



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSORA ORIENTADORA: MÔNICA IGREJA DO PRADO
ÁREA: COMUNICAÇÃO SOCIAL

Cobertura política como memória histórica Reflexões sobre os textos de Marcos Coimbra no Correio Braziliense

Larissa Terceiro de Carvalho
206304/92

Brasília, Junho de 2009

Larissa Terceiro de Carvalho

Cobertura política como memória histórica
Reflexões sobre os textos de Marcos Coimbra no Correio
Braziliense

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Prof. Me Mônica Igreja do Prado

Brasília, Junho de 2009

Larissa Terceiro de Carvalho

Cobertura política como memória histórica
Reflexões sobre os textos de Marcos Coimbra no Correio
Braziliense

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Banca Examinadora

Prof. Mônica Igreja do Prado
Orientadora

Prof. Severino Francisco
Examinador

Prof. Cláudia Busato
Examinadora

Brasília, Junho de 2009

Dedico este trabalho à minha avó Dadi, que escolheu me criar como filha e nunca mediu esforços para me dar a melhor educação possível.

E ao meu falecido avô Carlos, que despertou meu interesse pela política, tão importante para minha vida enquanto cidadã brasileira. Obrigada por tudo!

Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora Mônica Prado pelo empenho em transformar este trabalho numa reflexão coerente.

Agradeço à minha amiga Débora pelas horas de debate que travamos, uma sobre a monografia da outra, o que tornava tudo mais leve, pois dividíamos as dúvidas e as vitórias do processo de pesquisa.

Agradeço à outra grande amiga, Ludmila, por ter cedido seu computador, inúmeras vezes, durante a feitura da monografia.

Agradeço aos demais amigos, que torcem pelo meu sucesso como se fosse o deles.

Muito Obrigada!

“[...] o universo da política é percebido como um sistema planetário parecido com o nosso, com uma (e uma só) estrela, em cuja órbita estão os planetas e os astros menores. Para o cidadão comum, outros poderes, instituições e personagens são sempre secundários.

“Se o presidente é tão central e decisivo, sua individualidade conta, e muito, para explicar como o todo se move.”

Marcos Coimbra

RESUMO

A monografia pretende mostrar a importância do jornal impresso enquanto documento de consulta histórica e espaço para a reconstrução e ou representação dos mais variadas sociedades em suas diversas épocas. Os periódicos detêm legitimidade suficiente para serem apontados como instrumentos históricos, essenciais na manutenção da memória de uma nação. O trabalho mantém o cerne político, na medida em que procura criticar a vigente maneira de se cobrir política no Brasil, considerando-se a importância histórica dos jornais. Para isso, procura-se, também, entender a ligação da estrutura presidencialista nacional com a cultura personalista observada nos cadernos políticos. O constante açoite aos representantes do povo, que ilustram diariamente as páginas dos jornais, provoca um afastamento popular da esfera pública, prejudicial para a construção de uma sólida memória política. Muitas críticas são feitas aos personagens dos rotineiros escândalos políticos, e pouco se explica sobre o processo político e seus desdobramentos. O capital simbólico das instituições estatais, assim se torna, cada vez mais enfraquecido e deturpado. Apontar a coluna de Marcos Coimbra, sociólogo e presidente do Instituto Voz Populi, que mantém uma linha interpretativa de texto, tem por objetivo exaltar todas as funções do jornalismo, em se tratando das classes sociais carentes de informação embasada e com idoneidade.

Palavras-chave: Memória política. Cultura personalista. Personagens. Capital simbólico. Jornais.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 8 |
| 1.1 ANTIGAS MOTIVAÇÕES..... | 8 |
| 1.2 OS PORMENORES DO PROCESSO DE PESQUISA..... | 9 |
| 1.3 AS PERGUNTAS VALEM TANTO QUANTO AS RESPOSTAS..... | 10 |
| | |
| 2 OS JORNAIS IMPRESSOS SÃO FONTES LEGÍTIMAS DE RECONSTRUÇÃO HISTÓRICA..... | 12 |
| | |
| 3 CULTURA PERSONALISTA E SES DESDOBRAMENTOS NO FAZER JORNALÍSTICO..... | 16 |
| 3.1 CULTURA PERSONALISTA, COBERTURA POLÍTICA DE PERSONAGENS..... | 16 |
| 3.2 O PERSONALISMO E SEUS EFEITOS NO CAPITAL SIMBÓLICO DO ESTADO..... | 20 |
| | |
| 4 JORNALISMO REFLEXIVO E CONCATENADO..... | 24 |
| 4.1 FORMAS DE SE ESCREVER O FATO NOTICIOSO: O INFORMATIVO, O OPINATIVO E O INTERPRETATIVO..... | 24 |
| 4.2 O TEXTO INTERPRETATIVO DE MARCOS COIMBRA..... | 24 |
| 4.2.1 ANÁLISE..... | 28 |
| 4.2.2 CONCLUSÃO..... | 34 |
| | |
| REFERÊNCIAS..... | 37 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 ANTIGAS MOTIVAÇÕES

Sou uma entusiasta pelas questões humanas, não é por acaso que escolhi um curso de Comunicação Social. No colégio, eu era uma daquelas alunas que sempre tinham um discurso na ponta da língua, e não faltava vontade de transformar o mundo, as regras sociais que me eram obsoletas, de ajudar as classes menos favorecidas e tudo mais que uma jovem engajada deveria querer mudar.

Quando dei por mim, já estava na faculdade, e eu não tinha mudado nada e nem ajudado ninguém como sonhara. Então, me caiu sobre os ombros o peso de cursar uma faculdade que dê futuro, carreira sólida, meios para seguir na vida sem a ajuda dos pais. E por esses e outros motivos, que não cabem por aqui, mais ainda me distanciei daquela gana de melhorar o plano social do país.

Então, vi na monografia uma porta para reiniciar, de forma prática, aqueles antigos desejos de participação social engajada da adolescência. Logo de primeira, decidi que o tema se relacionaria com política, e depois de muita discussão com minha orientadora, meus amigos e meus botões, optei por falar do papel histórico dos jornais impressos na construção da memória política nacional.

O que mais se observa na história nacional é que ela se repete, principalmente, em se tratando dos erros cometidos pelos dirigentes, pelo povo, pelos integrantes essenciais de uma nação. E o jornal diário tem nas mãos a chance de retratar os acontecimentos importantes, guardar a memória do país, servir de instrumento de estudo e resgate da história para as gerações futuras.

Quero entender por que se fala tanto somente dos políticos, como se estes não pertencessem a partidos, que guardam preceitos, ideologias, metas para com o povo. Escrever sobre políticos como se fossem meros personagens de folhetim, deixando de lado todo o universo de informações do cerne social de extrema relevância para o país, pode diminuir o valor do jornal impresso enquanto meio de informação e desviar seu denodo histórico.

1.2 OS PORMENORES DO PROCESSO DE PESQUISA

São muitas as dúvidas sobre o porquê da completa aversão do grande público pela esfera política nacional. É intrigante ponderar sobre os motivos pelos quais a imagem do Poder Executivo e, principalmente, a imagem do Congresso Nacional é tão desgastada e desconexa. A ideia passada pela cobertura dos grandes jornais impressos brasileiros é de que as instituições estatais são palco de picuinhas pessoais, troca de favores, articulações de classes dominantes. Os interesses sociais, o posicionamento dos partidos, as pautas vigentes formam o pano de fundo da cobertura comprometida dos grandes veículos de mídia impressa nacionais.

O jornal impresso enquanto aparato histórico de consulta, para os mais diversos membros da sociedade e seus inúmeros ofícios, possibilita a construção e representação de épocas, costumes, num dado período de tempo, sem contar a legitimidade imposta pelos periódicos. Eles são meios dotados de capacidade de intervir na opinião pública, conduzir idéias pelas diversas classes sociais e, dentro de contextos específicos, são formas de dominação e manutenção de classes orientadas por interesses econômicos e ou políticos.

Constatar o jornal como mero instrumento de manutenção do poder das famílias brasileiras associadas às elites políticas, que possuem o controle das empresas brasileiras de mídia impressa, caracteriza os periódicos nacionais como meios de comunicação comprometidos e ideologicamente orientados, de forma contrária ao direito à livre e idônea informação. O caráter de fonte de consulta histórica, que possibilita demasiadas representações e interpretações das épocas do homem, destaca a importância de discussões embasadas sobre o papel do jornal na preservação da cultura nacional.

Apontar a coluna do sociólogo e presidente do Instituto Vox Populi, Marcos Coimbra, como exemplo de informação jornalística reflexiva e atenta aos detalhes, foi o direcionamento escolhido, com o apoio da minha orientadora Mônica Prado, para a composição deste ensaio. O texto do sociólogo mantém uma linha de raciocínio aprofundada nas minúcias inerentes ao processo político e procura manter o leitor ciente dos pontos essenciais dos assuntos latentes da pauta.

Trata-se de uma coluna composta por reflexões analíticas sobre as questões sociais de maior relevância na atualidade, e o recorte de tempo escolhido para o ensaio data de 1º de outubro de 2008 até 26 de abril de 2009, compondo, assim, um grupo de 51 matérias. Através de pesquisa bibliográfica, foi possível levantar as informações necessárias para a composição de um raciocínio que abrigasse pontos referentes a mídia e política, com espaço para a discussão da imprensa escrita.

Entender o traço personalista da história brasileira, pelo grau de interferência imposto pela tradição presidencialista de governo, transposto para feitura dos jornais impressos, é essencial para o entendimento dos objetivos do trabalho. Os fatos históricos esclarecem o curso dos acontecimentos e formam o repertório necessário para as indagações advindas da insatisfação com o processo de cobertura política brasileira, que deveriam respeitar determinadas formas e preceitos para a compreensão do leitor.

1.3 AS PERGUNTAS VALEM TANTO QUANTO AS RESPOSTAS

O mais intrigante no processo de coleta de informações para a composição do ensaio é deparar-se com dúvidas tão importantes como as suas possíveis respostas. Ao observar a cobertura política dos jornais como informações presas somente a personagens específicos, fez-se necessário entender o processo presidencialista do país. Tentar ligar a cultura presidencialista com uma cobertura de personalidades trouxe à tona os aspectos históricos explicadores da estrutura da mídia impressa nacional.

Concatenar os dados recolhidos estimula o nascimento de hipóteses para o problema da pesquisa como a seguinte: O traço personalista do modelo de governo presidencialista, associado às duas características de destaque na história das comunicações brasileira – o controle de grupos familiares ligados a elites políticas – abre espaço para uma cobertura, em grande parte, de personagens e não de questões sociais relevantes para o povo brasileiro?

Pode-se apontar a personificação do presidente da república, impressa no modelo de governo presidencialista, como justificativa para a cobertura política de personagens das editorias dos jornais impressos nacionais. Bem como o caráter

personalista da cultura política brasileira influencia a cobertura de políticas públicas por parte dos veículos de mídia impressa brasileiros. Ao se considerar os fatos históricos, enfatiza-se o controle das empresas jornalísticas e de radiodifusão por elites familiares, ligadas a grupos políticos, como agente construtor de uma cultura personalista nas editorias políticas.

2 OS JORNAIS IMPRESSOS SÃO FONTES LEGÍTIMAS DE RECONSTRUÇÃO HISTÓRICA

O primeiro jornal impresso brasileiro é de 1808, quando o país ainda era uma simples colônia de Portugal. Do seu descobrimento, em 1500 até a primeira edição de um jornal foram mais de 300 anos, sob a condição de colônia adormecida pela proibição de letras impressas no local. Os dirigentes portugueses mantinham com severidade o controle intelectual, com intuito de manter a consciência cidadã enfraquecida, sem a influência reflexiva conseqüente do conhecimento.

O marco da chegada da imprensa ao Brasil foi a transferência da família real, de Portugal para a colônia. Dom João VI começou, então, um processo de desenvolvimento intelectual de sua presente residência. A colônia, na condição de sede de seus dirigentes, se viu progredindo nos aspectos econômicos e políticos. A invasão francesa em solo português foi ponto crucial para o a implantação de fábricas, faculdades, e em 13 de maio de 1808, da primeira casa editora, responsável pela impressão de livros didáticos. Isabel Lustosa (2003, p.8) aponta o surgimento da imprensa um dos fatores fundamentais para a Independência do país, que aconteceu quatorze anos após a inauguração da palavra impressa por aqui.

Era inegavelmente uma mudança radical na vida e nos costumes da antiga colônia. Essa mudança seria seguida, quatorze anos depois, pela Independência. Mas, entre a chegada do rei e o Sete de Setembro de 1822, uma sucessão de acontecimentos internacionais e locais formariam o caldo em que foi cozida a Independência do Brasil. O elemento mais importante para esse processo foi mesmo a mudança do centro do poder português de Lisboa para o Rio de Janeiro, com todas as suas conseqüências. Dessas, as mais decisivas foram, a revolução constitucionalista do Porto, em 1820, e a liberação da imprensa no Brasil.

Um ponto interessante do surgimento do primeiro jornal brasileiro é o fato de ele ter nascido fora da colônia, por iniciativa de Hipólito da Costa. Aconteceu em Londres, para onde Hipólito fugiu exilado, em 1805. Ele morou por muitos anos em Lisboa, em 1798, partiu para os Estados Unidos como enviado especial da corte portuguesa.

Hipólito fora cativado por todo aquele desenvolvimento comercial e intelectual dos norte-americanos. Voltou para Portugal em 1800 influenciado por idéias maçônicas, e em Lisboa, assumiu um cargo na Imprensa Régia. Em uma viagem de trabalho à Londres, deparou-se também com a maçonaria de lá. As atividades com os maçons ingleses renderam-lhe sua prisão, logo após sua volta, a Portugal.

No seu exílio em Londres, após sua fuga em 1805, trabalhou como professor e tradutor. Com a ida da família real para a colônia brasileira, e estimulado pela independência intelectual inglesa, “Hipólito reconheceu esse fato único – o de uma cabeça coroada reinando na América” (LUSTOSA, 2003, p.13). Sua posição favorável em solo inglês pelos contatos maçônico e sua amizade com o Duque de Sussex, filho do rei, fez com que ele se sentisse confortável para exercer sua natureza de jornalista. Hipólito queria escrever para o leitor brasileiro, e assim o fez. O periódico se chamava Correio Braziliense e tinha função também educativa. Sobre o assunto, Lustosa (2003, p.15) argumenta:

Num tempo em que acesso à educação era tão menos democrático, em que vivíamos mudança do mundo a partir das idéias disseminadas pelo Iluminismo ao longo do século anterior, a imprensa se firmara como um importante difusor das chamadas Luzes. Naquele contexto, o jornalista se confundia com o educador. Ele via como sua missão suprir a falta de escolas e de livros através dos seus escritos jornalísticos.

O que a autora evidencia, ao retratar o papel de Hipólito da Costa na imprensa brasileira, é a capacidade de se acumular, em diários, informações como fontes de consulta e comparação de sociedades, para qualquer interessado. Escrever cronologicamente sobre os costumes a trajetória política e social de algum lugar é construir um objeto de consulta. O jornal é uma fonte primária, é um documento histórico para o estudo de uma sociedade e cultura de um período.

O Correio era um jornal em formato de livro, repleto de discursos e “densos artigos onde a informação era veiculada de forma circunstanciada e analítica” (LUSTOSA, 2003, p.15). Ele era um jornal politicamente posicionado e tão importante para a trajetória da imprensa nacional quanto para questões históricas relevantes. Lustosa (2003, p.17) conta:

Era para informar os brasileiros do que se passava no mundo, para influir sobre seus espíritos direcionando-os no sentido das idéias liberais, para chamar a atenção para o caráter daninho do Absolutismo ou de qualquer forma de despotismo que Hipólito escrevia.

Em setembro de 1808 foi impresso o primeiro jornal em solo brasileiro, chamava-se Gazeta do Rio de Janeiro e era completamente monitorado pela Imprensa Régia. A Gazeta era completamente orientada pela ideologia da realeza, o leitor carioca somente tinha acesso às informações comprometidas com os interesses das classes dominantes.

A partida de Dom João VI ocorreu numa época efervescente no solo da colônia. Constantes discussões surgiam sobre a Independência e, naturalmente, surgiram impressos independentes. O Brasil, sob a condição de colônia, via florescer uma imprensa engajada nas questões de liberdade sócio-econômica do local, e os periódicos independentes eram instrumentos de articulação e propagação de ideologias. O Brasil estava apenas no início de bravas lutas pela Independência. Eram os primeiros capítulos da história nacional tendo-se a imprensa como instrumento de influência nas questões sociais da época.

Falar da história do Correio é falar da história do Brasil. E assim ocorre com muitos outros periódicos. O jornal impresso tem enraizada a função de mediador entre a sociedade e seus dirigentes. É também, através dos periódicos que se pode conhecer, com riqueza de detalhes, os costumes de uma sociedade, podendo-se assim entender as mais diversas culturas. Vale destacar a importância do jornal na esfera política e seus desdobramentos junto à sociedade.

Os cadernos políticos trazem informações essenciais para o conhecimento da maneira com que, através das épocas, as classes dominantes se comunicaram com outros estratos sociais, bem como a forma que tais estratos recebem as informações por meio do jornalismo. Silva (2006, p.37) comenta:

A imprensa adquire importância como objeto historiográfico no campo da história política quando consideramos a especificidade do político, em sua dinâmica própria, e as relações de mediação entre a sociedade e estado. [...] Na medida em que valorizamos as mediações entre sociedade e Estado e entendermos que os conceitos, como formas de consciência, compõem a vida política, apreçaremos também a imprensa. Nesse contexto, a imprensa, sobretudo a periódica, é um

importante meio de construção de culturas políticas específicas, ou seja, empiricamente verificáveis e de interesse historiográfico.

Não importa a época, o jornal impresso tem a capacidade de contar a história do lugar, influenciar o leitor e exercer a função de mediador entre sociedade e Estado. Através do jornalismo impresso, faz-se um banco de dados capaz de oferecer conteúdos legítimos o bastante para pesquisadores, historiadores e a população em geral. O indivíduo precisa conhecer a história do seu país, e ter acesso a periódicos, com a envergadura moral necessária para estudo e análise, é relevante para a construção da memória histórica do cidadão.

Os acervos de jornais são verdadeiras bibliotecas, qualquer um pode estudar, analisar, apenas conhecer a história de qualquer lugares através de um simples jornal. Ele reproduz a conjuntura sócio-econômica de uma sociedade, as notícias, seus tamanhos, sua disposição na página. Ilustrações e editorias formam um conjunto de posicionamentos capazes de tornar possível a análise e reconstrução crítica da história do lugar.

Jornais são instrumentos de voz, possibilitam a propagação de ideologias, são formas eficazes de influência de massa e legítimas fontes de consulta.

3 CULTURA PERSONALISTA E SEUS DESDOBRAMENTOS NO FAZER JORNALÍSTICO

3.1 CULTURA PERSONALISTA, COBERTURA POLÍTICA DE PERSONAGENS

Ao se analisar a estrutura presidencialista do Estado brasileiro, observa-se que é natural a personificação do governo, pois é na figura do presidente que se constrói a imagem de governança da Nação. Segundo Alexandre de Moraes (2004, p.12), “dessa absoluta personificação de governo depende o futuro do país durante os anos de mandato presidencial”.

A história seria construída, apenas, por alguns personagens merecedores de destaque, como se eles tivessem concretizado seus grandes feitos de forma solitária. Fala-se das realizações dos políticos, em destaque para os presidentes, como se não pertencessem a todo um maquinário de poder, no qual forças ideológicas norteiam suas ações e posicionamentos.

A personificação da figura do presidente se desdobra pelos estratos dos programas de governo e, por conseqüência, é verificada também em outras áreas da esfera política nacional. Tal qual um rastro dessa característica do presidencialismo, encontra-se uma cultura personalista, que coloca na figura do político todo capital simbólico daquele governo. Marcondes (1989, p.42) argumenta:

O processo de personalização dos fatos sociais e das notícias em geral, levando a efeito pela imprensa, está intimamente associado ao mecanismo de intimização das questões públicas, da bagatelização dos fatos e do culto à personalidade.

No entanto, como se dá a transposição do personalismo da esfera presidencial para os outros poderes, em especial o Congresso Nacional? E mais, de qual maneira o personalismo chega às redações de jornal, onde é clara a sólida a cultura de cobertura de personagens, e não de todo o cenário a que ele pertence?

Observando os capítulos da história das comunicações brasileira, verificam-se características fundamentais para a construção de argumentos que podem responder às indagações anteriores. As empresas de comunicação são compostas, em sua

maioria, por elites familiares associadas a altos grupos políticos. A recente autorização do governo brasileiro, para, também, estrangeiros obterem o controle de empresas jornalísticas e de radiodifusão, seria mais um dos motivos da concentração dessas empresas nas mãos de classes dominantes, que compõem um panorama de estreitamento ideológico na agenda política da mídia impressa. No caso da concessão por estrangeiros, entra-se no assunto de um controle midiático que extravasa a escala nacional.

O panorama das empresas de comunicação brasileiras, concentradas nas mãos de poucas famílias ligadas a grupos políticos, influencia a prática jornalística nas redações, pois direciona o trabalho do jornalista em função da ideologia do veículo. As ligações familiares e políticas modificam as prioridades no que diz respeito ao que deve ser noticiado. As matérias são também instrumento para viabilizar as idéias do jornal e seus interesses intrínsecos.

Sobre o personalismo, há autores como Holzer e Schuler (apud MARCONDES FILHO, 1989, p.42) que afirmam: “o público aprende, com a ajuda da técnica de personalização”. O que explicaria, em parte, a massiva cobertura de personagens das editorias políticas. A personificação “espelha-se na matriz do discurso burguês”, no qual a história é escrita, seguindo a nomenclatura de Karl Marx, “por indivíduos e não por classes.” (MARX apud MARCONDES FILHO, 1989, p.43).

Dessa forma, não se agrega a grupos, e sim a indivíduos, a responsabilidade pelos acontecimentos de foro social, “dessa maneira, a incriminação global de todo um conjunto social historicamente responsável (a classe) torna-se impossível.” (MARCONDES FILHO, 1989, p.43). Aqueles com maior representatividade política e ou econômica ganham espaço nas redações dos jornais e são lembrados pela história.

O aspecto econômico e ou político, agregado ao fazer jornalístico, caracteriza a informação como algo mercantilizado. Segundo Marcondes Filho (1989, p.27), a notícia política inserida na filosofia capitalista, na qual, supostamente, todos têm total liberdade de escolha, vende “a ilusão de que a quantidade e a qualidade de “ofertas” cobrem todo o leque democrático da sociedade”.

[...] as atividades produtivas em grandes unidades de produção, nos serviços públicos ou privados despersonalizados, nas ocupações em

produção em série e em massa, desenvolvem no indivíduo, pela sua própria função nesse processo como um mero componente a mais em todo esse maquinário humano e material, aquele sentido já apontado por Marx de “alienação do trabalho” (MARCONDES FILHO, 1989, p.40)

Marcondes Filho (1989, p.27) diz que a “política é também posta no mercado, também é mercantilizada, também oscila segundo variações puramente econômico-mercadoológicas”. A notícia como mercadoria possui alto grau persuasivo, considerando os aspectos característicos das empresas de comunicações brasileiras.

O jornal, no papel de instrumento de manipulação de segmentos políticos e posicionamentos ideologicamente sustentados, pelos donos do veículo, adota uma natureza de mercadoria. Inserido numa lógica industrial, abre caminho para a transformação das redações em fábricas. Os donos daquela empresa, compostos por grupos familiares, entrelaçam-se a forças políticas e aos aspectos econômicos, que norteiam a linha de produção de notícias.

