* de massas, na segunda metade do século XIX, e de análise académica desde as primeiras décadas do século XX. Os Estados Unidos, onde a liberdade de imprensa é um pilar do sistema constitucional e os *media* tiveram desde o início um papel importante no espaço público, têm um invejável cânone de investigação nesta área. Esta investigação é realizada a partir de diversas disciplinas, como a sociologia, a ciência política, os estudos de comunicação e os de jornalismo. Este livro é um manual, género que muita falta faz no mundo académico português. Enquanto no nosso país as selectas com o estado da arte costumam ser apenas compilações de comunicações em congressos ou conferências, os livros de leitura no mundo editorial anglo-saxónico resultam preferencialmente da escolha, por especialistas, de artigos ou capítulos no sentido de tentar cobrir exaustivamente o tema seleccionado.

Assim acontece com a presente obra, que reúne 36 textos de origens e abordagens muito diversas. A vivacidade deste género de manuais comprova-se com o êxito obtido por este, que vai na sua 5.ª edição em apenas sete anos, sendo reformulado a cada nova edição. Neste caso, metade dos textos é nova no *reader*. O título, que pode traduzir-se por "poder mediático na política", não abrange todas as perspectivas exploradas no seu interior porque, invertendo os elementos do nome, não faltam nele textos sobre o poder

da política nos *media*. No entanto, e em geral, os textos aqui seleccionados tratam da relação entre o mundo político (dos poderes executivo e legislativo, da sociedade civil, da política externa, dos militares, dos grupos de pressão, da opinião pública) e o mundo dos *media* (das empresas, da imprensa escrita, das empresas proprietárias, da televisão). Graber, que assina outra obra de referência na matéria *(Mass Media and American Politics),* afirma que este manual se destina, em primeiro lugar, a cursos sobre os *media* de massas em relação com a política e a sociedade, sobre a opinião pública e a comunicação política, e também a cursos para funcionários públicos e governamentais americanos, o que explica a presença de textos de análise a partir do ponto de vista da administração.

A variedade dos textos é vibrante, quer quanto à origem dos seus autores, provenientes das várias áreas disciplinares já referidas, quer quanto às metodologias que são referenciadas e fornecem pistas aos leitores interessados em enveredar pelos mesmos trilhos, desde a análise de conteúdo à análise estatística, passando pelas entrevistas e análise textual. É também muito significativa a variedade de pontos de vista no sentido em que, por exemplo, encontramos textos que defendem a necessidade de os *media* serem alavancas de contrapoder da sociedade civil e outros que defendem as campanhas manipuladoras do poder para influenciar os *media* por serem consideradas essenciais à governança efectiva.

Este livro encontra-se dividido em seis partes. Na primeira incluem-se textos sobre os efeitos dos *media* de massas em geral, entre os quais os clássicos de Lippmann e Mcquail. Da segunda à quinta partes explora-se a influência dos *media:* nas opiniões e preferências políticas ("Moldando a agenda política e a opinião pública"); nas eleições para a Presidência e o Congresso dos EUA ("Influenciando os resultados eleitorais"); nos participantes dentro e fora da estrutura do poder político ("Controlando o poder dos *media:* actores políticos *versus* a imprensa"); na formação e implementação de políticas públicas nacionais e estrangeiras ("Guiando políticas públicas"). A última parte examina as acções privadas e públicas desenvolvidas nos EUA e no estrangeiro para controlar o impacto dos *media* de massas e moldar as ofertas mediáticas ("Regulando e manipulando os efeitos mediáticos").

A esmagadora maioria dos textos trata da realidade americana, o que, sendo redutor, fornece, todavia, um panorama actual da investigação no país que estabelece o exemplo no Ocidente quanto a modelos e paradigmas políticos, mediáticos, etc. Há, mesmo assim, perspectivas que um leitor europeu poderá considerar enviesadas pelo patriotismo, como na análise da política e dos *media* em tempos de crise nacional e de guerra. Se bem que muitas das questões americanas abordadas sejam válidas para qualquer cenário, é quase alheio a este livro o panorama dos países em que existem meios de informação controlados ou pertencentes directa ou indirectamente

ao Estado e, por consequência, passíveis de serem controlados pelos governos. Exceptua-se, porém, uma análise actualíssima da estratégia de Vladimir Putin para neutralizar (quase) por completo o escrutínio independente dos assuntos públicos pelos *media*. Masha Lipman e Michael McFaul consideram que Putin ultrapassou os limites máximos aceitáveis em democracia na perseguição e controlo à imprensa. Escrevem que Putin fabricou acusações falsas para prender os seus inimigos e que estas medidas duras intimidaram os restantes jornalistas. Este artigo ilumina a possibilidade de no século XXI se fabricar o que podemos chamar um regime democrático sem liberdades, isto é, com as garantias formais da democracia (eleições, separação de poderes, etc.), mas sem aquela garantia que os fundadores da América inscreveram na Constituição, num importante "after-thought" (a expressão é de Gore Vidal): a Primeira Emenda, garantindo uma extensíssima liberdade de imprensa. A experiência russa actual junta-se a outra no passado, hoje unanimemente consideradas ditatoriais, em que se comprovou a percepção dos fundadores dos EUA segundo a qual sem liberdade de imprensa (garantindo a publicidade da expressão em liberdade) não pode existir uma verdadeira democracia.

Não havendo espaço para referir, mesmo que resumidamente, o conteúdo de todos os artigos, vale a pena, todavia, mencionar que o tema do *agenda-setting*, fundamental na vida da esfera política, mediática e pública, é aqui amplamente tratado, com diversas perspectivas, percorrendo praticamente todo o livro. Também se nota uma tendência para confirmar a validade da ideia da televisão e outros *media* de entretenimento como veículos de debate de questões públicas e, portanto, válidos também para a participação dos actores políticos. No geral, resulta da leitura deste manual a complexidade da avaliação da relação dos *media* e da política, impossível de resumir numa análise de conteúdo ou numa análise factorial. Há aqui textos com pontos de vista contrários e que resultam de investigações empíricas válidas. Vários artigos criam um padrão de análise segundo o qual os *media* têm efeitos inegáveis na opinião pública, na percepção e assimilação de políticas, no estabelecimento da agenda política (?), etc. A partir daí insinua-se a necessidade de uma pragmática que oriente os políticos, mas também os jornalistas, nas relações mútuas e, para os primeiros, nas formas de controlar, se não mesmo manipular, a informação e os *media*. Uma pragmática quer dizer regras, uma *techne* que pode, por isso, ser válida para outras forças sociais e políticas. Esta é a conclusão que se pode retirar do texto de Doug McAdam, mostrando como os líderes do American Civil Rights Movement na década de 1960 estruturaram as suas manifestações de modo a atrair uma grande cobertura mediática favorável. Ao provocarem a repressão, provocaram também a piedade na opinião pública, com o êxito que se conhece.

Eduardo Cintra Torres
Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa