

FLÁVIO SABBAGH ARMONY

**O JORNALISMO POLÍTICO
LONGE DA IMPARCIALIDADE:
a cobertura das eleições de 2002 na região Sudeste**

RIO DE JANEIRO

2004

**O JORNALISMO POLÍTICO LONGE DA IMPARCIALIDADE:
a cobertura das eleições de 2002 na região Sudeste**

Flávio Sabbagh Armony

Trabalho apresentado no X Sipec – Sudeste no dia
8 de dezembro de 2004 na mesa temática 1:
Comunicação, Poder e Política na Universidade do
Estado do Rio de Janeiro.

RIO DE JANEIRO

2004

X SIPEC – SUDESTE

ARMONY, Flávio Sabbagh. O jornalismo político longe da imparcialidade: a cobertura das eleições de 2002 na região Sudeste. 19 p. Rio de Janeiro: UERJ, 2004.
Trabalho apresentado no X Sipec – Sudeste.

**Rio de Janeiro
2004**

RESUMO

A partir da década de 50, os jornais brasileiros foram abandonando o modelo francês, que haviam escolhido como base para seu jornalismo, e se aproximando do modelo estadunidense. A ditadura militar (1964-1985) funcionou como um catalisador para este processo e as mídias brasileiras deixaram de expressar sua opinião política com clareza e passaram a adotar uma postura “imparcial”, salvo alguns que não escondem sua postura em relação à política e aos candidatos em época de eleição.

Porém, essa imparcialidade reclamada está apenas na forma. Quando se faz uma análise do conteúdo desses veículos, verificam-se os interesses e objetivos de cada um desses jornais. Este trabalho propõe uma análise da cobertura das eleições presidenciais de 2002 pelos jornais da região Sudeste do país buscando descobrir o que está por trás do discurso supostamente imparcial e objetivo dos jornais, os motivos que os levaram a prestigiar um ou outro candidato e a forma de disfarce desse apoio.

Palavras-chave: jornalismo político; imparcialidade; cobertura das eleições de 2002

ABSTRACT

A major change in the Brazilian model of journalism has been happening since the 50's: the French model, used by that time, was changed by the American one. The military dictatorship (1964-1985) has accelerated this process and the Brazilian media stopped expressing their political views in a clear way to adopt an “impartial” attitude, except for some of them that do not try to hide their opinions about politics and candidates in electoral periods.

However, this so claimed impartiality is only stated. As we analyze these media contents, we notice their concerns and objectives. This paper proposes an analysis over the Brazilian presidential polls in 2002 by the newspapers of the Southeastern region of Brazil to figure what lies beneath their supposedly impartial and objective discourse, the reasons that took them to support one or other candidates and how this support has been disguised.

Keywords: political journalism; impartiality; 2002 presidential polls coverage

1. INTRODUÇÃO

A história do jornalismo no Brasil, assim como a história do próprio país, é marcada por grandes solavancos e guinadas em seus rumos. Desde o início, a imprensa brasileira tinha um caráter mais regional devido à grande extensão territorial do país e à quase nenhuma integração que aqui existia.

Nesse contexto, o jornalismo surge e se desenvolve aproveitando um modelo francês, em que cada veículo tinha como função expressar o seu ponto de vista sobre as questões em voga, inclusive sobre a política. Nos anos 50, os jornais seguiam linhas políticas definidas, defendendo partidos de situação ou oposição, conforme sua tendência. A maioria dos jornais era, entretanto, conservadora e particularmente de oposição ao governo de Getúlio Vargas (até 1954) e de seu herdeiro político, o presidente João Goulart. Nesse tempo, o jornal de Samuel Wainer, a Última Hora, era a voz que se levantava em favor do getulismo, não abrindo mão desta posição mesmo quando seu editor-chefe discordava das medidas do governo.

Esta situação começou a mudar com Assis Chateaubriand. Com a criação de uma agência de notícias, os Diários Associados passaram a ter de se focalizar menos nas particularidades locais para divulgar as notícias nacionais unificadas pela agência. Assim, seus jornais perderam um pouco do tom político para ganhar um aspecto pasteurizado, uniforme. Ainda assim, persistiam os outros, de acordo com cada linha política.