O jornal como suporte ideológico, tem como uma de suas principais funções, a de tornar pública a informação de grande relevância para a sociedade. No entanto, não se pode deixar de observar as nuances peculiares da sociedade brasileira no que se refere ao controle das empresas de mídia por grupos familiares ligados as elites políticas. Para Marcondes (1989, p.13) “o extraordinário, na imprensa “séria”, só vira notícia quando se pode ser utilizado como arma no combate ideológico”. E dele ainda é a idéia de que:

[...] os jornais são epifenômenos das grandes correntes de opinião, conduzidos pelas classes em conflitos, classes essas que carregam, cada qual, grupos em constante disputa pelo poder. Os jornais são como pontas de icebergs, que no nível externo representam a democracia formal, na qual todos seriam iguais, e, no fundo, escondem o poder político ou econômico que os sustenta, que é incomparavelmente diferenciado de um jornal para o outro em relação ao seu tamanho e importância. (MARCONDES FILHO, 1989, p.13)

A notícia adquire a função de instrumento de articulação e mediação entre as posições que detém poder econômico e político nos conglomerados de mídia nacionais. A redação de jornal pode ser comparada a um campo de guerra onde os jornalistas são meros soldados, e suas matérias são, seguindo o pensamento de Marcondes (1989, p.13), armas ideológicas, “a notícia funcionando como agitação orientada, como forma

de atçar, de pôr mais lenha no confronto de posições políticas.” Como pano de fundo, ficam os interesses populares, as necessidades de informação daqueles à margem deste emaranhado de empresas de mídia, personagens políticos e forças econômicas. Tal como Marcondes Filho (1989, p.11) afirma:

O jornalismo, via de regra, atua junto com grandes forças econômicas e sociais: um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho. Ele é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas o foro da objetividade.

Marcondes Filho (1989, p.41) afirma: “A produção fragmentada de notícias, assim, é uma técnica também mercadológica.” Surge o argumento da notícia como uma mensagem solta num espaço sem desdobramentos necessários para o entendimento, dentre tantas possíveis interpretações.

A ausência de coberturas concisas aumenta o ruído na interpretação e fixação dos fatos em pauta. Corta-se o processo de absorção daquilo, que, de fato, é importante para o público. O cunho social torna-se subordinado através de técnicas mercadológicas de propagação de mensagem, picotadas e subservientes a segmentos de idéias específicos.

O resultado é um panorama de jornalismo representativo de grupos e classes, jornalismo este que, através do massivo enfoque no traço personalista da cultura política nacional, coloca em prática a técnica falada por Marcondes Filho (1989, p.40) de “fragmentação da realidade”.

As editorias políticas dos jornais são abarrotadas de matérias que tratam os Três Poderes como cenários dos políticos dotados do capital simbólico necessário para que eles enquadrem o elenco de personagens merecedores, positivamente ou não, de cobertura da mídia impressa. Holzer (apud MARCONDES FILHO, 1989, p.44) completa:

Assim, os políticos são construídos, freqüentemente, como figuras paternas populares e que despertam confiança, cuja postura patriarcal-autoritária diante de leitores, ouvintes, telespectadores parece elevada [...]

No processo de construção do capital simbólico, o enfoque no personalismo da cobertura, diante da realidade brasileira, infestada de escândalos políticos e parlamentares cativos das páginas de jornal, existe o lado negativo da destruição do capital simbólico do político, da legenda que ele representa e da instituição a qual ele se ligou como representante do povo.

O conseqüente desinteresse dos membros comuns da sociedade pela esfera política nacional, a criação de um estereótipo negativo dos parlamentares em geral, a baixa participação popular compõem o lado negativo da massiva exposição personificada dos assuntos sócio-políticos nacionais. Marcondes (1989, p.44) destaca pontos personalismo merecedores de reflexão:

A definição de bodes expiatórios em jornalismo e na política em geral, obedecendo à mesma lógica da personificação, funciona, num segundo momento, como método de disseminação de desconfiança, de quebra de solidariedade entre grupos da população. Jogar as pessoas umas contra as outras dilui os laços que poderiam torná-las mais fortes diante das instituições políticas. A técnica, portanto, tem nítidos efeitos ideológicos.

3.2 O PERSONALISMO E SEUS EFEITOS NO CAPITAL SIMBÓLICO DO ESTADO

Qualquer indivíduo tem a necessidade de saber o que acontece ao seu redor. Manter-se informado é imprescindível para que o ser humano enalteça as características por onde se manifestarão seu traço comunicador e articulador. Os jornais periódicos possuem uma desdobrada tarefa nessa empreitada de transmissão de mensagem para os membros da sociedade. Marcondes Filho (1989, p.11) indica o jornal como grande instrumento de construção de uma rede de informações capaz de sustentar, ideologicamente, as idéias dos estratos sociais com poderio econômico e ou político.

Criar jornais é uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que têm indivíduos ou grupos em afirmar publicamente suas opiniões e informações. É uma maneira de dar eco às posições pessoais, de classe ou de nações através de um complexo industrial tecnológico, que além de preservar uma suposta impessoalidade, afirma-se, pelo seu poder e soberania com a "verdade".

O que se encontra freqüentemente nos cadernos de política são os escândalos políticos midiáticos, que Bourdieu (apud LIMA, 2006, p.12) explica da seguinte forma: “O escândalo político envolve indivíduos ou ações que estão situadas dentro de um campo político e que têm impacto nas relações dentro desse campo”. Nele, o político age de acordo com suas necessidades para construir o cenário necessário para colocar seus objetivos em prática, firmar alianças, persuadir quanto à suas idéias políticas e tornar possível a manutenção do poder, seu e de seu partido.

O que pode cair por terra com a sucessão ininterrupta de escândalos políticos midiáticos é a construção daquilo que, Venício Lima (2006, p.12), colocou como a “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças de outros e também de criar acontecimentos mediante a produção e a transmissão de formas simbólicas, o poder simbólico”. O político depende, em grande parte, da sua imagem, que deveria transmitir a honestidade, supostamente parte de todo ser humano e, em especial dos integrantes da esfera política. A sucessão de escândalos políticos acaba por afastar do povo uma boa imagem da esfera pública e política. Paulatinamente, destrói o capital simbólico do político e de toda a cúpula a que ele pertence, e a mídia tem papel fundamental no estreitamento do escândalo para com o povo. Venício Lima (2006, p.13) estipulou uma definição para escândalo político midiático:

[...] Escândalo político midiático, portanto, é o evento que implica a revelação, através da mídia, de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, desencadeando uma seqüência de ocorrências posteriores. O controle e a dinâmica de todo o processo deslocam-se dos atores inicialmente envolvidos para os jornalistas e para a mídia. Passa a prevalecer uma lógica parecida com a que preside a cobertura jornalística das disputas eleitorais e que já foi comparada às corridas de cavalo: o que importa é saber qual jornalista e/ou empresa de mídia está a frente da outra, qual consegue “esticar um pouco mais a corda” e avançar com novas denúncias [...]

O leitor acompanha freqüentemente o caderno de política e se depara com um emaranhado de informações sobre os parlamentares e o presidente, suas opiniões, sobre rixas partidárias. Sobre articulações, não de representantes de partidos que falam pelo povo, e sim de representantes de seus próprios interesses dentro daquele contexto de jogos de poder.

Os jornais utilizam o personalismo tradicional da cultura brasileira como instrumento ideológico, e o retrato das instituições estatais se vê deteriorado pelo constante açoitamento da imprensa nos personagens políticos que atuam negativamente, com destaque para o Congresso Nacional. O cenário político sofre com sua imagem desgastada, e os periódicos, pontes entre o Estado e o povo, utilizam seu espaço de maneira ideologicamente orientada.

