

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

**LUANA DOS SANTOS MORAIS**

**ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS INVESTIDAS DE LULA  
PELO CONTROLE DA IMPRENSA SEGUNDO  
POSICIONAMENTO DA REVISTA VEJA**

BAURU

2013

**LUANA DOS SANTOS MORAIS**

**ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS INVESTIDAS DE LULA  
PELO CONTROLE DA IMPRENSA SEGUNDO  
POSICIONAMENTO DA REVISTA VEJA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Centro de Ciências Exatas e  
Sociais Aplicadas como parte dos requisitos  
para obtenção do título de bacharel em  
Jornalismo, sob a orientação do Prof. Me  
Marcelo da Silva

BAURU

2013

Morais, Luana dos Santos

M8279f

Análise de conteúdo das investidas de Lula pelo controle da imprensa segundo posicionamento da revista *Veja* / Luana dos Santos Moraes -- 2013.

74f.

Orientador: Prof. Me. Marcelo da Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Comunicação. 2. Liberdade. 3. Política. 4. Controle. 5. Lula. I. Silva, Marcelo da. II. Título.

**LUANA DOS SANTOS MORAIS**

**ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS INVESTIDAS DE LULA PELO  
CONTROLE DA IMPRENSA SEGUNDO POSICIONAMENTO DA  
REVISTA VEJA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro das Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Me Marcelo da Silva

Banca examinadora:

---

Prof. Me. Marcelo da Silva  
Universidade do Sagrado Coração

---

Profa. Ma. Jéssica de Cássia Rossi  
Universidade do Sagrado Coração

---

Dra. Vanessa Mattos dos Santos  
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 20 de janeiro de 2014.

Dedico este trabalho à minha mãe Eliane, ao meu pai Luiz, à querida irmã Liliane Moraes, ao notável Pedro Sanchez e aos amigos Ademir Mainer, Aline Casalenovo, Denize Castro, Hellen Fiorini, Hilda Lima, Thays Gomes, Vânia Ribeiro e Tiago Prates.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter me concedido vida, saúde e disposição para completar esta etapa acadêmica. Aos meus pais pelo incentivo e por suas orações em prol do meu sucesso profissional, ao estimável Me. Marcelo da Silva que nunca deixou de investir em mim independente do andamento do trabalho, que me cobrou resultados de manhã, à tarde, à noite, abriu mão de seu tempo para elucidar minhas dúvidas e agiu como amigo quando tudo parecia perdido.

Agradeço às cobranças da minha irmã Liliane Moraes Ramos que todos os dias me perguntava sobre o andamento do trabalho e cobrava resultados. Você é meu exemplo de sucesso profissional. Foi seguindo seus passos que alcancei o Bacharelado em Jornalismo.

Aos professores que conheci e contribuíram para minha formação acadêmica posso afirmar que darei orgulho a todos em médio prazo. Minha história foi marcada pela USC e pela passagem de indivíduos insubstituíveis. Também merece respeito pela dedicação e cuidados dispensados, a todos os motoristas que me transportaram em segurança de Ibitinga a Bauru por quatro anos seguidos. Sem eles seria impossível essa etapa se realizar.

Porém, “a cereja do bolo” é dedicada às minhas melhores amigas: Aline Casalenovo, Hellen Fiorini e Thays Gomes. Com vocês, o curso ganhou cor, brilho e intensidade. Não houve barreira que superasse nosso entusiasmo e vontade de vencer. A vida nos uniu, por isso, devo-lhes muito.

O sonho de ser jornalista e mudar a realidade se efetivou, creio que grandes coisas estão por vir. Graças dou porque até aqui me ajudou o Senhor.

“Por que deveríamos aceitar a liberdade de expressão e de imprensa? Por que deveria um governo, que está fazendo o que acredita estar certo, permitir que o critiquem? Ele não aceitaria a oposição de armas letais. Mas ideias são muito mais fatais que armas”.

(Vladimir Ilych Lenin)

## RESUMO

A liberdade de imprensa é um dos pilares básicos para o bom funcionamento da democracia e a garantia da liberdade de expressão alcançada a duras lutas por gerações que em troca de suas vidas foram obrigadas a se submeter ao poder dos mais abastados, que impediam que a liberdade fosse revelada. Esse direito fundamental fomentou a necessidade básica do homem de falar, comunicar e ser compreendido pelo outro, assim inventaram e democratizaram o telefone, o rádio, a imprensa, o cinema e as redes de computadores, estas transformaram de vez as relações humanas, propiciando o livre acesso à informação, atenuando as distâncias e contribuindo para o processo de globalização. A legislação brasileira garante liberdade absoluta à imprensa para fiscalizar os setores sociopolíticos – econômicos, porém no governo do ex-presidente Lula ela sofreu diversas tentativas de cerceamento e censura por revelar denúncias de corrupção envolvendo parlamentares petistas. Baseado no posicionamento da revista Veja analisaremos as investidas de Lula e sua real intenção pelo controle da imprensa.

**Palavras-chave:** Democracia; Imprensa; Informação; Liberdade; Lula.

## **ABSTRACT**

Press freedom is a basic for the smooth functioning of democracy and ensuring freedom of expression achieved by hard struggles generations in exchange for their lives were forced to submit to the power of the wealthy pillars, which prevented freedom were revealed. This fundamental right has fostered the basic human need to talk, communicate and be understood by others, so democratized and invented the telephone, radio, press, cinema and computer networks , they turned once human relationships , providing the free access to information , reducing distances and contributing to the process of globalization . Brazilian law provides absolute freedom to the press to monitor the socio-political sectors - economic, but the government of former President Lula she suffered several attempts to restrict and censor for revealing corruption allegations involving PT parliamentarians. Based on the positioning of the magazine *Veja* analyze the attacks of Lula and his real intention for control of the press.

**Keywords:** Democracy; Press; Information; Freedom; Lula.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>9</b>
2.1 NASCIMENTO E EVOLUÇÃO DO JORNALISMO .....	12
2.1.1 O JORNALISMO BRASILEIRO .....	15
2.1.2 A LIBERDADE JORNALÍSTICA .....	16
2.2 FORMAÇÃO DOS OLIGOPÓLIOS MUDIÁTICOS .....	17
2.3 POLÍTICA E COMUNICAÇÃO .....	22
<b>3. APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA .....</b>	<b>26</b>
<b>4. CONSIDERAÇÃO SOBRE AS ANÁLISES .....</b>	<b>38</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>41</b>
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	43
ANEXOS.....	45

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho terá como foco a análise das investidas do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva pelo controle da imprensa, os motivos que desencadearam suas ações, os projetos criados por ele, bem como a reação dos órgãos democráticos e da sociedade com a posição tomada pelo líder petista. A metodologia adotada será a análise de conteúdo que se aprofundará nas investigações do contexto da época (2002-2010), na decodificação dos discursos políticos publicados por Veja, na frequência com que certas palavras são usadas pela revista, além de comparar a estreita relação da gestão Lula com a imprensa livre desde as revelações de denúncias ocorridas no seu governo.

Três reportagens publicadas por Veja são objeto de análise, estas se referem às investidas orquestradas pelo ex-presidente para cercear a liberdade de imprensa. Logo tais atitudes vão contra os valores democráticos, justificando que sua forma de governar não combina com a imprensa livre. A pesquisa se respalda na hipótese de que a verdade não pode existir numa imprensa controlada ou se a mesma for livre as tentativas de cerceá-la indicam um governo autoritário e simpático à censura, - o que representa um perigo para a sociedade.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

*“A liberdade, Sancho, é um dos mais preciosos dons que os céus deram aos homens; a ela não podem igualar-se os tesouros da terra nem do mar. Pela liberdade, assim como pela honra, se pode e se deve arriscar a vida”. – Miguel de Cervantes*

Idealizar uma sociedade organizada sem acesso aos meios de comunicação ou com indivíduos calados e inexpressíveis é irreal no século XXI. Desde tempos imemoriais, o ser humano sentia a necessidade básica de relacionar-se com o outro, de compartilhar ideias, experiências e sentimentos. Segundo Bordenave (1982, p.36), as pessoas “[...] ao se relacionarem como seres independentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas [...]”.

Dominique Wolton (2010, p.19) afirma que “a comunicação é inerente à condição humana. Não há vida pessoal e coletiva sem vontade de falar, de comunicar, de trocar, tanto na escala individual quanto coletiva”. A necessidade de criar equipamentos que facilitasse o compartilhamento de informações e diminuísse a distância entre os indivíduos se tornou possível. Assim foram inventados e democratizados os meios de comunicação.

“Em menos de cem anos foram inventados e democratizados o telefone, o rádio, a imprensa do grande público, o cinema, a televisão, o computador, as redes, transformando definitivamente as condições de troca e relações” (WOLTON, 2006, p.9). Desta forma, descobriu-se a técnica da comunicação que é ao mesmo tempo símbolo de liberdade, de democracia, abertura, emancipação, consumo e modernidade, atuando na orientação das relações humanas e dos comportamentos.

Uma democracia que preze pela moral e valores cívicos sempre terá por garantia a livre manifestação do pensamento. Logo, comunicar é um produto básico da necessidade humana de expressão e relacionamento, privar esse direito é ir contra o que é natural por si.

Comunicar é conviver, é ouvir o outro e envolve o processo da tolerância que está efetivamente ligada à democracia. Impor limites ou cercar o direito à livre manifestação das ideias se torna algo antidemocrático e inconstitucional, além de perigoso para a oxidação de uma sociedade.

Neste aspecto, a comunicação não está limitada apenas à transmissão, sem possibilidade de discussão de parte do receptor/ator. Hoje quase todo mundo está em pé de igualdade, negocia e responde. Comunicar é uma relação de troca, de convivência.

A dependência da comunicação é tão necessária quanto remota e existe desde que o homem passou a viver em sociedade. “Desde sempre eles produzem, tocam, sonham, combatem, organizam-se” (WOLTON, 2006 p.25). Restringir esse direito é ir contra a tradição humana, e representa um verdadeiro atentado à democracia. É agir com autoritarismo e tirania. Isto confirma o desejo e necessidade do homem de compreender a realidade que o cerca, questionar, expressar, compartilhar e reconhecer o outro como seu igual.

Comunicar é conviver, logo essa relação exige o respeito do outro e seu reconhecimento não apenas como simples receptor, mas como indivíduo de senso crítico, percepção e inteligência. Até então se acreditava que o receptor fosse passivo, porém com a realidade da comunicação, seu papel foi revalorizado e reposicionado.

Neste sentido, o receptor possuiu um forte poder de decisão, podendo mudar a realidade que vive, fato é que neste cenário surge o jornalista – o representante da sociedade. Com a função de criticar e informar, ele deveria reconhecer junto com a mídia a perspicácia do público.

Ele foi chamado por muitos como “o justiceiro da democracia”, “olhos e ouvidos da população” e “quarto poder”. Apesar dessas implicações, deve-se reconhecer que “a vitória da informação ao longo de dois séculos teria sido impossível sem os jornalistas. A existência dos jornalistas em todos os países é garantia de liberdade de informação”, (WOLTON, 2011 p.71). Num mundo afogado em informações, faz-se necessário o papel deste profissional para intermediar e explicar os fatos. Porém, como em todas as áreas não existe perfeição, este profissional também cometem erros. Ao trabalharem

com fatos, nem todas as publicações correspondem à realidade. Tanto é que a verdade não existe, ela é reconstruída a partir do ponto de vista do sujeito-repórter.

Existem duas realidades bastante diferentes: a realidade objetiva e a realidade reconstruída pelo discurso da comunicação. “O resultado é um produto parcialmente denotativo e parcialmente conotativo, mas reconstruído por meio da linguagem jornalística”. (BORDENAVE, 1982, p.90)

O que se tem hoje é a desvalorização da informação, a espetacularização da notícia e o sensacionalismo. Fatores como furos de reportagem, concorrência, dramatização e “ao vivo” não controlado dão o sentido de que os jornalistas nem sempre são profissionais da informação. Sua credibilidade se torna duvidosa.

Além deste desafio, os sistemas de informações e a democratização da tecnologia tem causado preocupação na eficácia e trabalho deste profissional, pois muitos acreditam que em breve se tornarão um, devido à facilidade de informar e compartilhar um dado, - o que representa um risco de extinção da profissão. Contudo, o fluxo e o volume de informações não são sinônimos de objetividade, clareza ou imparcialidade - indicadores básicos de um texto jornalístico. Wolton (2011 p.72) defende que “quanto mais cada um puder fazer o que quiser, mais haverá a necessidade de jornalistas para selecionar, hierarquizar, verificar, comentar, legitimar, eliminar e criticar”.

Comunicar, portanto, envolve argumentação, tolerância e incompreensão pelo outro. O jornalista que tem por ferramenta de trabalho a informação deve se politizar quanto ao imediatismo e à publicação de materiais não apurados, apenas com o intuito de se sobressair e superar a concorrência. Atos não pensados, como furos ou falta de imparcialidade acabam prejudicando a atividade jornalística.

Assim, informar é abertura, emancipação, o avanço do espírito crítico. Porém, simultaneamente, quanto mais informações houver, maior a necessidade de conhecimentos para interpretá-las, daí a importância do receptor no processo de passagem de transmissor para mediador do mundo da realidade: uma verdadeira vitória da comunicação.

Destarte, cercear os meios de comunicação e seus profissionais é se opor à realidade da história e dos muitos que lutaram e deram suas vidas para a efetivação do livre direito à expressão e à informação.

Portanto, reconhecer a comunicação como símbolo de liberdade e espírito crítico, é compreender que foi graças a ela que a igualdade entre os indivíduos e a legitimidade do diálogo se impôs. Logo, este processo justifica o porquê comunicar é conviver.

## **2.2 NASCIMENTO E EVOLUÇÃO DO JORNALISMO**

Há quem desconheça a história do jornalismo e sua contribuição para o desenvolvimento da sociedade contemporânea, uns julgam que essa atividade é recente e seus profissionais meros informantes de notícias, ignorando desta forma, os quatrocentos anos de vida da imprensa. Quem ainda persiste na desvalorização do jornalismo continua com a cabeça enterrada na areia da história.

“Quando o jornalismo surgiu, no início do século XVII, o paradigma do texto informativo era o discurso retórico, empregado desde tempos remotos para a exaltação do Estado ou da Igreja”. (LAGE, 2002, p.9)

Os primeiros jornais tinham uma tiragem pequena, restrita apenas aos funcionários públicos, comerciantes e seus auxiliares. Em contrapartida, os jornalistas, - ou publicistas, como eram chamados - tinham a incumbência de difundir somente as ideias burguesas. Segundo Lage (2002, p.10). “os jornais publicavam então, fatos de interesse comercial e político, como chegadas e partidas de navios, tempestades, atos de pirataria, de guerra ou revolução”.

As pessoas da época avaliavam o jornalismo segundo seus interesses: se um fato agradasse, era considerado bom, porém, o contrário também ocorria. A qualidade da informação era julgada sem qualquer critério científico, apenas o senso comum imperava. A grande mudança do jornalismo ocorreu devido a Revolução Industrial, no século XIX, época em que o público desses jornais se ampliou de forma generalizada, impulsionado pelo êxodo rural da Europa. Com isso, os jornalistas tiveram de se adaptar e mudar o estilo das matérias. Para Lage (2002, p.13), “a retórica do jornalismo

publicista era impenetrável para os novos leitores, herdeiros de uma tradição de cultura popular mais objetiva” (2002, p.13).

Outro fato iria marcar a história do jornalismo seria o nascimento do mercado publicitário, devido à expansão do público de leitores e uma nova adequação de conteúdo voltado aos interesses da economia. Diversos gêneros foram incorporados ao jornalismo da época, entre eles, as telenovelas com desenhos artísticos e as novidades com cunho fantasioso.

Fazer periódicos tornou-se algo rentável, contribuindo desta maneira para a implantação da concorrência. Traquina (2005, p.36) confirma que “o desenvolvimento da imprensa está relacionado com a industrialização da sociedade e com o desenvolvimento duma nova forma de financiamento, a publicidade”. As novas formas de financiamento inauguraram uma imprensa despolitizada que passou a valorizar os fatos e não a opinião. A dependência dos partidos políticos deixou de ser necessária, e o jornalismo conquistou sua independência.

A fonte de recursos passou a vir de outros meios, como afirma Traquina (2005, p.37) “A partir dos anos 1880, os armazéns em conjunto com os medicamentos eram a base de sustento das colunas de publicidade nos jornais”. Logo, a política deixou de ser fonte exclusiva de recursos.

Foi durante o século XIX que a atividade jornalística se expandiu para outros países e incorporou novas formas; com isso, o gênero emotivo da literatura novelesca e aventureira perdeu seu espaço e cedeu lugar a outro formato: a reportagem. Surge também o papel do repórter.

Nilson Lage (2002, p.16), revela que:

Descobriu-se a importância dos títulos, que são como anúncios de texto, e dos furos, ou notícias em primeira mão: o jornal que publicasse primeiro o relato de um fato de interesse público seria lido em lugar dos concorrentes e ganharia pontos na preferência dos leitores em geral para as próximas edições

Este modelo se incorporou na profissão jornalística e mudou a forma de fazer e escrever notícias. Nesta perspectiva, a busca pela liberdade se impõe como fator decisivo para o respeito e efetivação da nova atividade na sociedade.

Traquina (2005, p.40) revela a contribuição do jornalismo em busca da liberdade e seu engajamento na situação crítica da época:

Outro ingrediente fundamental, mesmo essencial para o crescimento de um campo jornalístico cada vez mais autônomo e credível, é a liberdade. A expansão da imprensa foi alimentada pela crescente conquista de direitos fundamentais, como a liberdade, cerne de lutas políticas seculares que incendiaram revoltas e revoluções, valor central da emergência de um novo conceito de governo - a democracia

Surge assim, um novo jornalismo, marcado pela independência de laços políticos e com um novo produto no mercado: a notícia, - agora vendida com o objetivo de conseguir lucros. Em vez de opiniões, argumentos tendenciosos em nome de interesses partidários, os jornais passaram a se preocupar com a pregação de fatos.

Após duas revoluções em que a questão da liberdade está no centro de convulsões turbulentas, a expansão da imprensa, que implicou o desenvolvimento do capitalismo, a alfabetização de cidadãos, a constituição de centros urbanos, a emergência de um novo sistema de governo, e de uma constante luta em prol da liberdade e de autonomia, tornou possível o aumento do número de pessoas que se dedicava integralmente à atividade jornalística (TRAQUINA, 2005, p.74).

Nascia também a técnica da reportagem e seu instrumento, o repórter, destinado a colher dados, entrevistar, sair a campo e escrever matérias para publicação. Este passou a ser bajulado, temido e odiado. Estabeleceu-se assim, que a informação jornalística deveria buscar diversas fontes e se aproximar o mais possível da realidade, ganhando dessa forma, um aspecto de imparcialidade e conseqüentemente, a confiança do público.

Para o campo jornalístico o repórter fazia um esforço supremo que era a costura ou montagem dos fatos. Este esforço visava transformar a profissão num espelho da realidade.

Outro episódio que marcaria a história do jornalismo do século XIX e se estenderia ao século XX, seria o impacto tecnológico que causou pressão na categoria

e fez com que “as temidas” horas de fechamento surgissem e com ele o imediatismo e a busca pelo furo. Os repórteres logo se ajustariam à nova regra e começariam a focar nos acontecimentos, por oposição a opiniões políticas.

A nova forma de tratar a notícia como um produto desencadeou o empacotamento. Traquina escreve que “as notícias tornaram-se crescentemente estandardizadas ao tomarem a forma a que conhecemos hoje de ‘pirâmide invertida’, enfatizando o parágrafo de abertura, o lead” (2005, p.59). Tais tendências também ocorreram noutros países, com variações, mas com as mesmas características.

### **2.2.1 O JORNALISMO BRASILEIRO**

Comparada às grandes tiragens europeias e americanas, esse número era bem pequeno no Brasil. Nilson Lage (2012, p.37) aponta que “as razões para as baixas tiragens, era o contingente de analfabetos e o baixo poder aquisitivo da população”-, correspondendo à realidade da época.

A industrialização foi outro fator que reduziu o número de jornais no país e conseqüentemente tornou possível a busca por meios alternativos de comunicação, entre eles a compra de rádios e televisões nos lares brasileiros, concentrado principalmente nas mãos da elite. Tal característica perdura até os dias de hoje em que se criou o estereótipo que ler jornal ou revista é um diferencial de classe.

Além deste fator, outro problema atingiu o Brasil:

[...] a censura policial que interferiu por perto da metade desse tempo na feitura dos jornais e, nos intervalos de liberação, os sistemas de dependência econômica operaram intensamente sobre a indústria jornalística (LAGE, 2012, p. 37).

Com a vinda da “Família Real Portuguesa” ao Brasil no século XIX, a cultura europeia implantou raízes e aprimorou a imprensa local. Até então, era proibida qualquer atividade gráfica ou o ensino superior na colônia, contudo com a ‘Coroa’ implantada em terras brasileiras, a realidade mudaria. O desenvolvimento alcançou todos os setores, com destaque à imprensa que inaugurou diversos periódicos.

O “Correio Brasiliense” circulou em 1º de junho de 1808 e é considerado o precursor da imprensa nacional, pois logo desencadeou a criação e o desenvolvimento de novos jornais pelo país. A imprensa local começava a dar os primeiros passos.

Séculos depois ela sofreria censura e cerceamento com a política ditatorial de Getúlio Vargas que impôs a liquidação do jornalismo político com a implantação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

Após 1945, capitais do exterior passaram a interferir e moldar as linhas editoriais dos jornais brasileiros. Logo, foi adotado o estilo de redação nos principais periódicos.

Segundo Lage (2012, p.43), “a coluna social ganhou seriedade empresarial, as colunas sindicais desapareceram dos jornais de classe média, as páginas de economia abriram espaço para os *press releases* das multinacionais, dos *lobbies* e do governo”.

Décadas depois, com a nova ordem política dos anos 90, um longo processo democrático se imporia no Brasil e pôde beneficiar muitos grupos de comunicação que ganharam autonomia econômica através da publicidade crescente, da legitimidade e confiança do público como ‘agentes do poder’.

### **2.2.2 A LIBERDADE JORNALÍSTICA**

Sendo a notícia o carro-chefe do jornalismo, sua elaboração cabe ao repórter que relata os fatos sob sua óptica e seguindo as políticas do veículo que trabalha. Por mais que o produto final corresponda à realidade, não se pode afirmar que é um “retrato fiel” dos fatos. Tanto que a verdade jornalística não existe, ela é construída pelo repórter. Estratégias comunicacionais geram o molde para qualquer matéria, logo o jornalista tem um papel fundamental tanto na construção das notícias quanto na construção da realidade.

Lage (2002, p.23) afirma que é função do repórter “traduzir, confrontar as diferentes perspectivas e selecionar os fatos e versões que permitam ao leitor orientar-se diante da realidade” Diante disso, deve-se saber que jornalistas não inventam ou criam a informação que publicam, eles partem de relatos e da observação para posteriormente efetivarem a matéria.

150 anos retrataram a luta levada a cabo por jornalistas em todo o mundo em prol de maior liberdade e autonomia, bem como de legitimidade social. A liberdade jornalística foi conquistada paulatinamente, com esforço, imposições, cerceamentos e perseguição. Ela efetivou a democracia em muitos países, tanto que são consideradas indissociáveis. Segundo Traquina (2005, p.131):

inúmeras afirmações apontam para esta relação simbiótica, em que a liberdade está no centro do desenvolvimento do jornalismo. Tocqueville escreveu que a soberania de um povo e a liberdade de imprensa eram coisas absolutamente inseparáveis e que a censura não podia coexistir com o voto universal.

Para Traquina (2008, p.59), “o jornalista toma assim a figura do herói que, representando as aspirações do maior número, corre, em nome de todos, os riscos que cada um recusaria correr individualmente”. Com isso, o jornalismo se valoriza, ganha *status* e passa a ser chamado de “quarto poder” e “olhos e ouvidos” da população.

## **2.3 FORMAÇÃO DOS OLIGOPÓLIOS MIDIÁTICOS**

Observando a imprensa brasileira e seu poder colossal de influência e controle no cotidiano social, é inaceitável crer que até ontem ela era conhecida como a “gigante de pés de barro”, ou seja, compostas por empresas frágeis e desorganizadas.

O que se tem hoje é uma mídia de mãos grandes e fortes, que constitui conglomerados empresariais e ascendeu ao primeiro escalão da economia nacional, exibindo receitas que em alguns casos já se contam em bilhões de reais por ano. (OS TENTÁCULOS, p.5, 2008).

No país, um pequeno clã controla quase toda a comunicação social; são megagrupos que concorrem intensamente, constituídos por fusões e incorporações de empresas produtivas já existentes. Os oligopólios formados são impérios que “ditam comportamentos, forjam consensos, intervêm abertamente na disputa política. Em resumo, um poderoso protagonista da cena brasileira.” (OS TENTÁCULOS, p.5, 2008).

Esses conglomerados se enfatizaram no Brasil em menos de duas décadas com o intuito de dominar as fatias de mercado e evitar a concorrência das pequenas firmas que queriam entrar no ramo.

Moraes revela que “a vantagem estratégica de uma corporação se mantém enquanto ela demonstrar capacidade criativa e conhecimento matricial em diversos setores e nas interfaces de suas atividades” (1998, p.69). Um exemplo disso é o “Grupo Globo” que é a maior rede de televisão em operação no Brasil e encabeça o “Sistema Central de Mídia Nacional” por vários motivos: possui 122 emissoras, cobre 98,44% do território nacional, além de investir em filmes, marcas, impressos, internet, gravadoras, rádios e canais fechados.

a Globo detém ainda 33,4% de todos os veículos ligados às redes privadas nacionais de TV e controla o maior número de veículos em todas as modalidades de mídia: 61,5% de TVs UHF, 40,7% dos jornais; 31,8% de TVs VHF; 30,1% das emissoras de rádio AM e 28% das FM (VIEIRA JÚNIOR, 2007, S/P).

Seu império se estende desde o campo econômico e político ao ideológico, sobretudo na regulamentação das identidades sociais.

No Brasil, as famílias que controlam diretamente os veículos de comunicação estão reduzidas a apenas seis grupos. Os mandatários são: Civita “(Editora Abril)”, Marinho “(Organizações Globo)”, Frias “(Folha de São Paulo)”, Saad “(Rede Bandeirantes)”, Abravanel “(SBT)”, além dos *Sirotsky*, à frente da Rede Brasil Sul “(RBS)” nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Um importante estudo feito em 2002 pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM), intitulado *Os donos da Mídia*, sobre os meios de comunicação no Brasil mostra que a essas três redes nacionais (Globo, SBT e Bandeirantes) além da Record, Rede TV! E CNT, estão aglutinados 668 veículos em todo o país. São 309 canais de televisão, 308 canais de rádio e 50 jornais diários (VIEIRA JÚNIOR, 2007, S/P)

Estes oligopólios junto com seus grupos regionais afiliados controlam a comunicação social brasileira. Opostamente, a Constituição Federal de 1988 em seu

artigo V proíbe a concentração de propriedade. A realidade, contudo, é outra, pois os conglomerados de mídias nacionais se estruturam através de propriedades cruzadas que robustecem o seu raio patrimonial e sua extensão setorial.

Os limites de propriedade estabelecidos pelo Código Brasileiro de Telecomunicações (de 1962 ainda em vigor no que se refere à radiodifusão) não são cumpridos. A lei determina que a mesma entidade ou pessoas não pode ter participação em mais de dez emissoras de TV em todo o país, sendo 5 no máximo em VHF (MORAES, 2008, p.106).

Para Evandro Guimarães, diretor da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), não existe no Brasil monopólio ou oligopólio de emissoras abertas de Televisão e rádio, uma vez que, segundo ele, não são poucos os grupos atuando no setor. De acordo o diretor, no país há 458 emissoras de TV aberta. Desse total, 99 transmitem a programação da TV Globo e 48 do SBT (VIEIRA JÚNIOR, 2007).

Entretanto, estudos e pesquisas recentes comprovam a existência de concentração de propriedades em todos os âmbitos praticados por grupos de mídia ligados a grandes redes de TV aberta. Outra emissora que se esconde nos bastidores do oligopólio nacional, é a “Rede Record” de televisão, ligada à “Igreja Universal do Reino de Deus”, do pastor e empresário Edir Macedo. Ela desrespeita a Constituição de 1988 que veda que Igrejas sejam proprietárias de empresas de comunicação.

Outro estudo divulgado em 2006, pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM), destacou que quanto mais pobre é uma região, maior é o nível de concentração de mídia, ou seja, há

uma relação direta existente entre o poder econômico de uma região e o grau de concentração e de pluralidade dos meios de comunicação, o que, conseqüentemente, leva a uma distribuição extremamente desigual no que se refere ao acesso desses meios a toda a sociedade (VIEIRA JÚNIOR, 2007)

Neste cenário, observamos que o desequilíbrio do número de veículos de comunicação não traduz necessariamente diversidade ou garantem a democratização da informação. Para Bordieu, “Diz-se sempre, em nome do credo liberal que o

monopólio uniformiza e que a concorrência diversifica” (1997, p.31). Surge, desta forma, a necessidade de denunciar o oligopólio midiático e criar alternativas a ele.

Fora do campo radiotelevisão, o “polvo midiático” estende seus tentáculos aos jornais impressos brasileiros e a mesma concentração se repete.

Um seletivo grupo composto pelas Organizações Globo, Grupo Folha, Grupo Estado, Rede Brasil Sul (RBS), e Companhia Brasileira Multimídia (CBM) é o responsável pela concentração de maior parte de toda a circulação diária de notícias impressas em todo o Brasil, algo em torno de 56% de tudo o que é veículo de informação impressa no país. Não obstante apenas três estados, São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul são as sedes dessas empresas de mídia (VIEIRA JÚNIOR, 2007).

Um restrito grupo composto por 10 jornais lideram o ranking de circulação nacional de informação diária e somam uma média diária de 6 milhões e 789 mil exemplares no Brasil, são eles:

- “Folha de São Paulo”;
- “O Globo”;
- “Extra”;
- “O Estado de São Paulo”;
- “Zero Hora”;
- “Correio do Povo”;
- “Diário Gaúcho”;
- “O Dia”;
- “Lance”;
- “Agora São Paulo”.

A predominância, desses veículos e de seus proprietários, sobre os leitores brasileiros revela a efetivação do oligopólio na imprensa e sua hegemonia no mercado. Com efeito, as grandes corporações midiáticas não veem o público como indivíduos críticos ou questionadores e sim como “robusta” fatia de mercado, “massa” que deve consumir seus produtos e garantir a audiência máxima dos programas veiculados.

Uma das estratégias televisivas que tem ganhado adeptos e admiradores é a forma de estetizar a informação e torná-la interessante, garantindo, conseqüentemente, a atenção dos espectadores. É o caso da política, condenada a aparecer como um assunto ingrato, que se exclui tanto quanto possível dos horários de grande audiência, um espetáculo pouco excitante, ou mesmo deprimente, e difícil de tratar, que é preciso tornar interessante. “Surgem: informações, análises, entrevista aprofundada, discussão de conhecedores ou reportagem em favor do puro divertimento” (MORAES, 1998, p.134).

A prática como modelo de sucesso, logo foi aderido em cadeia nacional - característica própria do oligopólio midiático – reforçando a ideia da circulação circular da informação. Sendo assim, nada muda, só a ordem é alterada.

Para Bourdieu, “[...] isso se deve em parte ao fato de que a produção é coletiva” (1997, p.31). Assim, o *clipping* foi aderido em toda a mídia e passou a ser um instrumento de trabalho: “para saber o que se vai dizer é preciso saber o que é que os outros disseram. Esse é um dos mecanismos pelos quais se gera a homogeneidade dos produtos propostos” (BOURDIEU, 1997, p.31)

O que deve ser tratado na agenda atual do campo da comunicação social brasileira é a concentração de diversos segmentos de mídia em escassos setores ou grupos, pois estas desafiam a Constituição Federal e as legislações do setor, além de se apresentam como grande empecilho na luta da sociedade organizada pela democratização da comunicação e da informação.

A denúncia do oligopólio midiático não é o bastante; o cenário atual é mais preocupante “e demanda da sociedade civil e organizada e dos poderes constituídos ações no sentido de conceder um caráter verdadeiramente democrático e plural ao setor em sua totalidade”. (VIEIRA JÚNIOR, 2007) Neste sentido, torna-se gritante a necessidade de pluralizar o setor, haja vista que, sem tal ação tornam-se vazios e falaciosos os discursos da liberdade de expressão e da democracia nacional.

Sendo o Brasil de poucos, a diversidade de informações fica restrita a um seletivo grupo e estes só publicam o que é rentável e agradável às suas políticas, desmerecendo assim, a capacidade do público de obter uma informação pluralizada e compatível a seu nível. A “válvula de escape” da sociedade tem sido a internet que

além de exercer o papel de descentralizar os oligopólios nacionais, também garante a democratização da informação.

Propostas como a criação do “Conselho Nacional de Comunicação Social”, previsto na Constituição de 1988, nunca saíram do papel e caso fossem aprovadas causariam uma reação profunda de indignação no meio social. Soluções como realizar uma “Conferência Nacional de Comunicação” ampla, participativa e democrática entre todos os segmentos sociais, já seria um grande passo para a conquista da pluralidade midiática.

## 2.4 POLÍTICA E COMUNICAÇÃO

O que definiu o equilíbrio do homem com as relações sociais foi a inserção da política como forma de regular, controlar e orientar a vida nas *pólis* (cidades). “A referência ao coletivo criou métodos até hoje seguidos e aplicáveis na cidadania, soberania e leis”. (MAAR, 2006, p.30)

A política se firmou como atividade nas relações humanas e tornou-se expressão da sociedade. Através dela, a realidade pode se transformar e aderir à democracia como forma ideal de governo. Neste sentido, “a política sofre uma cisão de poderes, dividida entre Executivo, Legislativo e Judiciário, todos elaborados por Montesquieu”. (MAAR, 2006, p.38)

A atividade política está inserida no cotidiano social há muito tempo, tanto é que a partir dela surgiram as eleições, os partidos, os votos, o posicionamento ideológico do cidadão e a participação ativa do Estado. A mídia de hoje se alimenta de revoluções, golpes e surpresas eleitorais que povoam incansavelmente os noticiários.

Ele defende que “tudo leva a crer, inclusive, que esta imprevisibilidade torna a política interessante porque ela significa mudança, transformação. Em suma: ação prática”. (2006, p.46). Desse modo, o mundo que cerca a política apresenta-se como uma constante “caixa de surpresas”. Contudo, a “arte de fazer política” não é algo imaculável, puro ou dotado de ares divinos. Diversas sociedades se beneficiaram do

bom uso desta ferramenta propondo serviços com alta qualidade aos seus dependentes.

Na contramão dessas ações, surgiram líderes autoritários no decorrer da história mundial, que arrasaram etnias, culturas, crenças e valores em prol de interesses próprios, usando a política como pretexto das atrocidades cometidas: cruzadas, golpes militares, deposições, nazismo, fascismo, etc. Neste sentido, a única forma de se relacionar com a sociedade seriam pelas armas ou votos, pois “a dominação pela força e a direção pelo convencimento são os meios da política. Eles são chamados, respectivamente, de ‘coerção’ e de ‘hegemonia’.” (MAAR, 2006, p.49)

Exemplos clássicos se tornaram parte do cotidiano, entre eles a coerção, revelada quando a política reprime passeatas ou usa a censura para defender seus interesses. A hegemonia ocorre nas propagandas governamentais, focando as eleições que se baseiam no consenso e convencimento. E é através de cada um destes momentos da atividade política - coerção ou hegemonia - que se cria uma relação específica com a sociedade.

No atual cenário, o que tem feito a população perder a confiança nas instituições políticas, é o forte esquema de corrupção, bem como as ‘politicagens’ envolvendo homens públicos; dessa forma

há quem veja na onda de denúncias e escândalos que devasta a área política sinal de uma corrosão irreparável, no tecido institucional. Esse sentimento é mais ou menos expresso pelo desabafo das esquinas: ‘O Brasil não tem jeito’ (TORQUATO, 2010, p.290).

Neste sentido, a imprensa tem o papel fundamental de fiscalizar os ‘donos do poder’ e revelar o que se passa nos bastidores da vida política. Apesar do arsenal de denúncias da imprensa, o que se pode constatar é que a corrupção está profundamente inculcada na alma brasileira e seus sintomas assumem dimensões das mais variadas. A exposição contínua a escândalos e casos de morte já não causam tanto impacto nas pessoas, tanto é que “o hábito, diz o filósofo ameniza até coisas horrorosas e assustadoras como a corrupção e a violência”. (TORQUATO, 2010, p.293)

Semelhanças entre política e comunicação se tornam aplicáveis, quando focada a retórica e o convencimento dos indivíduos através dos discursos. O elo surge no

século XX com “os novos meios de comunicação que potencializam sons e imagens, começam a operar em escala significativa, dando novo sentido às palavras que mobilizam as massas urbanas dos países industrializados”. (MARQUES DE MELO, 2003, p.20) Resultado: a política se efetiva.

Historicamente, a política é uma expressão da sociedade e foi resultado da “capacidade humana de gerar símbolos - palavras, sons e imagens- comunitariamente reconhecidos e pacificamente legitimados - foi a alavanca que neutralizou a barbárie, dando passagem à civilização” (MARQUES DE MELO, 2003, p.15).

Conseqüentemente, trocou-se o poder da violência pela força do argumento, obtendo o consenso duradouro e a negociação entre competidores aguerridos. Através da comunicação e das palavras pôde-se informar, convencer e seduzir. Os primeiros homens que se engajaram na “arte de governar”, de administrar a justiça valeram-se da retórica e conquistaram as *pólis*.

Segundo Torquato (2010, p.28):

o princípio-mor do discurso é o de provocar uma reação emotiva de interesse. Para tanto, há de despertar a atenção. E a intensidade da atenção vai depender do teor da mensagem, do interesse efetivo que ela provoca no ouvinte e em seus estados físico e psicológico.

Neste sentido, a política adquire características de espetáculo em que os atores buscam aperfeiçoar seu desempenho com recursos técnicos da mídia eletrônica e do teatro.

Dados históricos confirmam que muitos governantes posaram de ator, alguns com feições de comediantes, outros encarnando o perfil de estadistas. Hitler, líder nazista, treinava a voz para encantar as multidões que se aglomeravam nos seus comícios ditatoriais. “Mussolini, com sua voz de bronze e máscara imperial, espelhava-se em D’Annunzio, guerreiro-tribuno” (TORQUATO, 2010, p.189).

No Brasil, Juscelino Kubistchek era conhecido como “o presidente sorriso”, pois além de simpático e boêmio, era ‘pé de valsa’. Jânio Quadros, por outro lado, era o ícone do marketing irreverente. Torquato (2010, p.212) revela que “em Jânio, forma e conteúdo era um conjunto indissociável, tão imbricado que não se percebia em que

ponto se iniciava um e terminava outro. Jânio era o criador e operador de seu próprio marketing”.

Nos dias de hoje, Luís Ignácio Lula da Silva é um vedete do espetáculo teatral que conseguiu conquistar a classe mais necessitada com seus discursos veementes e sedutores. A experiência como líder sindical e do Partido dos Trabalhadores (PT) contribuiu para que fosse eleito presidente da República e considerado como o “melhor presidente do Brasil de todos os tempos”.

Luís XIV, o “Rei Sol” afirmava que os povos gostavam de espetáculo, com isso dominava seus espíritos e corações. Os imperadores romanos davam pão e circo ao povo, os atuais mandatários prometem benefícios e oferecem ajuda financeira ao seu eleitorado. Destarte, a história prova que desde tempos imemoriais, a política tem sido um espetáculo de sedução e não uma ferramenta governamental.

A boa imagem de um político é construída por seus atos e pela mídia, porém, escândalos de corrupção e denúncias de opositores tendem a denegrir a boa reputação. Desse modo, comunicação e política se encontram e se chocam, gerando um processo de investigação rígido desses espaços - fato considerado saudável para a oxigenação do sistema democrático. Valores como ética, dignidade e transparência emergem como indicadores de consolidação institucional e obrigam os homens públicos a prezarem pela cidadania e moralidade de seus atos.

O papel de investigação da mídia tem contribuído para a evolução da sociedade brasileira que passou por um longo processo de amadurecimento e sofrimento em gestões passadas. Hoje,

a corrupção, apesar do arsenal de denúncias da imprensa, tem diminuído. A diferença básica é que, no passado, a corrupção era mais escondida, mais subterrânea, desenvolvida sob uma malha impermeável à lupa da imprensa. Atualmente, mesmo assumindo formas mais sofisticadas, ela é detectada (TORQUATO, 2010, p.296).

Desta forma, a corrupção é um ato deletério e um ácido que corrói a máquina governamental, destruindo os sonhos e planos de um povo.

A mídia ligada à democracia exerce o papel “de olhos e ouvidos” da população, fiscalizando o poder e lembrando aos homens públicos que eles não estão acima do bem e do mal, devendo assim, trabalhar para o bem estar social.

A transparência que os *mass media* dão aos atos governamentais transforma os cidadãos em partícipes cotidianos das decisões tomadas pelos três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário). Daí a circunstância de o areópago midiático ter sido popularmente consagrado como o ‘quarto poder’ (MARQUES DE MELO, 2003, p.20).

O senso comum afirma que a mídia é amada por uns, temida por outros e respeitada por todos. Isso ressalta o elo entre comunicação e política que parecem ‘almas gêmeas’ e ambas “precisam cooperar para o avanço de uma sociedade global, justa e solidária” (MARQUES DE MELO, 2003, p.27).

Esta associação fertilizaria o campo da democracia e garantiria maior representatividade e “participação nas decisões políticas, retirando-as da alçada exclusiva do Estado capitalista” (MAAR, 2006, p.107). Assim, este projeto enseja analisar o conteúdo de três matérias veiculadas na revista “Veja” sobre o ex-presidente da República Luís Inácio Lula da Silva no tocante à sua postura frente à liberdade de imprensa no Brasil

### **3. APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA**

Devido às reportagens analisadas em “Veja” terem um léxico carregado de ideologia e alguns discursos políticos proferidos por líderes petistas defenderem o cerceamento da imprensa brasileira, exigiu-se que o método adotado, - a análise de conteúdo -, investigasse os detalhes das mensagens e revelasse seu principal objetivo.

Esta metodologia tem sido muito usada no campo da comunicação e visa codificar os discursos políticos, além de ocupar-se basicamente com a análise de mensagens; logo as matérias publicadas por “Veja” usam esse método. Outro objetivo foi traçar a relação entre os dados coletados e seu contexto, além de enunciar, com clareza, a finalidade das inferências. A pesquisa baseou-se na análise dos índices e sintomas no correlato das ações de Lula contra a imprensa. Dessa forma, refutamos os índices e sintomas da gestão Lula em que a quantidade de tentativas do Partido dos

Trabalhadores (PT) e de Lula para controlar os meios de comunicação refletem sinais de autoritarismo e apologia à censura.

A pesquisa foi qualitativa, ou seja, analisamos o material selecionado em profundidade. A regra utilizada será a da homogeneidade, pois os materiais são reportagens da “Veja” e tratam da mesma questão: a imprensa sob ataque petista.

A codificação será o recorte das reportagens publicadas em 18/08/2004, 29/09/2010 e 18/04/2012 e que são notícias de interesse para a pesquisa.

Além disso, pretendemos contemplar várias formas de unidade de registro, entre elas as palavras-chaves dos discursos políticos, a frequência com que aparecem e a forma como os textos foram escritos, ou seja, aspiramos desvendar por que tais palavras foram escolhidas e o que ocorria no contexto histórico para tal elaboração.

Essas inferências específicas e gerais contribuirão para a realização da pesquisa, tendo como guia a análise categorial - técnica muito utilizada, bastante rápida e eficaz - alicerçada na análise de conteúdo.

Problema de verificação no material selecionado: A imprensa livre combina com a forma do PT governar no período indicado?

Objetivo geral: Analisar as ações de Lula pelo controle da imprensa e como esta reagiu frente aos discursos construídos, sobretudo, pelo ex-presidente Lula.

Objetivos específicos:

- Revelar projetos criados com o intuito de cercear a imprensa;
- Analisar os discursos políticos pró e contra a imprensa livre;
- Comparar o contexto histórico com o atual.

Hipóteses:

- Se a imprensa é controlada, então, não pode haver verdade;
- Se a imprensa é livre, então as tentativas de controlá-la indicam um governo autoritário e condizente à censura.

A política brasileira concede total direito à liberdade de imprensa, informação e expressão, visando dessa forma o bom funcionamento da democracia e garantindo à

mídia fiscalizar os órgãos governamentais sem qualquer restrição. Informar a sociedade sobre as decisões tomadas pelos líderes políticos, bem como buscar versões diferentes do mesmo fato é função do jornalista. Em “Veja” sua posição ideológica é aparente, tanto que defende a extrema direita brasileira e tem forte influência na sociedade brasileira, devido sua grande circulação.

Historicamente foi adotado unanimemente no Brasil o Modelo Ocidental de Jornalismo que tem como característica principal uma imprensa livre com

o direito de vigiar, reportar, comentar, interpretar, e criticar as atividades dos agentes de poder, inclusivamente dos agentes institucionais, sem censura, repressão ou ameaça de repressão. Teoricamente, os jornalistas são apenas limitados pela lei (tida por justa), pela ética e pela deontologia. (SOUSA, 2004, p.12)

Este padrão é defendido por toda a mídia, entre elas o “Grupo Abril” - um conglomerado empresarial com forte poder de influência nacional, líder no mercado impresso e uma árvore de negócios - com sede em São Paulo e que tem como principal veículo a revista “Veja” – de estilo criativo, interpretativo, aberto e de cunho investigativo. Sua periodicidade é semanal, com tiragem superior a um milhão de cópias e tem como público-alvo a elite brasileira, devido seus temas de alta política, economia, cultura e relações internacionais.

“Veja” foi criada em 1968 pelos jornalistas Roberto Civita e Mino Carta, tem linha editorial alinhada à direita política, apesar de proclamar não ter qualquer inclinação. Ela se caracteriza pelo jornalismo especializado, noticioso e denunciata.

Em agosto de 2004, Luís Inácio Lula da Silva entrava no seu vigésimo mês de governo com a economia recuperada, a inflação sob controle e o desemprego em queda. Seguia como um presidente prestigiado no exterior e com altos índices de aprovação entre a população brasileira. As pesquisas eleitorais indicava a candidata Marta Suplicy (cria de Lula) ao governo petista.

Neste cenário, tudo parecia sob controle e bem encaminhado, com o país entrando num sereno período de prosperidade – mas o governo resolveu disparar um tiro de bazuca no próprio pé ao revelar um incontrolável tique autoritário. Primeiro, divulgou um projeto de controle ditatorial da produção de cinema e televisão, que incluía até intromissão

na linha editorial da programação. Em seguida, despachou ao Congresso uma proposta que, em resumo, consiste no mais severo ataque à liberdade de imprensa no país desde o regime militar (1964-1985) (GASPAR, p.40, 2004).

A proposta de criação do “Conselho Federal de Jornalismo” , cuja missão é ‘orientar, disciplinar e fiscalizar’ o exercício da profissão de jornalista gerou uma reação profunda de indignidade na sociedade e na mídia. Veja se posicionou contra e publicou que

pela proposta remetida ao Congresso, o Conselho Federal de Jornalismo seria composto de dez membros, com a missão de zelar pelo comportamento ético dos jornalistas e - aí é que mora o perigo - pelas ‘atividades jornalísticas’, o que não passa de um velado cerceamento da liberdade de imprensa (GASPAR, p.42, 2004).

Questionado sobre a autoria do projeto, o governo se defendeu alegando que não pretende baixar nenhum controle sobre a imprensa. “O governo não terá nenhuma ingerência nesse assunto: trata-se de uma iniciativa dos próprios jornalistas, que indicarão livremente os integrantes do conselho”. (GASPAR, p.42, 2004).