O golpe militar de 1964, que ocorreu com grande influência dos Estados Unidos, tratou de acelerar o processo de “pasteurização” do jornalismo brasileiro. A Última Hora saiu das mãos de Wainer e jornais como o Diário Carioca e o Correio da Manhã sucumbiram às sanções e censuras do governo enquanto Chatô foi obrigado a se desfazer de suas televisões. O modelo americano passou a ser adotado e alguns veículos aderiram imediatamente ao governo militar, enquanto outros passaram a combatê-lo. No ano seguinte, viu-se surgir um novo império: as Organizações Globo.

A partir de então, sucessivos atos do governo implicaram o fechamento de diversos jornais. Com a concessão da TV Globo garantida a Roberto Marinho, elegeu-se um novo Cidadão Kane. Em 1967, o presidente Costa e Silva baixou um decreto-lei (número 236) que “limitava a cinco o número de estações de televisão que poderiam pertencer ao mesmo grupo privado: três estações regionais e duas nacionais” (MORAIS, p.674). Dessa forma, Chatô teve de desfazer-se de suas televisões espalhadas pelo país enquanto a Globo funcionava com

contratos de retransmissão. Carlos Lacerda foi cassado e viu seu jornal perder espaço; Samuel Wainer teve sua prisão decretada após o AI-5 e vendeu a Última Hora, que tivera sua sede incendiada em primeiro de abril de 1964 (ARMONY, p. 229), para o grupo Folha, que interrompeu sua circulação no fim da década de 80; Niomar Moniz Sodré Bittencourt fechou o Correio da Manhã em 1969 após ser presa e ter sua redação invadida pelos militares. A TV Excelsior e o Diário Carioca também fecharam suas portas nessa época.

De 1969 a 1974, a repressão cultural acentuou-se. A televisão, principalmente a TV Globo, tornou-se transmissora da ideologia do Estado: as novelas, distração maior da classe média e do povo, mostravam o mundo das relações interpessoais isento das contradições sociais; os seriados norte-americanos transmitiam uma mensagem do gênero conto de fadas: o mal sempre era punido pelo bem. A TV Globo, que surgiu em 1965, impunha o padrão global de qualidade: uma forma técnica aprendida nos Estados Unidos e a ausência de ênfase aos conteúdos que denotavam uma temática brasileira. A imagem de tudo que corria bem era veiculada em todo o Brasil (SEIXAS, p. 11).

O fim da censura, na década de 80, poderia significar a volta da diversidade na imprensa nacional. Porém, todos os grandes, agora, estavam do mesmo lado. No Rio de Janeiro, O Globo, Jornal do Brasil e O Dia, e em São Paulo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo adotaram posições conservadoras, normalmente levantando a bandeira da imparcialidade. As exceções ficaram por conta do Jornal do Brasil, que apoiou Fernando Henrique Cardoso contra Lula nas eleições presidenciais de 1998 (em editorial) e do Estadão, que foi pró-Serra em 2002.

2. O JORNALISTA SUBJETIVO

Quem nunca ouviu uma chamada na televisão anunciando “a cobertura precisa dos fatos”, ou “um jornalismo imparcial”? Essa é hoje a máxima do jornalismo brasileiro. Um jornalismo que diz reportar “somente os fatos”. Mas até que ponto isso é possível? Como pode alguém ser tão objetivo a ponto de excluir-se de seu próprio texto?

A pretensão da imparcialidade nas nossas latitudes é, em princípio, tão utópica quanto a da objetividade. Em todas as longitudes. Objetiva só mesmo a máquina, quando funciona. O homem jornalista é subjetivo até no momento de colocar uma vírgula no meio do período. Do profissional da comunicação tem é de se exigir honestidade (CARTA).

Como diz Mino Carta, o ser humano não pode abster-se de si mesmo na hora de escrever um texto. Já que tudo que é visto é visto por um observador que tem subjetividade, um mesmo fato pode chegar a dois indivíduos de formas diferentes. A informação passa por diversos filtros que podem mudar completamente suas histórias, como os filtros da linguagem (entendendo-se linguagem como todo recorte da Realidade, verbal ou não-verbal) de que se utilizará, fatalmente, todo jornalista – que é um sujeito que carrega seus códigos e leitura de mundo.