A conseqüência é o constante processo de afastamento popular no que se refere à política do país. Seria como o ditado popular, uma maçã podre estraga todo o cesto. No caso brasileiro, muitas “maçãs” estragam a imagem das Instituições. O poder simbólico do político corrupto, invariavelmente estampado nos jornais, a ínfima discussão das questões sociais e a ampla abordagem dos bastidores do poder enfraquecem o capital simbólico das instituições propriamente ditas.

A mudança da natureza da função social do jornalismo impresso, referente ao sustento da relação da sociedade com a esfera pública, colocando os jornais como instrumentos de exaltação ou deformação do capital simbólico de personagens de tramas envoltas por aspectos econômicos e lutas sustentadas por interesses intrínsecos, resulta num fazer jornalístico subordinado e diretamente responsável pela deterioração do poder simbólico do Estado. Segundo Pierre Bourdieu (1998, p.11):

[...] as relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulados pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações e que, com o *dom* ou *potlatch*, podem permitir acumular capital simbólico.

O jornal tem o poder de transformar a opinião pública, de persuadir, é fonte de consulta de diversos setores sociais, é um aparato provido de legitimidade suficiente para ser caracterizado como meio de aprimoramento da cultura geral do indivíduo e sobre a História, em faixas de tempo precisamente colocadas. Logo, sob a condição de instrumento de construção de poder simbólico, e de acordo com a vigente situação contraproducente na área política, é importante ressaltar o lado negativo de uma cobertura abarrotada de informações carentes de reflexão e seladas numa cultura de personagens.

Os jornais são armas para lutas entre classes dominantes, e suas páginas, repletas de notícias sobre alguns poucos políticos, considerando-se toda a esfera pública institucional com os tantos integrantes, são espaço notório para o folhetim parlamentar que é a cobertura política dos jornais impressos do Brasil. Pierre Bourdieu (1998, p.11) aponta:

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os “sistemas simbólicos” cumprem sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a “domesticação” dos dominados.

O jornal impresso é valioso aparato simbólico, no que diz respeito à bagagem cultural do político e sua capacidade de exercer, plenamente, sua habilidade de articulação. O periódico, enquanto ferramenta de manutenção do poder no processo de estruturação das classes dominantes deixa de exercer sua função de ponte entre sociedade e Estado.

4 JORNALISMO REFLEXIVO E CONCATENADO

4.1 FORMAS DE SE ESCREVER O FATO NOTICIOSO: O INFORMATIVO, O OPINATIVO E O INTERPRETATIVO

Para a construção de um embasamento teórico sobre a coluna de Marcos Coimbra, é válido descrever as três formas de se classificar o conteúdo de obras jornalísticas. Podem, elas, ser: informativas, interpretativas e opinativas.

Falar do texto informativo significa apontar os objetivos de um jornalismo que consiga tornar comum, a sua mensagem, para os diversos e peculiares grupos sociais. Sobre o assunto, Beltrão (1969, p.37) comenta:

Evitando a prolixidade, o rebuscamento ou preciosismo vocabular, tanto quanto supressões e elipses contrárias à sintaxe do idioma pátrio, ou o nivelamento da linguagem ao *argot* dos iletrados, o jornal desenvolveu um estilo característico, utilizando uma forma de expressão capaz de ser apreendida pelo menos ilustrado, sem ferir a sensibilidade estética e purista dos mais cultos. Pois o público do jornal diário se caracteriza pela heterogeneidade cultural.

Segundo Luiz Beltrão (1969, p.81), “o homem utiliza a forma mais simples de comunicação – a narrativa. As ideias mais complexas, ontológicas ou metafísicas, antes de serem interpretadas e discutidas, tiveram e têm de ser apresentadas numa linguagem singela, de fácil apreensão”. A imprensa informativa precisa ser clara e precisa. O texto deve ser uma unidade com pequena margem para o ruído. Beltrão (1969, p.37) aponta cinco pontos como imprescindíveis para um bom texto informativo: “correção, clareza, precisão, harmonia e unidade.”

Já no texto jornalístico opinativo, verifica-se uma composição de ideias direcionadas, claramente, pela opinião colocada, seja da instituição de mídia, ou somente do próprio autor. Analisando-se o texto opinativo dos jornais, observa-se a seleção da informação como ferramenta de articulação da visão do jornal pelo texto. Marques de Mello (2003, p.75) reflete:

A seleção da informação a ser divulgada através dos veículos jornalísticos é o principal instrumento de que se dispõe a instituição

para expressar sua opinião. É através da seleção que se aplica na prática a linha editorial.

O texto opinativo pode ser visto “como mecanismo de direcionamento ideológico” (MELLO, 2003, p.75), e através de aparatos como títulos e manchetes, pode-se observar ainda mais o direcionamento proposto. Os gêneros opinativos, segundo Marques de Mello (2003, p. 102), se desdobram:

A opinião da empresa, ademais de se manifestar no conjunto da orientação editorial (seleção, destaque, titulação) aparece no editorial. A opinião do jornalista [...] sob a forma de comentário, coluna crônica, caricatura e eventualmente o artigo... A opinião do leitor encontra expressão permanente através da carta.

Para iniciarmos as observações sobre o jornalismo interpretativo, cabe destacar a definição de Luiz Beltrão (1976, p.12) sobre o texto interpretativo e a técnica do jornalista: “A interpretação jornalística consiste no ato de submeter os dados recolhidos no universo das ocorrências atuais e ideias atuantes a uma seleção crítica, a fim de proporcionar ao público os que são realmente significativos”.

Retomando a função primordial do jornalismo, que se relaciona com a necessidade do estrato social de se obter informações relevantes, para a conscientização e manutenção do relacionamento da sociedade para com as instituições estatais, é correto exaltar a importância da interpretação.

O jornalista deve ter refino na escolha dos fatos e contextos, merecedores de seleção, para a feitura de um texto capaz de transformar o leitor num construtor de ideias próprias e reflexivas. Segundo Beltrão (1976, p.47), o fato noticioso contém “uma situação, com raízes em ideias, circunstâncias ambientais e temporais, que se desenvolverá em repercussões e efeitos sobre a comunidade”.

É importante diferenciar que o texto interpretativo não é assim denominado por, na sua feitura, existir interpretação massiva. Ele é qualificado como tal pela habilidade do autor de selecionar as informações necessárias, para que o leitor extraia a sua linha de raciocínio.

A técnica interpretativa requer correção na busca das informações, procura-se selecionar aquelas que, como pedras de quebra-cabeça, tornam possível uma visão completa do fato. “A fonte do objeto sobre o qual vai trabalhar o jornalismo interpretativo é, portanto, encontrada no material fornecido pelo jornalista informativo” (BELTRÃO, 1976, p.72).

Luiz Beltrão (1976, p.73) informa que “o jornalismo interpretativo enfatiza critérios de valores específicos, mediante os quais identifica o objeto de maior importância e interesse para o seu público, trabalhando-o, então, exaustivamente”.

Após a separação do fato de maior amplitude, entra-se no que é chamado de “documentação da ocorrência” (BELTRÃO, 1976, p. 73). “A documentação projeto um seletivo e hierarquizado empenho de busca até obter o bloco íntegro, informativo, que contenha a verdade total e nos dê, por ele mesmo, a informação” (BELTRÃO, 1976, p. 79).

O jornalismo conta com três maneiras de se escrever a notícia, a técnica informativa, a opinativa e a interpretativa. De acordo com todos os preceitos do jornalismo preocupado com a correção e divulgação de fatos relevantes para a sociedade, de forma clara, aponta-se o jornalismo interpretativo como o qual que se enquadra na feitura jornalística alinhada com a função social da profissão.

4.2 O TEXTO INTERPRETATIVO DE MARCOS COIMBRA

A pesquisa tem o intuito de ressaltar o trabalho jornalístico do sociólogo e presidente do Instituto Vox Populi, como forma de tratar o assunto político de maneira atenta ao detalhes, e cuidadosa no que diz respeito aos vários segmentos possíveis do trabalho do jornalista. Coimbra escreve uma coluna, duas vezes por semana, para o Correio Braziliense. O autor mostra minúcia com a notícia e mantém-se atento à continuidade dos temas, facilitando o entendimento do leitor.