Diante disso, surge apoio internacional à prática petista. Da Espanha, Frei Betto, assessor especial do presidente Lula disse que “[...] os grandes meios de comunicação fazem um terrorismo psicológico porque não querem perder o monopólio da palavra” (GASPAR, p.43, 2004) e completa que, há tempos, que os jornalistas e ele, querem um conselho para a regulamentação da ética profissional. Veja se posiciona contra tal afirmação revelando que Frei Betto é um ser mutante, pois ora se comporta como jornalista, ora como assessor de Lula, ora como padre. Tudo depende da ocasião e dos seus interesses.

A revista retoma que em dezembro de 2003 o mesmo Lula proferiu em seu balanço de fim de ano, que “[...] notícia é tudo aquilo que nós não queremos que seja publicado. O resto é publicidade” (GASPAR, p.43, 2004), incitando que a proposta da criação do Conselho Federal de Jornalismo transformará jornalistas em propagandistas do governo e que essa tentação pelo controle da imprensa só se achava sepultado

devido à prática democrática. Tanto é que mídia quando controlada estaria fadada à farsa ou à tragédia.

Diante dos fatos, a Constituição Federal assegura o direito à livre manifestação do pensamento, da informação e da expressão, não necessitando de algum órgão superior para estabelecer limites à liberdade de expressão. E “Veja” refuta que “[...] é assim que as coisas funcionam nos países democráticos. Mas não nos arraiais do PT” (GASPAR, p.44, 2004). Wolton (2011 p.71) defende o papel do jornalista na sociedade tanto que para ele “[...] a vitória da informação ao longo de dois séculos teria sido impossível sem os jornalistas. A existência dos jornalistas em todos os países é garantia de liberdade de informação”.

O “Conselho Federal de Jornalismo” publicou que seu objetivo principal é defender a ética e a dignidade no exercício da profissão e não a liberdade para alguns jornalistas e veículos divulgarem o que bem entenderem a serviço de seus interesses. Tal afirmação revela um embate entre o governo petista e a imprensa nacional em busca da confiança e aprovação da sociedade. Veja reafirma o pensamento do sociólogo alemão Max Weber (1864-1920) de que “não existe ética coletiva. A ética é uma instância individual” (GASPAR, p.44, 2004), indicando, dessa forma, que a criação de conselhos para regulamentar um setor específico da sociedade será inútil, já que a ética não se faz em grupo.

As declarações de Lula em fevereiro de 2004 mostraram que o ex-presidente ainda tinha uma boa imagem da imprensa, “eu acho que a imprensa joga um papel muito importante quando levanta dúvidas, agindo cada vez mais com seriedade” (GASPAR, p.45, 2004). Neste sentido, o ex-presidente era favorável às ações da imprensa porque esta não havia publicado nenhuma denúncia do seu governo; conseqüentemente, a relação governo/imprensa era estável e equilibrada. Porém, independente desse convívio mútuo, o jornalista deve impreterivelmente “traduzir, confrontar as diferentes perspectivas e selecionar os fatos e versões que permitam ao leitor orienta-se diante da realidade”. (LAGE, 2002, p.23) Diante disso, deve-se saber que jornalistas não inventam ou criam a informação que publicam, eles partem de relatos e da observação para posteriormente efetivar a matéria.

No entanto, com a criação do Conselho Federal de Jornalismo preparado pela central sindical petista que se denomina Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) -, Lula e seu partido vão contra os valores democráticos e causam indignação na sociedade. Ou seja, quando a imprensa passa a interferir e investigar os atos governamentais, este, se sente prejudicado e age contra 'os olhos e ouvidos da população'.

O projeto enviado ao Congresso delegaria a apenas sete jornalistas o controle da imprensa. Entre estas pessoas, seis são simpatizantes do PT, o que favoreceria as decisões do partido. Além disso, o projeto seria uma automutilação- por que jornalistas prejudicariam sua própria área?

os últimos dias, várias autoridades do governo, incluindo o próprio presidente da República, vieram a público reclamar do 'denuncismo' da imprensa, que estaria agindo de forma irresponsável ao enxovalhar a honra alheia sem apresentar provas" (GASPAR, p.47, 2004).

Fato é que a imprensa também erra, resultado do imediatismo que "impera" nas redações de todo o planeta, da pressão pela notícia e da busca incessante por furos de reportagem para sair na frente da concorrência, porém, os erros acabam sendo corrigidos.

Outra tentativa de controlar a comunicação ocorreu em 11/08/2004, quando anunciaram que funcionários públicos que não fossem ministros ou chefes de departamentos não poderão mais dar informação sobre investigações internas em suas áreas. Veja reagiu e publicou que

o governo parece querer controlar a imprensa pelas portas de entrada e saída, regulando o acesso dos jornalistas às fontes e examinado o que se publica. É uma atitude perfeitamente totalitária e revela a inclinação do governo em querer controlar tudo (GASPAR, p.49, 2004).

Assim, as interferências governamentais na imprensa revelam que tais ações não condizem com a democracia, tanto é que a imprensa não está sob a tutela do Estado e nem é extensão desse meio.

Em contrapartida às ações 'totalitárias' de Lula e do PT, há países em que a liberdade de imprensa não é algo discutível, mas um dado da realidade. Nos Estados

Unidos, existe a “Primeira Emenda da Constituição” que consiste em não aprovar qualquer mecanismo legal de cerceamento da imprensa.

Nesse sentido, “Veja” assevera que

o dado mais perigoso é que o governo dá a impressão de que tem vontade de controlar tudo. Como o próprio nome diz, totalitarismo é a doutrina que não se satisfaz em controlar os processos sob a competência do Estado. O totalitarismo almeja controlar todos os processos (GASPAR p.51, 2004).

Para a revista, “Lula está apenas confuso, pois é liberal na economia e autoritário na política. Parece tolo, mas é um perigo”. (GASPAR, p.51, ago. 2004). Porém, o ex-presidente não percebeu que não existe democracia que controle a imprensa, e caso insista nesta questão só provará o quanto sua política é arcaica e controladora.

“Veja” abre sua matéria de capa com um léxico carregado de ideologia, partidário e radical em que se destaca a parcialidade do repórter na defesa de sua profissão: “desacorçoados com a revelação de evidências irrefutáveis de corrupção no Palácio do Planalto, Lula e seu partido sacam do autoritarismo e atiram na imprensa, que acusam de ser golpista e inventar histórias” (PORTELA, p.75, 2010). As ‘histórias’ se referem às denúncias de corrupção envolvendo parlamentares da Casa Civil que operavam um balcão de negócios próximo ao gabinete presidencial. Assim que tal fato foi revelado, o governo reagiu de forma violenta contra quem os denunciou.

Em setembro de 2010, o cenário brasileiro não era favorável à política e seus mandatários. Uma sucessão de denúncias envolvendo parlamentares ligados à corrupção escandalizou a sociedade e fez cair sete servidores. Lula cumpria seus últimos meses de mandato e preparava “terreno” para sua candidata: Dilma Rousseff. Os resultados das denúncias se refletiram nas pesquisas eleitorais e prejudicaram o governo petista.

Segundo o instituto Datafolha, a diferença entre os votos da petista Dilma Rousseff e a soma de seus concorrentes caiu cinco pontos percentuais em uma semana. A queda provocou uma violenta reação do governo. Não contra quem os acusados de malfeitorias e corrupção na Casa Civil, de onde emanaram os episódios mais cabeludos, mas contra quem os denunciou (PORTELA, p.75, 2010).

O presidente Lula, incomodado com as denúncias passou a desferir ataques contra a imprensa em seus comícios. Em diversas ocasiões afirmou que os veículos de comunicação “inventam” coisas para o Lula fracassar. Vociferou contra jornais e revistas que destilariam “ódio” e prometeu “derrotar” aqueles que se comportam como se fosse um partido político.

Neste sentido, as ações do ex-presidente apontam para desvios autoritários e uma vontade incontrolável de cercear a imprensa livre, tanto que em agosto de 2004 o então secretário de Comunicação do governo, Luiz Gushiken tentou criar o Conselho Federal de Jornalismo que tinha por objetivo ‘orientar, disciplinar e fiscalizar’ os jornalistas. A ideia logo causou uma reação violenta na sociedade e na mídia o que obrigou o governo petista a descartá-la. Veja revela que

em diversas oportunidades, o PT e o governo petista tentaram relançá-la – repaginada, recauchutada ou disfarçada de ‘conselhos’ aqueles órgãos que seriam formados por uma certa ‘sociedade civil’ que ninguém jamais conseguiu enxergar fora do arco de alianças do partido e que teriam como função, por exemplo, interferir na programação das emissoras de TV (PORTELA, p.77, 2010).

Como contrapartida às publicações da imprensa, o PT organizou um movimento em seu site oficial convocando os filiados para “lutarem” contra o “golpismo midiático”, e enfrentarem “a onda de baixarias que visa forçar a ida de José Serra ao Segundo turno”. Veja se defendeu alegando que a referida onda eram as reportagens, em que denunciara que a família de Erenice Guerra, ex-ministra da Casa Civil e ex-braço direito de Dilma Rousseff, operava um balcão de negócios na soleira do gabinete presidencial.

Ironicamente, quem abrigou o movimento petista foi o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. Brados contra ‘a conspiração da imprensa’ e a defesa do ‘controle social da mídia’ foram disparados, demonstrando dessa maneira, um perigoso ataque à democracia e seus valores de liberdade. Em contrapartida às tentativas de cercear a imprensa, um grupo de notáveis liderados pelo jurista Hélio Bicudo, um dos fundadores do PT, pelo arcebispo emérito de São Paulo, dom Paulo Evaristo Arns e por vários ex-ministros da Justiça se reuniram no centro da capital paulista e leram um manifesto em defesa da democracia. O mesmo ato se repetiu no Rio de Janeiro.