Diz o professor Mohammed ElHajji:

A centralidade do fato lingüístico em todos os sistemas de conhecimento e nas próprias relações sociais e humanas leva, naturalmente, a questionar a possibilidade de apreensão pura e fiel do real, assim como o mito da objetividade nos processos comunicacionais, já que, como afirma Humberto Maturana, “tudo que é dito é dito por um observador”¹, logo, por um sujeito ele mesmo discursivamente construído. Ou seja, tudo que dizemos ou observamos é apenas uma reconstrução simbólica-sígnica do fato em si que, de qualquer maneira, não nos é permitido acessar imediatamente (sem inter-mediação), na medida que o nosso pensamento ou até nosso inconsciente são estruturados pela língua (ELHAJJI, p. 121-122).

¹ MATURANA, Humberto. Da biologia à psicologia. Artes Médicas, *apud* ELHAJJI (2002).

3. A IMPARCIALIDADE RECLAMADA

Durante o período de campanha para as eleições presidenciais de 2002, o Iuperj analisou a cobertura dos candidatos pelos principais jornais da região Sudeste. O instituto pesquisou entre os dias 20 de fevereiro e 27 de outubro as reportagens positivas, negativas e neutras sobre os concorrentes segundo seus próprios critérios e, de uma forma ou de outra, essa pesquisa foi utilizada pelos jornais para reclamar sua imparcialidade.

O mais evidente foi o Jornal do Brasil com a reportagem “JB é o mais imparcial do Rio”. Diz a matéria: “Na análise, o **JB** teve índices de matérias neutras [70%] muito superior ao de reportagens positivas ou negativas a qualquer candidato”. Além do JB, a Folha, o Estadão, O Globo e O Estado de Minas foram analisados. Isso demonstra, não só a pretensão da imparcialidade pelos jornais, mas o axioma de que esse é o desejo da população. Apesar disso tudo, fontes internas me garantiram: o candidato do JB era Ciro Gomes.

Sobre a mesma pesquisa, publicou o jornal O Globo:

A pesquisa indica que os três jornais citados [O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo] mostram tendência semelhante. Nos dados mais recentes, referentes ao intervalo entre os dias 7 e 20 de agosto, as três publicações deram mais reportagens sobre Ciro Gomes, que foi seguido por José Serra e Luiz Inácio Lula da Silva. Garotinho foi o menos citado nos três jornais.

O título da reportagem: “Pesquisa mostra equilíbrio dos jornais na eleição”. Ela foi escrita após a acusação do candidato Anthony Garotinho de estar recebendo pouco espaço na mídia. Ainda nesta reportagem, o cientista político Marcus Figueiredo tenta justificar o fato de José Serra, então terceiro colocado nas pesquisas, ser o candidato mais citado: “Ele é o candidato do presidente. Isso garante seu peso político”.

Deu na Folha, em 21 de julho: “De 20 de fevereiro a 28 de junho, a Folha, segundo o instituto [Iuperj], foi, dentre os três jornais de “maior penetração” do país, o que apresentou percentual mais elevado de reportagens “neutras” sobre a sucessão presidencial”.

4. A COBERTURA DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS EM 2002

A estreita relação entre poder e mídia é, além de tudo, financeira. Em *Notícias do Planalto*, Mario Sergio Conti conta que, como represália às revistas que passaram a atacá-lo, Collor suspendeu propagandas oficiais do governo que nelas seriam publicadas. Esta relação pode ser atestada por um exemplo ainda mais nítido: em 2002, diversos órgãos de imprensa passaram por uma grave crise financeira. A solução encontrada foi um projeto de lei que permitiria a participação de empresas estrangeiras nas companhias de comunicação. O projeto estava em discussão e ainda não havia consenso, quando, em 1 de outubro de 2002, o presidente Fernando Henrique Cardoso assinou a Medida Provisória nº 70, que regulamentava essa participação, supostamente por pressões do grupo Abril e das Organizações Globo. Com isso, FH contrariou um acordo feito entre o governo e a oposição que determinava que o projeto seria negociado e votado no Congresso como lei ordinária, conforme confirmou o deputado Walter Pinheiro para a revista *CartaCapital* (FERNANDES (2)).