O período escolhido foi do dia 1º de setembro de 2008 até 26 de abril de 2009. São 51 matérias, com teor puramente político. Para a organização da pesquisa, foram extraídos grupos de palavras-chave do contexto abordado por Marcos Coimbra. Verificou-se a formação de grupos de palavras com o mesmo traço lingüístico,

possibilitando assim identificar os principais personagens, instituições e temas abordados pelo autor. O método a ser utilizado para o andamento da análise será o da interpretação de partes do texto.

O trecho no qual as matérias foram analisadas foi escolhido à revelia, pois o principal objetivo da análise é apontar o trabalho de Marcos Coimbra como exemplo de fazer jornalístico que respeita a continuidade dos fatos políticos nacionais, sem dar ênfase somente aos personagens da esfera pública.

O processo analítico, para a extração das categorias necessárias para nortear a pesquisa, consistiu em numerar e destacar os principais temas abordados nas colunas, para organizá-las dentro de categorias observadas através da interpretação do pesquisador.

| Grupos de palavras-chave | Número de repetições no universo de 51 matérias |
|--|---|
| Eleições; eleições presidenciais; sucessão presidencial; sucessão de Lula; sucessor de Lula | 21 |
| Lula; figura de Lula | 24 |
| Democracia moderna; recente democracia moderna; democracia jovem; presidentes modernos; jovem democracia moderna | 8 |
| PMDB | 8 |
| PSDB | 5 |
| Dilma Rousef | 11 |
| Fernando Henrique Cardoso | 4 |
| Internet | 3 |
| PT | 2 |
| Eleições locais | 5 |
| eleitor | 2 |

São 11 grupos temáticos, os personagens principais são: o presidente Lula, a ministra da Casa Civil, Dilma Rousef e o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. As instituições de destaque são os partidos políticos como PMDB, PSDB E PT. Já os principais assuntos ou categorias referem-se: (1) à jovem democracia brasileira e a influência da internet no processo eleitoral, (2) às eleições presidenciais e à questão dos partidos políticos. As demais categorias, devido ao tempo escasso para a realização da monografia, foram deixadas para uma pesquisa futura.

| Categorias escolhidas | Datas de ocorrência |
|--|--|
| Jovem democracia brasileira e a influência da internet no processo eleitoral | 22/10; 28/10; 05/11; 09/11; 23/11; 03/12; 24/12; 08/02; 22/03 |
| Eleições presidenciais e a questão dos partidos | 26/11; 10/12; 14/12; 17/12; 11/01; 14/01; 11/02; 15/02; 18/02; 22/02; 25/02; 01/03; 04/03; 08/03; 11/03; 15/03; 18/03, 29/03; 01/04; 05/04; 12/04; 15/04; 19/04; 22/04 |

4.2.1 ANÁLISE

Após a organização das colunas de Coimbra, escolhidas por meio de inferência de categorias, a pesquisa entra na parte analítica-reflexiva. Destaca-se o alinhamento jornalístico de Marcos Coimbra com os conceitos de jornalismo interpretativo.

A primeira categoria - Jovem democracia brasileira e a influência da internet no processo eleitoral – trata de assuntos como debates eleitorais, e de que forma eles são importantes ferramentas no processo eleitoral “da vida democrática moderna” (Coimbra, 2008, p.6), pois com a mercantilização das propagandas eleitorais, os debates televisionados são formas de aproximação do candidato com os eleitores.

À medida que a comunicação eleitoral foi se profissionalizando e se tornando mais e mais parecida com a propaganda de produtos e serviços, os debates na televisão se tornaram umas das poucas maneiras através das quais os eleitores comuns podem ver os candidatos mais parecidos com o que são na vida real. (COIMBRA, 2008, p.6)

Coimbra entende que discutir as eleições e suas ferramentas de articulação com o eleitorado é caminho para a consolidação de uma sociedade jovem, no que se diz respeito ao pleno exercício da democracia.

O autor escreve sobre as últimas eleições locais, ocorridas no mês de novembro de 2008, e bem como os debates, trata de outro recurso de participação popular, a internet. Coimbra sempre chama a atenção do leitor que o Brasil é uma nação com tradição democrática jovem, remetendo à ditadura, findada no final da década de oitenta. A internet como ferramenta de participação é um indício de que a apatia social

pode ser burlada por meio de criação de formas para que os cidadãos possam intervir, mais diretamente, no processo democrático.

A comemorar foi a intensa mobilização, especialmente dos jovens, pela internet. Apesar das limitações ingênuas que a legislação procurou inicialmente impor à presença da eleição na rede, ela foi muito além do que se esperava, movimentando comunidades de relacionamento, discussões, correntes de e-mails, com textos, imagens, músicas. Daqui para frente, nenhuma eleição brasileira vai subestimar a internet. (COIMBRA, 2008, p.10)

Coimbra (2008, p.5) abre o leque de interpretações sobre o que aborda. No caso da internet, discute, também, o uso desta ferramenta como forma de propaganda política, e não somente como meio de participação popular:

Em Belo Horizonte, a internet foi fundamental em dois momentos. No primeiro turno, como veículo de propaganda negativa, organizada partidariamente, dirigida para enfraquecer a candidatura de Márcio Lacerda, que liderava as pesquisas. Embora não fosse mais que uma panfletagem convencional, feita eletronicamente, teve impacto e foi uma das razões da eleição não ter se resolvido no dia 5.

Em uma de suas colunas, o autor usou a última eleição dos EUA como pano de fundo para comparar a sociedade brasileira e sua apatia com o processo eleitoral, com a sociedade americana, que participou ativamente das campanhas, principalmente por meio da internet. Relembrando a apatia brasileira nas eleições presidenciais e ou locais.

Para onde foi nossa irreverência com os candidatos? As piadas, as charges, as paródias, as músicas satíricas típicas da política brasileira de antes da ditadura? Desapareceram, sufocadas por uma montanha de regulamentações restritivas que nossa legislação eleitoral inventou achando que “aprimorava” as disputas. Quando surge alguma, como a brincadeira que Tom Cavalcanti como candidato do PMDB em Belo Horizonte, vira sucesso instantâneo, com mais de um milhão de acessos no *Youtube*. Pudera, foi a única coisa engraçada nas eleições brasileiras deste ano! (COIMBRA, 2008, p.8)

Os textos fazem constantes referências à nossa democracia moderna, ressaltando o quanto o Brasil é carente de aprimoramento no exercício da cidadania numa sociedade que ainda sofre com as conseqüências ideológicas da ditadura. Temos

uma população, em sua maioria, apática, em se tratando dos assuntos da esfera pública. Há um distanciamento entre a população e as instituições estatais. No entanto, observa-se uma transformação no campo público, jovem, mas notável.

Os vinte e poucos anos que temos de democracia moderna, mostram que andamos um bom caminho, em tempo tão curto. Mais mostram, também, que falta muito para fazer e que já é hora de corrigir os erros cometidos. (COIMBRA, 2008, p.8)

É interessante como Coimbra consegue retomar assuntos historicamente relevantes, concatenando com temas atuais, tais como as eleições para presidente. Sempre lembrando a recente democracia brasileira, traz à lembrança do leitor sobre assuntos importantes para os cidadãos, como por exemplo, a retrospectiva dos presidentes brasileiros pós “Diretas Já”:

Temos poucos parâmetros de comparação da popularidade presidencial, pois nossa experiência democrática moderna é pequena. Foram apenas cinco presidente, sendo que um, Fernando Collor, governou por dois anos e meio, outro, Itamar, por pouco mais de dois, sem esquecer que Sarney, o primeiro, lá chegou por via indireta. Ou seja, só poderíamos comparar Lula com Fernando Henrique, os únicos que governaram em períodos “normais”. (COIMBRA, 2008, p.6)

O autor procura dar continuidade aos temas tratados, fazendo uso de expressões que procuram retratar a conjuntura social do país. “Nossa cultura política tende a ser excessivamente leniente no trato de alguns dos problemas que a democracia suscita. [...] Em nome da *preservação da democracia*, aceitamos demais” (COIMBRA, 2008, p.8). A apatia social e a permissividade nas instituições do Estado são abordadas como assuntos de grande relevância para o entendimento do processo democrático nacional.