Como era ano de eleição, os candidatos a presidente da República logo se manifestaram. Entre eles, o tucano José Serra que em campanha no Mato Grosso, declarou:

O que está incomodando esse pessoal é o fato de que a imprensa está apresentando notícias que mostram abusos, desvios de dinheiro, nepotismo, maracutaia com dinheiro público, essa imprensa incomoda os donos do poder. É somente isso. Não há país democrático sem imprensa livre (PORTELA, p.79, 2010).

Numa coletiva em São Paulo, a senadora Marina Silva do PV, afirmou “o presidente fez uma crítica à imprensa que é contraditória com sua trajetória. Considero fundamental a cobertura da imprensa”. (PORTELA, p.75, 2010). Logo a petista Dilma Rousseff aproveitou a deixa ao afirmar que a imprensa poderia falar o que bem entender e rechaçou a mais explosiva das propostas de seu partido: o único controle social que aceita é o controle remoto na mão do telespectador.

“Veja” destaca um quadro com as múltiplas tentativas de cercear a imprensa desferida pelo governo Lula. Até 2010 ocorreram em seis ocasiões:

- Expulsão de Larry Rohter (maio de 2004) - O Planalto chegou a anunciar a expulsão do país do jornalista Larry Rohter, correspondente do *New York Times*. O motivo foi a reportagem em que ele relatava o fato de o presidente Lula gostar de beber muito. O governo acabou voltando atrás;
- Conselho Federal de Jornalismo (agosto de 2004) – A missão do órgão que o governo tentou criar por meio de projeto de lei era ‘orientar, disciplinar e fiscalizar’ jornalistas – ou seja, controlar a imprensa. Diante das reações, o projeto foi engavetado;
- Projeto Mordança (agosto de 2008) Depois de VEJA revelar que o ex-presidente do STF Gilmar Mendes havia sido grampeado ilegalmente pela Abin, o então ministro Tarso Genro enviou ao Congresso projeto de lei que prevê quatro anos de prisão para quem divulgar o conteúdo de grampos – ou seja, jornalistas. Em 2010 o projeto ainda tramitava na Câmara;
- PNDH-3 (dezembro de 2009) O programa Nacional de Desenvolvimento Humano-3 veio disfarçado de pacote de providências de apelo humanitário, mas contrabandeava medidas que possibilitavam a cassação de concessões de emissoras de rádio e Tv por comitês compostos de integrantes nomeados pelo governo. Caiu diante da reação da sociedade;
- Programa de governo do PT (julho de 2010) No programa de governo do PT, aprovado por Dilma Rousseff, lia-se que o governo poderia interferir na programação, no gerenciamento e na

propriedade das emissoras de rádio e Tv. A péssima repercussão do documento fez com que o PT o modificasse, mas, mesmo alterado, ele continuou defendendo veladamente o controle da imprensa;

- Os ataques de Lula (setembro de 2010) Depois que a imprensa trouxe à tona os escândalos da Casa Civil, Lula fez três discursos em que atacou os jornalistas. Em Juiz de Fora, disse que os veículos ‘inventam coisas’ contra ele. No dia seguinte, declarou que iria ‘derrotar jornais e revistas que se comportam como se fossem partido político’. Na terça, voltou à carga: ‘Liberdade de imprensa não significa que você pode inventar coisas o dia inteiro’ (PORTELA, p.79, 2010).

Segundo o posicionamento de “Veja”, defender a liberdade de imprensa implica garantir a “perpetuação das sociedades livres e democráticas. E não por outra razão é quase sempre a primeira vítima das tiranias de todas as colorações” (PORTELA, p.80, 2010). Desse modo, sociedade e comunicação é uma coisa só; quando um governo começa cercar os valores de liberdade, o “alerta” de perigo eminente deve soar. Um atentado à democracia moderna já se torna eminente.

Para Torquato (2010, p.290) “há quem veja na onda de denúncias e escândalos que devasta a área política como sinal de uma corrosão irreparável - no tecido institucional”. Esse sentimento é mais ou menos expresso pelo desabafo das esquinas: “O Brasil não tem jeito”. Esse quadro se aprofundou ainda mais em 2012 após a imprensa revelar um forte esquema de corrupção envolvendo políticos do mais alto escalão. Tal fato chocou o país e desencadeou acusações contra a própria delatora, resultando na proposta de emascular a imprensa independente.

Segundo “Veja”::

com o julgamento do mensalão pelo Supremo a caminho, os petistas lançam uma última desesperada ofensiva para tentar desviar a atenção dos crimes cometidos por eles no que foi o maior escândalo de corrupção da história brasileira (PEREIRA; MARQUES, 2012,p.84).

Em 2012, Dilma Rousseff exercia seu segundo ano de mandato como presidente da nação, mas, tendo Lula nos bastidores das decisões políticas. O “fantasma” do mensalão rondava Brasília e assustava seus parlamentares devido à proximidade do julgamento pelo Supremo Tribunal Federal (STF). Quando questionados sobre o

escândalo, todo petista responde automaticamente “isso é invenção da oposição e da imprensa”.

Como formigas guiadas por feromônios, os militantes de todos os escalões, de ministro de estado aos mais deploráveis capangas pagos com dinheiro público na internet, vão repetir disciplinadamente o mantra de que o mensalão ‘foi uma farsa’ (PEREIRA; MARQUES, 2012,p.84)

Seguindo a lógica stalinista, ideias são mais perigosas do que armas e, conseqüentemente, devem ser suprimidas; quem ousar se manifestar, deve ser morto. A “farsa” de que o mensalão não existiu é uma estratégia do governo petista para desviar possíveis investigações e tentar encontrar bodes expiatórios pelos próprios atos. Neste sentido, a imprensa foi apontada como culpada por colaborar com os mensaleiros em seus esquemas milionários – uma tática para fazer valer a versão sobre os fatos e tornar a mentira uma verdade inquestionável.

O foco do mensalão gira em torno da intenção dos petistas de

criar um fato novo e, assim, desviar o foco da atenção da opinião pública do julgamento do mensalão. Eles esperam que as investigações produzam imagens que ajudem a demonstrar a tese central do presidente Lula sobre o mensalão, a de que o PT fez apenas o que todo partido sempre fez. Esperam também criminalizar jornalistas para quem Carlos Cachoeira serviu de fonte sobre o que ia aos subterrâneos da corrupção no mundo oficial em Brasília, terreno que ele frequentava com especial desenvoltura (PEREIRA D; MARQUES H, p.84, 2012).

O perigo reside na intenção da bancada do PT de criar uma Comissão Parlamentar de Investigação (CPI) para apurar o ‘escândalo’ dos autores da farsa do mensalão e tentar

desmoralizar todos os personagens e forças que ousem se colocar no caminho da marcha arrasadora da história, que vai lançar ao lixo todos os que atacaram o PT e, principalmente, seu maior líder, o ex-presidente Lula (PEREIRA D; MARQUES H, p.84, 2012).

Os principais atingidos dessa armação seriam a imprensa e o judiciário. Ou seja, com a data do julgamento se aproximando e com a hipótese de uma possível

condenação, não há o que perder na arriscada aposta de menosprezar a inteligência das pessoas, - tamanha a ânsia de enterrar o escândalo.

O risco da imprensa é sofrer consequências devido um projeto criado pela Executiva Nacional do PT em que se afirma que parte da imprensa se envolveu com a organização criminosa da dupla Cachoeira-Demóstenes. O comissário Marcos Maia refuta que “a boa imprensa, que está comprometida com a informação e a verdade, vai auxiliar para que a gente possa fazer uma purificação, separa o joio do trigo” (PEREIRA D; MARQUES H, p.84, 2012).

Purificar a imprensa não cabe a qualquer governo, tanto que ela não é extensão dos órgãos governamentais e qualquer tentativa de “melhorá-la” já lança suspeita de totalitarismo. A afirmação de Maia só refuta o quanto ele está equivocado no seu papel de “purificador” da imprensa, de separar a boa da má imprensa. Na atividade jornalística

qualquer repórter iniciante sabe que maus cidadãos podem ser portadores de boas informações. As chances de um repórter obter informações verdadeiras sobre um ato de corrupção com quem participou dele são muito maiores do que com quem nunca esteve envolvido. A ética do jornalista não pode variar conforme a ética da fonte que está lhe dando informações. Isso é básico (PEREIRA D; MARQUES H. p.85, abr.2012).

O que se tem hoje é uma imprensa ativa e eficaz, não dependente do Estado e cada vez mais, presente na vida política. Qualquer desvio ou imprudência logo é descoberto e denunciado conforme Torquato (2010, p.296):

a corrupção, apesar do arsenal de denúncias da imprensa, tem diminuído. A diferença básica é que, no passado, a corrupção era mais escondida, mais subterrânea, desenvolvida sob uma malha impermeável à lupa da imprensa. Atualmente, mesmo assumindo formas mais sofisticadas, ela é detectada.

A imprensa ainda é amada por uns, odiada por outros, porém, respeitada por todos. Críticas fazem parte da rotina jornalística, assim como tentativas de cerceamento. Conforme Veja, “a realidade da profissão exige que bons profissionais

falem com maus cidadãos em busca de informações verdadeiras”. (PEREIRA D; MARQUES H, p.84, 2012)

O pretexto de Maia só reafirma sua estratégia de desviar o foco das atenções para seu maior medo: o da fiscalização de jornalistas e uma possível condenação pelo Judiciário.

## 5. CONSIDERAÇÃO SOBRE AS ANÁLISES

Na reportagem 1, publicada em 18/04/2004 a matéria dá destaque às vozes de grandes personalidades brasileiras como observado na declaração do editor chefe e apresentador do Jornal Nacional, William Bonner:

por que uma democracia que elegeu presidentes quatro vezes- e teve papel fundamental num processo de impeachment- delegaria a cinco pessoas o controle da imprensa? (GASPAR, p.42, 2004).