Mas essa relação tem outras faces. Bob Fernandes explica o suporte da maioria da imprensa a José Serra dizendo que a tendência do jornalismo é apoiar quem já está no poder. Fernandes cita o jornalista Ricardo Noblat, então no *Correio Braziliense*, explicando o ataque que Ciro Gomes, candidato do PPS à presidência da República, passou a sofrer ao aparecer em segundo lugar nas pesquisas eleitorais:

A maioria dos donos de veículos de comunicação quer a vitória de Serra. A maioria dos jornalistas se divide entre Lula e Serra. Ciro virou um incômodo para Lula, Serra, donos de mídia e jornalistas. O modo como trata os jornalistas piora o tratamento que recebe deles. Uma eventual vitória de Ciro obrigaria os jornalistas a renovarem suas agendas de fontes de informação e a voltarem a cultivar fontes que já tinham descartado, como o ex-senador Antônio Carlos Magalhães...²

Na mesma reportagem, Fernandes mostra o ataque sofrido por Lula provindo dos jornais *O Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo* e *O Globo* com a volta do tema MST à pauta.

² NOBLAT, Ricardo. Carta ao Leitor. *Correio Braziliense*, 18 ago. 2002 *apud* FERNANDES (2).



FIGURA 4.1: Destaque na reportagem “E a máquina avança”, publicada na revista CartaCapital de 18 de setembro de 2002

A reportagem segue denunciando a omissão da imprensa em relação a potenciais escândalos envolvendo José Serra e até o próprio governo.

Percebemos, assim, que a maioria dos jornais apoiou, ainda que veladamente, o candidato José Serra, excetuando-se o Jornal do Brasil, que optou por Ciro Gomes. Nesta análise, mostraremos como jornais que se diziam imparciais tentaram prejudicar a candidatura de Lula e a de Ciro Gomes, sendo que o jornal O Globo mudou o tom de suas reportagens conforme as eleições se aproximaram com Lula encabeçando todas as pesquisas, desistindo, por fim, de atacar o petista.

4.1. O Globo

A primeira opção do jornal não foi o candidato governista. No início do ano, O Globo publicou reportagens exaltando a melhora na qualidade de vida do estado do Maranhão e deu grande destaque a Roseana Sarney, governadora do estado e virtual candidata à presidência pelo PFL, que, segundo as pesquisas, seguiria para o segundo turno contra Lula. Porém, investigações federais culminaram com a apreensão de R\$ 1,3 milhão em espécie na sede da empresa de Jorge Murad, marido de Roseana, o que prejudicou sua candidatura. Desta

forma, a governadora abandonou a disputa em abril, forçando *O Globo* a escolher um novo candidato: José Serra, o agora segundo colocado e candidato da situação.

A principal arma contra Lula e, posteriormente, contra Ciro Gomes, foi a alta do dólar e a instabilidade do mercado financeiro. Esta questão foi freqüentemente atribuída ao fato de o petista estar na frente nas pesquisas eleitorais e de o candidato do PPS ter grandes chances de ir para o segundo turno, deixando o tucano José Serra de fora da disputa. As altas espasmódicas do dólar ganharam dois apelidos: “efeito Lula” e “efeito Ciro”, conforme a conveniência. Em reportagem no dia 6 de julho, *O Globo* publicou a seguinte frase: “Segundo analistas, os temores de uma vitória do candidato do PT à presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, foram intensificados pelo temor a Ciro Gomes” (ELOY). A reportagem justificava uma alta do dólar conjugada a uma alta dos juros futuros. Entretanto, a maioria dessas altas coincidia com vencimentos de parcelas da dívida pública, antecipados de 2004 para o segundo semestre de 2002, justamente na época da eleição, pela diretoria do Banco Central. Uma explicação: os vencimentos puxam automaticamente o valor da moeda estadunidense para cima, já que o governo precisa comprar dólares para pagar as parcelas que estão nesta moeda. Assim, especuladores correm para comprá-la com a alta certa e vendem logo após o pagamento.

Ainda sobre este assunto, *O Globo* destacou o acordo feito entre o governo e o Fundo Monetário Internacional (FMI) para o empréstimo de US\$ 30 bilhões que ajudaria o país a fechar as contas públicas no fim do ano. O jornal destacou que o valor estava acima das expectativas, exaltando a habilidade do governo em negociar. Como consequência, o dólar caiu. Dois dias depois, a moeda estadunidense volta a subir e o fato é imediatamente atribuído à subida de Ciro Gomes nas pesquisas. Tudo na primeira página.