Já na segunda categoria - Eleições presidenciais e a questão dos partidos – observa-se grande preocupação em situar o leitor/eleitor sobre os pormenores das eleições presidenciais e a relação dos partidos políticos no processo. Coimbra (2008, p.6) procura trazer o leitor/eleitor à reflexão:

Sempre foi assim, em nosso sistema político a mídia apresenta os nomes, a opinião pública os avalia, pesquisas são feitas, ouvem-se

opiniões de líderes e especialistas. Um dia, alguma instância, dentro de cada partido, escolhe o nome do candidato.

Como se toma essas decisões? Quais são as instâncias ouvidas? Afinal, quem monta o cardápio que o sistema político oferece aos eleitores.

Hoje, o Brasil é quase uma exceção, na América Latina, um país onde não se questiona o processo de escolha dos candidatos. É como se ele não interessasse aos cidadãos, se fosse algo sobre o qual ninguém tem nada a dizer, salvo as direções partidárias.

Observa-se preocupação em ressaltar quão importante é para a consolidação da democracia, a participação ativa do cidadão nas eleições presidenciais. O eleitor não pode ser passivo nas questões sociais, e entender o processo eleitoral é imprescindível para que as eleições sejam, de fato, instrumento de engajamento democrático.

Ao falar dos candidatos à presidência da República, o autor consegue juntar informações importantes para que o leitor/eleitor tenha ferramentas para construir idéias e conhecimentos relevantes para o entendimento do processo eleitoral na consolidação da democracia.

Lula é o maior exemplo de candidato natural da nossa curta história de democracia moderna. Na primeira eleição presidencial que disputou, em 1989, era o único nome nacional do PT, dada a visibilidade que havia alcançado como líder sindical e político. Em 1994, depois de quase conquistar a presidência contra Collor, nada mais natural que voltasse a ser apresentado pelo PT para enfrentar Fernando Henrique. (COIMBRA, 2008, p.12)

Nas eleições para presidente, a escolha dos candidatos é origem de inúmeras articulações partidárias. O autor escreve sobre a força do presidente dentro do próprio partido: “[...] Dilma já foi escolhida por Lula para ser candidata do PT. Como nenhum grupo dentro do partido tem condições de se sobrepor a ele, todos acreditam que sua vontade vai prevalecer” (COIMBRA, 2009, p.6). Para completar a informação, fala da condição de outro forte candidato do PSDB, José Serra: “Para eles, José Serra pode começar a montar sua equipe de campanha (o que, aliás, se diz que está fazendo), pois sua candidatura pelo PSDB seriam favas contadas” (COIMBRA, 2009, p.6). Para não deixar de lado candidatos de menor expressão, fala sobre Ciro Gomes e Heloísa Helena: “Pode haver alguma dúvida se Ciro terminará na frente de Heloísa Helena ou se será o contrário, pois ele tem andado mal nas pesquisas” (COIMBRA, 2009, p.6).

Sobre as eleições presidenciais, ao longo da coluna, busca-se tratar sobre os inúmeros assuntos relacionados, tais como as propagandas eleitorais. Sendo este um assunto de grande importância para o eleitorado, pois inclui questões financeiras e éticas, capazes de nortear o voto dos cidadãos.

O noticiário dos últimos dias esteve cheio de referências e comentários a respeito de um tema importante: os investimentos em propaganda que o governo federal e o de São Paulo prometem para 2009. Considerando quanto o calendário da eleição presidencial de 2010 anda acelerado, é bom não descuidar desta questão. Serão esses investimentos lances da sucessão, modos através dos quais se tenta fazer com que o eleitorado se incline mais para cá ou para lá, afetando suas avaliações e sentimentos sobre determinados pré-candidatos? (COIMBRA, 2009, p.6)

Coimbra, em suas colunas, procura falar sobre os partidos de maior destaque nas futuras eleições presidenciais. Reflete sobre a “força do PMDB” (COIMBRA, 2009, p.6), que depois das eleições locais de 2008 demonstrou forte capacidade de articulação entre os pares. Trata do processo de escolha dos candidatos do PSDB, um dos principais partidos de oposição ao governo atual, representado pelo PT.

Os textos também tratam da relação do presidente Lula com os partidos políticos, em especial o PSDB e o DEM, nesta fase de articulações políticas com interesses eleitoreiros. Temas como a crise internacional, para os parlamentares e integrantes do Poder Executivo, são pano de fundo para as tensões geradas pelas especulações das eleições presidenciais.

PSDB, DEM e outros haviam ficado mais contidos nos primeiros momentos da crise internacional [...] Passado o susto inicial, já não se poderia esperar a mesma atitude da parte delas [...] Enquanto isso, Lula foi andando cada vez mais adiante no projeto Dilma. De algo que muitos consideravam apenas um balão de ensaio [...] (COIMBRA, 2009, p.6)

Coimbra não pôde deixar de colocar o perigo da figura do presidente se transformar num mero agente articulador de campanha presidencial. Sendo o presidente o personagem central da manutenção do governo, é preocupante ver o dirigente do país atendo-se, somente, às questões de eleição.

O problema é que Lula perdeu as condições de estabelecer qualquer diálogo político institucional, ao se colocar como um agente partidário permanente, que pensa e age com objetivos exclusivamente eleitorais. Na democracia, até se espera das autoridades eleitas que sejam atores políticos. Mas não que sejam apenas isso. (COIMBRA, 2009, p.8)

O autor preocupa-se em trabalhar a importância da figura presidencial na República brasileira. Tendo-se o presidente como personagem de maior destaque dentro da esfera pública, se faz necessário entender o motivo da massiva valorização da sua imagem perante a nação, bem como o lado negativo do destaque maior dado ao dirigente do país. O personalismo, característico na sociedade brasileira ganha espaço nas linhas de Coimbra (2009, p.8):

De um lado, nosso imaginário tende a pensar o sistema político como se possuísse um centro forte, em torno do qual gravitam todas as instituições e seus atores. De outro, o senso comum prevalecente é de que a personalidade, a biografia, os atributos pessoais do (ou da) ocupante desse centro são cruciais para entender como funciona o sistema.

Nessa topologia, o universo da política é percebido como um sistema planetário parecido com o nosso [...] Para o cidadão comum, outros poderes, instituições e personagens são sempre secundários. Se o presidente é tão central e decisivo, sua individualidade conta, e muito, para explicar como o todo se move [...] As políticas do governo nada mais seriam, portanto, que as manifestações de seus sentimentos e emoções (ou falta delas).

Sendo o presidente um personagem de grande força, é válido Coimbra tratar sobre a candidata de Lula para as próximas eleições. Falar de Dilma Roussef implica ressaltar características peculiares dos simpatizantes de Lula e seu partido, o PT:

Não é preciso ser especialista para perceber que o petismo e o eleitorado cativo de Lula, juntos, formam uma base mais que suficiente para torná-la uma candidata competitiva [...] Os petistas são, quase todos, eleitores de Lula e de quem quer que venha pelo PT. (COIMBRA, 2009, p.6)

Nas colunas, busca-se entender o traço marcante do governo de Lula. Sua figura é forte e possui larga capacidade de influência e articulação. Perante o povo, é uma figura pública de destaque, e o desdobramento de seus atos na esfera política são de

grande importância para os membros da sociedade e para os partidos, sejam alinhados ou opositores ao presidente.

Lula nos índices de aprovação funcionou como um desnordeador. Como criticar alguém que todos aprovam? O que dizer de um governo que três em cada quatro pessoas consideram ótimo ou bom?