Um painel com declarações de atrizes, senadores, filósofos, psicanalistas, apresentadores de televisão, empresários, deputados, escritores e sociólogos mesclam opiniões sobre o tema da criação do “Conselho Federal de Jornalismo” pelos petistas e ajudam o leitor a se posicionar contra esse dado da realidade. Além disso, a frequência com que aparece na matéria os termos “autoritarismo”, “controle da imprensa”, “Lula”, e “Partido dos Trabalhadores” já incita no leitor uma condenação prévia às ações de Lula e seu partido.

Outra relação muito encontrada nesta edição é a aproximação de Josef Stalin e de Lula. Veja constrói uma ponte entre o ditador soviético e o ex-presidente brasileiro afirmando que a vontade de ambos em controlar tudo é insaciável e que tal doutrina tem nome: totalitarismo. Além do estereótipo de “governo supremo” cria-se a imagem que Lula não sabe o que faz, pois é liberal na economia e autoritário na política. Ao mesmo tempo em que parece tolo, é perigoso; a matéria é encerrada com um ar de ameaça, dando a impressão que a sociedade está em constante vigilância.

Em contrapartida, a matéria 2 publicada em 29/09/2010 já “rechaça” a imparcialidade jornalística e expõe com total vivacidade a inquietação do repórter com a

realidade da época. Palavras como “desacorçoados”, “evidências irrefutáveis”, “sacam do autoritarismo”, “atiram na imprensa” e “golpista]”, já evidenciam que o jornalismo brasileiro está prestes a ser extirpado pelo governo petista.

Lula se aproxima nesta publicação dos líderes latino-americanos, especialmente a Chaves, presidente venezuelano que fechou vários veículos de comunicação que eram desfavoráveis a seu governo e à Cristina Kirchner, presidente argentina que trava uma guerra histórica contra o Grupo *Clarín*.

Numa dos trechos de “Veja”, Lula “acaba de adentrar no temível pântano da censura- e pouca coisa pode ser mais deletéria do que isso para uma democracia” (PORTELA, 2010, p.75), revelando ao leitor que as ações do ex-presidente devem ser rejeitadas pela sociedade.

Também é dada voz ativa aos esclarecimentos do filósofo Roberto Romeno (professor de ética e filosofia política da Unicamp), - a entrevista se estende por quatro páginas. Outro fator em destaque é a publicação de uma carta de baralho do jornal carioca “*Extra*”, das “Organizações Globo”, em que Lula aparece como um Rei:

A capa é uma crítica ácida e bem humorada em que se lê na extremidade superior: “Lula é bonito - Essa é a manchete para quem acha que o papel da imprensa é bajular os donos do poder e, por isso. Deve publicar apenas notícias positivas do governo. Denúncias de falctruas são um abuso, uma forma de conspiração. Na outra extremidade do baralho, escrita de ponta-cabeça, vinha a contraposição: “Bonito, hein, Lula.. - Essa é a manchete para quem acha que o dever da imprensa é fiscalizar os atos de qualquer governo, denunciando os desvios e lembrando aos donos do poder que eles não estão acima do bem e do mal. (PORTELA, p.76, 2010).

Um quadro com as tentativas de cerceamento da imprensa despachadas por Lula e pelo PT logo é exposto, revelando o deboche dos repórteres com a frase ‘Bonito, hein, Lula’?

Já na matéria 3, Lula é tomado como a “encarnação” de Josef Stalin, o ditador soviético “ídolo de muitos petistas” que visava controlar tudo e acabar com a imprensa livre.

Num trecho da reportagem “Veja” evidencia que

basta uma contrariedade maior para que o espírito de papai Stalin baixe e rasgue a fantasia democrática dos petistas parcialmente convertidos ao convívio civilizado.(PEREIRA D; MARQUES H, p.79, 2012).

Para “Veja”, as atitudes de cerceamento da imprensa orquestrado por Lula e pelo PT deixariam “papai Stalin orgulhoso dos pupilos”. Além disso, a imagem do partido é denegrada ao afirmar-se num trecho que “por trás de óculos modernos se esconde uma mente tão arcaica” (PEREIRA; MARQUES, 2012,p.84).

Léxicos como “mensalão”, “farsa”, “esquema”, “Comissão Parlamentar de Investigação”, “Supremo Tribunal Federal” e “corrupção” aparecem com frequência na matéria, exigindo uma leitura atenta e crítica”. Ademais, é dado destaque às fotos dos envolvidos no mensalão. Lula aparece como o pivô do esquema e sua insistência em afirmar que nada sabia já revela a total falta de segurança.

A tentativa de querer mudar a realidade e fazer crer que o mensalão foi uma armação, não funcionou, fato é que o processo tramitou no Supremo Tribunal Federal (STF) e possíveis cassações e prisões se tornam evidentes a cada dia que o julgamento se aproximava. Atualmente, alguns réus desse esquema já foram condenados, outros entraram com recursos para comprometer o andamento do julgamento e fazê-lo prescrever, porém, já se torna aparente a vitória da democracia contra a corrupção.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Comunicação, imprensa e política são os componentes básicos para a efetivação da vida social numa democracia. Porém, a luta entre tais poderes para se efetivarem como única instância da verdade tem desencadeado problemas e desequilíbrio na história humana. Neste sentido, ao construirmos esse projeto e considerando as reflexões de Maar (2006, p.93), acreditamos que mídia e política são “dois caminhos que se interpenetram, confundem, anulam-se, um tentando controlar ou cooptar o outro”. Da luta pelo poder surgem políticos autoritários e grandes conglomerados midiáticos que “se digladiam” pela maior fatia de público.

No Brasil, o “Partido dos Trabalhadores” tenta, há vários anos controlar a mídia usando de meios inconstitucionais e perigosos à oxigenação da democracia. Os projetos e atitudes de Lula em prol do cerceamento da imprensa livre revelam que ele tem um DNA totalitário e um desejo incontrolável de dominar todas as instâncias sociais, segundo o posicionamento discursivo de “Veja”. Entretanto, uma imprensa controlada ou é farsa ou tragédia, fadada a fazer apenas propaganda do governo. A realidade mostra que não há democracia que restrinja a imprensa ou democracia sem imprensa livre.

“Veja” reforça a imagem de que as muitas investidas de Lula contribuíram para aferir o quanto ele é liberal na economia e autoritário na política; parece tolo, mas é perigoso. Conviver com as publicações divergentes a seu governo não o agrada, tanto é que ele se irrita quando a imprensa coloca holofotes sobre cenas que ele gostaria de manter escondidas, na sombra, ou seja, desvios, falcatruas, nepotismo e escândalos de corrupção.

A criação do “Conselho Federal de Jornalismo” pelos petistas foi apenas um nome ‘pomposo’ para esconder as reais intenções do governo. Tanto que William Bonner, editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional refuta que:

qualquer órgão que represente ameaça à liberdade de informação, tenha o nome que tiver, a origem que tiver, precisa ser rejeitado enfaticamente pela sociedade e por seus representantes democráticos (GASPAR, p.42, 2004).

Dessa maneira, a análise dos índices e sintomas da pesquisa atribuiu ao governo Lula um perfil autoritário e não condizente à imprensa livre, conforme o posicionamento de “Veja”. Logo, comunicar não é algo natural, pois implica negociar e conviver com o outro, os obstáculos surgem a partir de convicções de alguns que ruminam a ideia totalitária do leninismo, segundo a qual governo e povo se confundem e, portanto, a imprensa não tem o direito de criticar os órgãos e homens públicos. Fato é que essa ideia foi alimentada pelo ex-presidente.

A pesquisa contribui para a promoção do Jornalismo Brasileiro na questão da valorização e defesa imprescindíveis da liberdade de expressão, informação e imprensa sem a qual uma sociedade estaria fadada à farsa ou à tragédia.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- GASPAR, Malu. O fantasma do autoritarismo. **A tentação autoritária**. São Paulo. v. 1867, n.33, p.40-51, ago. 2004
- JORGE D.; BARROS A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2. ed., 2010.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. v 5. Florianópolis: Insular, 2012.
- MAAR. Wolfgang Leo. **O que é política**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- MARCONI M. A.; LAKATOS E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 7.ed., 2010.
- MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003.
- MORAES, Dênis de. **O planeta mídia: tendências da comunicação na era global**. Rio de Janeiro: Letra Livre, 1998.
- OS TENTÁCULOS DO OLIGOPÓLIO. **Mídia(s) no Brasil- o poder dos conglomerados e os múltiplos contrapoderes**, São Paulo, n.42, jan.2008. Disponível em: <[http://www.adusp.org.br/files/revistas/42/r42\\_edi.pdf](http://www.adusp.org.br/files/revistas/42/r42_edi.pdf)>. Acesso em: 09 out. 2013.
- PEREIRA, D.; MARQUES H. Eles querem apagar o mensalão. **Mensalão**. São Paulo. v.2265, n.16, p.79-85, abr.2012
- PONTE, Cristina. **Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Insular, 2005.
- PORTELA, Fábio. A imprensa ideal dos petistas. **A imprensa sob ataque**. São Paulo. v.2184, n.39, p.75-80, set. 2010
- SOUSA, Jorge Pedro de. **Introdução á análise do discurso jornalístico impresso- um guia para estudantes de graduação**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Cengage Learning, 2.ed., 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2 ed., 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 1. ed., 2005.

VIEIRA, J.V. Oligopólio na comunicação: um Brasil de poucos. **Direito e Comunicação.org.br**, c2007. Disponível em: [http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=342&Itemid](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=342&Itemid). Acesso em: 09 out. 2013.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.