FIGURA 4.1.1. *O Globo* defende o governo e, dois dias depois, ataca a candidatura de Ciro Gomes.

O jornal voltaria a atacar o candidato mostrando suas gafes e descontextualizando declarações que poderiam prejudicá-lo. No dia 23 de agosto, publicou na página 4: “TSE

proíbe Serra de mostrar na TV Ciro chamando um eleitor de burro”. *O Globo* poupou o trabalho de Serra.

Em outubro, o jornal admite a vitória de Lula e muda seu discurso. Duas reportagens, publicadas entre o primeiro e o segundo turno ilustram esta conversão: a primeira, intitulada “Me dê motivos...”, ridiculariza o mercado financeiro devido à alta do dólar, tirando do petista a responsabilidade pela instabilidade. Diz:

Primeiro foi Lula. Depois, foi Ciro e, mais tarde, Garotinho. Agora é o fato de o Rio de Janeiro ter decidido sua eleição no primeiro turno. Como na letra da música que se tornou famosa na voz de Tim Maia, retratando alguém que procurava motivos para ir embora, o mercado financeiro vive buscando uma justificativa para o nervosismo (LUANE).

Uma semana antes da eleição, *O Globo* vai além e atribui uma calmaria do mercado às propostas econômicas do PT. Vencida a eleição, as organizações Globo preparam especiais sobre a vida do novo presidente, dando a ele caráter de herói do povo.



FIGURA 4.1.2: Lula passa de vilão a herói.

4.2. **Jornal do Brasil**

Já o *Jornal do Brasil* manteve os ataques ao petista até o fim. Ao contrário de seu concorrente carioca, o JB manteve em Lula a responsabilidade sobre as incertezas do mercado financeiro. Com seu candidato, Ciro Gomes, fora do páreo, o jornal inclinou-se para Serra. No dia 8 de outubro, publicou na primeira página: “FH pede a candidatos clareza em suas propostas”. Na mesma edição, publicou uma chamada de primeira página insinuando que as medidas tomadas pelo Banco Central para conter a alta do dólar eram corretas. Neste caso, o recurso utilizado pelo JB é sugerir, nas entrelinhas, que a política financeira de Lula não está clara e que isso desestabiliza o mercado.

No dia 16 de outubro, faltando apenas onze dias para a eleição, o jornal utiliza-se novamente de mensagens subliminares para direcionar o pensamento do eleitor. Publica a manchete “EUA já têm plano para caso de moratória brasileira” e, logo abaixo, uma foto de

Lula em campanha com a seguinte chamada: “Diferença entre Lula e Serra vai a 32 pontos dos votos válidos”.

EUA já têm plano para caso de moratória brasileira

LIDERANÇA COM FOLGA



ANIMADO pelos números das pesquisas de intenção de voto, Luiz Inácio Lula da Silva faz campanha no Nordeste. Em João Pessoa, ele acompanhou o candidato ao governo da Paraíba, Roberto Paulino, em comício e carreta com clima de festa

Diferença entre Lula e Serra vai a 32 pontos dos votos válidos

Vantagem entre os votos totais sobe para 29 pontos

Pesquisa Ibope divulgada ontem pelo *Jornal Nacional*, da TV Globo, mostra que o candidato Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, tem quase o dobro das intenções de voto de José Serra, que concorre ao Planalto pelo PSDB. Lula tem 66% dos votos válidos contra 34% do candidato tucano, ou 60% contra 31% em termos absolutos, com os votos brancos e nulos somando 4% e os indecisos, 5%.

O presidente Fernando Henrique afirmou ontem que já estava cansado de tanta pergunta sobre risco ou medo com relação ao que aconteceria se fosse eleito um ou outro candidato. Disse que não vai acontecer nada, que as instituições estão fortes e que, “ganhando fulano ou sicrano”, o país continuará em busca do crescimento.

A participação da atriz Regina Duarte na campanha de Serra gerou onda de críticas na internet. **PÁGINAS A2, A3 e A4**

A SOLIDÃO DA DERROTA. AUGUSTO NUNES. PÁGINA A2

O subsecretário do Tesouro americano, Kenneth Dam, reconheceu ontem, em palestra a investidores, que os Estados Unidos já têm um “plano de contingência” para o caso de o Brasil declarar moratória da dívida. Dam não quis dar detalhes da estratégia que seria adotada nessa hipótese. O Banco Central não conseguiu rolar parte da dívida cambial que vence amanhã, no valor de US\$ 3,6 bilhões, porque o mercado pediu taxas muito altas.