Note-se que o problema já existia quando Lula era aprovado por “apenas” metade da população. Mas tudo ficou pior quando virou unanimidade, que deixou mudas as oposições. (COIMBRA, 2009, p.8)

Trazer dados sobre participação social no processo eleitoral, como, por exemplo, o público reconhecer os futuros candidatos sem maiores dificuldades, são recursos para Coimbra que, procura explicar os pormenores do processo eleitoral para uma sociedade com recente tradição democrática. Refletir sobre as questões essenciais para o eleitor também é uma forma de trazer à tona a consciência crítica dos mesmos.

Quais são os atributos que eleitores, mais tipicamente buscam em candidato a presidente da República? O que faz com que uma pessoa seja preferida às outras que com elas concorrem em uma eleição dessa importância.

[...] O que importa é com elas identificam a presença ou ausência dessas qualidades nos candidatos que disputam cada eleição. Eleições são escolhas reais, entre pessoas reais, em um dia real. De abstrato, elas nada têm. (COIMBRA, 2009, p.8)

4.2.2 CONCLUSÃO

A escolha das categorias de análise procurou se alinhar ao conteúdo da monografia. A intenção do trabalho foi a de tentar entender a ligação do presidencialismo brasileiro com a cultura personalista nacional, especialmente observada nos cadernos de política, dos veículos de mídia impressa.

De um lado temos a forte figura do presidente na esfera pública, de outro uma sociedade completamente desiludida com os Três Poderes. No meio de tudo, encontra-se o jornalismo, sua obrigação de informar o socialmente relevante, de forma clara, precisa, correta e atenta aos detalhes, imprescindíveis para o real entendimento das pautas, no caso, políticas.

Todo cidadão quer ser informado com verdade. Em se tratando de política, a necessidade é ainda mais evidente. As instituições do Estado existem para organizar a

sociedade, para que não se viva na barbárie. No entanto, o que é passado pela maioria dos jornais impressos do país, é uma quase mania de se escrever apenas sobre aqueles personagens políticos que deveriam estar, sim, nas páginas policiais. Pouco se fala sobre o processo político e todo maquinário burocrático nele envolvido. Os temas merecedores de veiculação são aqueles submersos em escândalos que afastam a população da esfera estatal.

A monografia buscou visualizar em que ponto a cultura personalista, advinda de traços históricos, no que se refere a regimes de governo, foi transposta para outros estratos da esfera política, e mais, como o personalismo invadiu as redações de jornal.

Entende-se a rotina do jornalista como algo mercantilizado, a notícia responde à interesses de poucas classes dominantes. Os impressos são empresas com ideologias próprias, visões de mundo que, por muitas vezes, não estão próximas dos interesses de um país em desenvolvimento, como o Brasil. Entretanto, a função social do jornalismo jamais pode ser colocada como uma questão coadjuvante. Ainda mais quando se exalta o jornal impresso como aparato primário de reconstrução histórica.

Ele é a ponte da sociedade com o Estado. Entretanto, ao se ler sobre política nos periódicos nacionais, percebe-se que a “ponte” está quebrada ou desviada para interesses divergentes das necessidades de um país tão desigual. Por isso, estudar as técnicas de se escrever notícia se fez tão importante. O jornalista conta com ferramentas para fazer do seu texto um meio respeitável de informação.

O gênero interpretativo, depois de todo o trabalho de pesquisa, foi o que mais se enquadrou nas obrigações sociais do jornalismo. Por meio dele, o profissional pode, de fato, exercer sua função mediadora, pois oferece todas as informações necessárias para que o leitor faça a sua interpretação dos fatos.

Marcos Coimbra escreve uma coluna, que se enquadraria no gênero opinativo. Todavia, ao analisar o conteúdo de seus textos, é impossível não observar que o autor mantém sua opinião subalterna à discussão dos assuntos da atualidade que mais são importantes para a sociedade.

A intenção deste trabalho não é a de solucionar os problemas dos jornais impressos brasileiros. Ele busca, na verdade, expor as indagações de uma jornalista principiante insatisfeita com o processo de se fazer notícia política. Antes deste

trabalho, a pesquisadora era apenas uma estudante cheia de críticas. Agora, ela pode se considerar muito mais preparada para formular seus apontamentos, de maneira mais clara e sólida.

A população precisa se informada sobre o complexo processo político brasileiro, como as leis funcionam no Legislativo, quais são as funções do Executivo, como o Judiciário se articula com os outros dois poderes, e não somente sobre as figuras destes processos, através de uma linguagem palatável para o grande público. Ela precisa ser consciente dos pormenores da esfera pública para poder, então, exercer sua cidadania.

A pesquisa mostra que é possível falar do assunto político sem dar apenas espaço para personagens da esfera pública. A coluna de Marcos Coimbra é exemplo de se fazer notícia que respeita os preceitos sociais do jornalismo. Enquanto as páginas de jornal forem abarrotadas somente de escândalos, muita informação relevante ficará de fora. Os textos do autor fazem jus à função histórica dos periódicos e evidenciam que muito sobre o processo político pode e deve ser discutido para a consolidação da democracia nacional.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: História da Imprensa brasileira*. 4.ed. São Paulo. Atica. 1990.

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo interpretativo: Filosofia e técnica*. 2.ed. Porto Alegre. Sulina. 1976.

BELTRÃO, Luiz. *A Imprensa informativa*. Follo Masucci. 1965.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder simbólico*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil. 1998.

COIMBRA, Marcos. Debates. *Correio Braziliense*, Brasília, p.6 A-6, 22 out. 2008.

COIMBRA, Marcos. Novos eleitores. *Correio Braziliense*, Brasília, p.5 A-5, 5 nov. 2008.

COIMBRA, Marcos. Invejas. *Correio Braziliense*, Brasília, p.8 AD-8, 9 nov. 2008.

COIMBRA, Marcos. O desequilíbrio dos poderes. *Correio Braziliense*, Brasília, p.8 AD-8, 23 nov. 2008.

COIMBRA, Marcos. 2008 na política. *Correio Braziliense*, Brasília, p.6 A-6, 24 dez. 2008.

COIMBRA, Marcos. Partido e nomes. *Correio Braziliense*, Brasília, p.6 A-6, 26 nov. 2008.

COIMBRA, Marcos. Os "candidatos naturais". *Correio Braziliense*, Brasília, p.12 AD-12, 14 dez. 2008.

COIMBRA, Marcos. Propagandas. *Correio Braziliense*, Brasília, p.6 A-6, 14 jan. 2009.

COIMBRA, Marcos. Eleição e Reeleição. *Correio Braziliense*, Brasília, P.6 A-6, 18 fev. 2009.

COIMBRA, Marcos. O ano que começa. *Correio Braziliense*, Brasília, p.8 AD-8, 1 mar. 2009.

COIMBRA, Marcos. Pós-Lula. *Correio Braziliense*, Brasília, p.8 AD-8, 8 mar. 2009.

COIMBRA, Marcos. Desafios de Dilma. *Correio Braziliense*, Brasília, p.6 A-6, 11 mar. 2009.

COIMBRA, Marcos. Atributos dos presidentes. *Correio Braziliense*, Brasília, p. 8 AD-8, 19 abr. 2009.

LIMA, Venício. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo. Fundação Perseu Abramo. 2001.

LIMA, Venício (Org.). *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo. Fundação Perseu Abramo. 2007.

LIMA, Venício. *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. São Paulo. Fundação Perseu Abramo. 2006.

LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia: Jornalismo como produção social da segunda natureza*. São Paulo. Ática. 1989.

MELLO, José Marques. *Jornalismo opinativo: Gêneros opinativos do jornalismo brasileiro*. 3.ed. Campos do Jordão. Mantiqueira. 2003.

MORAES, Alexandre de. *Presidencialismo*. São Paulo. Atlas. 2004.

SILVA, Wlamir. A imprensa e a pedagogia liberal na província de Minas Gerais (1825 – 1842). In: NEVES, Lucia Maria Bastos P; MOREL, Marco; FERREIRA, Tânia Maria Bessone da C (Org.). *História e imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro. DP&A. 2006. p. 37-59.