Economistas prevêem nova alta dos juros, já que o dólar, que ontem fechou estável, a R\$ 3,845, não dá sinais de queda. **PÁGINAS A9 A 11**

INDÚSTRIA ESPERA RETRAÇÃO ATÉ 2003. PÁGINA A11

Juros altos vão afetar vendas de Natal

O comércio do Rio perdeu as esperanças de recuperar o ritmo das vendas, típico desta época do ano, por causa da alta da taxa básica de juros da economia, determinada segunda-feira pelo Banco Central.

– O Natal foi embora – afirma o presidente do Instituto Fecomércio-RJ, Orlando Diniz.

A indústria de brinquedos, que previa 600 contratações para dar conta das encomendas esperadas, cancelou os planos. Nas ruas, consumidores evitam compras a prazo. **PÁGINA A16**

FIGURA 4.2.1: JB leva leitor a associar vitória de Lula a calote na dívida externa.

4.3. Folha de S. Paulo

A Folha seguiu a mesma linha do Jornal do Brasil, mantendo seu apoio ao governo e atacando Lula. Já em abril, o jornal publicou: “Petista defende mercado regulado por ação do Estado”. Esta reportagem foi feita no início da campanha, antes da moderação no discurso de Lula ser amplamente divulgada. Ela sugere, mais uma vez, uma esquerda intervencionista, abominada pelo governo FH e pela mídia na época. Uma esquerda estreitamente ligada ao comunismo.

Mais tarde, em 27 de setembro, a Folha publica em seu caderno especial *Eleições 2002* uma matéria sugerindo que o PT tivesse mentido em sua propaganda eleitoral gratuita.

O partido prometera a criação de 10 milhões de empregos, mas em nenhum momento explicou se estes eram com carteira assinada ou não. Como título da reportagem: “PT admite ser ‘irreal’ criar 10 milhões de empregos formais”. Apenas no segundo parágrafo, o jornal publicou uma declaração do coordenador do programa para geração de emprego e renda do PT Antônio Prado: “Não é a nossa expectativa e nós nunca prometemos tal coisa”. Contudo, o emprego da palavra *admite* soa como uma confissão de culpa.

Como sabemos, a linguagem ultrapassa a barreira do que é verbal e, muitas vezes, funciona por associação de imagens. A Folha de S.Paulo utilizou-se, como o JB, de mensagens subliminares em várias ocasiões para associar a candidatura do PT ao caos e a do PSDB à calmaria.

The image shows two pages from the Folha de São Paulo newspaper, dated September 29, 2002. The left page features the headline "Com 49% dos votos válidos, Lula fica a 1 ponto de vencer no 1º turno" (With 49% of valid votes, Lula is 1 point away from winning in the 1st round). Below the headline is a large advertisement for Mattel's "Promoção Dia das Crianças Koraicho" (Children's Day Promotion Koraicho), featuring various action figures and toys. The right page features the headline "Ao lado de Serra, FHC pede que não se vote só com 'emoção'" (Alongside Serra, FHC asks that we don't vote only with 'emotion'). Below the headline is another large advertisement for Mattel's Barbie promotion, showing various Barbie dolls and accessories with prices. Both pages include small text columns and logos for Mattel and Koraicho.

FIGURA 4.3.1: Propaganda de brinquedos de guerra logo abaixo do título sobre Lula (E) seguida de propaganda da Barbie abaixo de título sobre Serra dois dias depois.

Este é apenas um exemplo de como a diagramação do jornal e a seleção de suas propagandas podem influenciar em sua leitura, pois a associação entre texto e imagem é automática em um ser humano. Portanto, os temas bélicos e caóticos justamente abaixo da notícia que anuncia uma possível vitória de Lula no primeiro turno sugerem o mesmo caos

para uma vitória do candidato, enquanto a Barbie (cujo *slogan* é “tudo o que você quer ser”) abaixo de Serra e FHC sugere uma vida perfeita na manutenção do PSDB no governo.

Em 12 de outubro, a Folha elogiou, na primeira página, a atuação do Banco Central na tentativa de conter o aumento do dólar. Apenas no caderno *Dinheiro* o jornal esclareceu que tais medidas poderiam agravar a recessão do país. Porém, a maioria das pessoas que lê a primeira página não chega ao caderno. O jornal manteve o tom agressivo mesmo após as eleições. Em sua edição de 31 de outubro, publicou várias notícias criticando o partido, como mostrou a revista CartaCapital de 6 de novembro de 2002.



FIGURA 4.3.2: *Folha* associa Lula até a Saddam Hussein.

5. CONCLUSÃO

Como demonstramos acima, a imparcialidade no jornalismo político não é uma meta dos meios de comunicação. É apenas uma falácia, uma forma de ludibriar o leitor para que ele pense o jornal como um porta-voz da Verdade.

O axioma da imparcialidade vem sendo repetido como uma tautologia a ponto de pouca gente ainda questionar se esse é o melhor tipo de jornalismo para a realidade brasileira. Esse debate desloca o centro da questão da imparcialidade para a honestidade. Cabe aqui o exemplo do jornalismo francês, que tem dentre os maiores jornais impressos veículos claramente de esquerda (*Le Monde*, *Libération*) e de direita (*Le Figaro*).

O jornalista Ancelmo Góis, durante palestra na PUC-Rio, apontou dois problemas graves no jornalismo brasileiro: o primeiro é a grande concentração de meios de comunicação em poucos conglomerados. O segundo é a estreita ligação desses meios com os políticos. Basta lembrar que Antonio Carlos Magalhães e Fernando Collor de Mello são donos dos maiores jornais e televisões de seus estados. Dessa forma, como é possível escusar esses jornais de serem tendenciosos?

É evidente que esse tipo de relação simbiótica entre política e jornalismo tem uma grande influência sobre a tendência de cada veículo. Ainda que não houvesse toda essa intimidade entre os dois setores, a imparcialidade e a objetividade seriam impossíveis pois o jornal responde à inclinação de seu dono e em cada matéria o jornalista se insere por mais que tente se eximir de sua opinião.

Veículos como O Estado de S.Paulo, CartaCapital e Caros Amigos deixam sua opinião política bem clara, sendo o primeiro de direita e os outros respectivamente de centro-esquerda e esquerda. Não seria essa uma maneira mais honesta de se fazer jornalismo? Mas outra questão se insere nesse contexto: seria realmente um jornalismo saudável se todos os veículos declarassem sua opinião política – e tivessem a mesma ideologia?

A melhor maneira é existir um equilíbrio. Jornais fortes e de tendências distintas poderiam formar um panorama mais honesto das mídias no Brasil. Apesar de seus defeitos, a década de 50 apresentava um cenário mais democrático em relação ao jornalismo político. Tanto que a ditadura militar se apressou em desmontá-lo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AJZENBERG, Bernardo. Estatísticas. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 jul. 2002. Disponível em <<http://www.folha.uol.com.br/folha>>. Acesso em: 25 nov. 2002.

ARMONY, Miguel. **A linha justa**: a Faculdade Nacional de Filosofia nos anos 1962-1964. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

BRÍGIDO, Carolina; NAHAS Daniela & FILIPINI, Flávia. TSE proíbe Serra de mostrar na TV Ciro chamando um eleitor de burro. **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 4, 23 ago. 2002.

BURROWES, Patrícia Cecília. **Le Monde diplomatique**: um jornal para pensar. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

BC aperta bancos, e dólar cai 4,26%. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, p. 1, 12 out. 2002.

BC aperta cerco à especulação. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 1, 8 out. 2002.

CARTA, Mino. CartaCapital escolhe Lula. **CartaCapital**, São Paulo, ano IX, n. 209, 2 out. 2002, p. 18.

_____, Mino. A transição, o espertalhão e o PT. **CartaCapital**, São Paulo, ano IX, n. 214, 6 nov. 2002, p. 21.

CIDADÃO Kane. Direção e produção: Orson Welles. Roteiro: Herman J. Mankiewicz e Orson Welles. Intérpretes: Joseph Cotten; Dorothy Comingore; Agnes Moorehead; Ruth Warrick; Ray Collins; Erskine Sanford; Everett Sloane; William Alland; Paul Stewart; George Coulouris; Fortunio Bonanova; Gus Schilling; Philip Van Zandt; Georgia Backus; Harry Shannon; Sonny Bupp; Buddy Swan; Orson Welles e outros. Música: Bernard Herrmann. Estados Unidos: Mercury Productions; RKO Radio Pictures Inc., ©1941. 2DVDs (119 minutos). Edição Especial. Produzido por Warner Home Video.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto**: a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DOXA – Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública. **Iuperj** – Instituto Univeritário de Pesquisas do Rio de Janeiro/UCAM. Eleições 2002. Disponível em <<http://doxa.iuperj.br/eleicoes2002.htm>>. Acesso em 25 nov. 2004.

ELHAJJI, Mohammed. **Por um jornalismo auto-reflexivo**. In: PAIVA, Raquel (org.). **Ética, cidadania e imprensa**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. p. 117-133.

ELOY, Patrícia & PASSOS, José Meirelles. Mudança no jogo eleitoral enerva o mercado. **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 25, 6 jul. 2002.

ESPECULAÇÃO eleitoral anula efeito FMI e dólar volta a R\$ 3. **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 1, 10 ago. 2002.

FERNANDES Bob (1). E a máquina avança. **CartaCapital**, São Paulo, ano IX, n. 207, 18 set. 2002, p. 24-29.

_____ & LÍRIO, Sérgio (2). Óleo na máquina. **CartaCapital**, São Paulo, ano IX, n. 210, 9 out. 2002, p. 18-20.

FH pede a candidatos clareza em suas propostas. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 1, 8 out. 2002.

FMI facilita transição para futuro governo com ajuda de US\$ 30 bi. **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 1, 8 ago. 2002.

FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, 29 set. 2002, Eleições 2002, Caderno especial, p. 1.

_____. São Paulo, 1 out. 2002, Eleições 2002, Caderno especial, p. 1.

GALENO, Renato. Pesquisa mostra equilíbrio dos jornais na eleição. **O Globo On**, Rio de Janeiro, 28 ago. 2002. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com>>. Acesso em: 23 nov. 2002.

GÓIS, Ancelmo. É bom ser jornalista. **VII Mostra PUC**. Palestra ministrada em 28 ago. 2003.

GOVERNO arrisca recessão para conter dólar. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 12 out. 2002, Dinheiro, p. 1.

JB é o mais imparcial do Rio. **JB Online**, Rio de Janeiro, 29 ago. 2002. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/jb/papel/brasil/2002/08/28/jorbra20020828004.html>>. Acesso em 29 ago. 2002.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, p. 1, 16 out. 2002.

LUANE, Katia. Me dê motivos... **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 33, 8 out. 2002.

LULA se compromete com o 'superávit que for necessário'. **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 1, 18 out. 2002.

LULA = Serra + Garotinho. **O Globo**, Rio de Janeiro, p. 3, 16 abr. 2002.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o rei do Brasil**. São Paulo: Cia. das Letras, 1994.

NIOMAR Moniz Sodré Bittencourt. In: IstoÉ Gente. **IstoÉ Online**, São Paulo. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoegente/100mulheres/jornalismo/niomar.htm>>. Acesso em: 20 nov. 2002.

PESQUISA de opinião pública sobre assuntos políticos. **Ibope**, 21 jan. 2002. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/opp/pesquisa/politica/eleicoes/download/pesquisa_ibope_cni_jan02.pdf>. Acesso em: 3 fev. 2003.

PETISTA defende mercado regulado por ação do Estado. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 12 abr. 2002. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/fsp/brasil/fc1204200223.htm>>. Acesso em 17 abr. 2002.

PETROS, Francisco. Alta do dólar vs. efeito Lula I. Monitor de Mercado, **CartaCapital**, São Paulo, ano IX, n. 209, 2 out. 2002, p. 47.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50**. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2000.

SEIXAS, Rozeny Silva. **Morte e vida Zeferino**: Henfil e humor na Revista Fradim. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.

WAINER, Samuel. **Minha razão de viver**: memórias de um repórter. Rio de Janeiro: Record, 2000.

ZANINI, Fábio. PT admite ser 'irreal' criar 10 milhões de empregos formais. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 27 set. 2002. Eleições 2002, Caderno especial, p. 1.