

Sessão de Comunicação 6: Jornalismo Político

O Centro e as margens do jornalismo brasileiro: uma análise das interfaces entre a imprensa nacional e regional no Caso Lunus

Pâmela Araujo Pinto¹ - Universidade Federal Fluminense (UFF)

Resumo

Este artigo se propõe a uma reflexão acerca do jornalismo brasileiro e sua diversidade, a partir do reconhecimento das diferenças e paralelos entre a grande imprensa e o jornalismo regional. Considerando o jornalismo como uma prática social e cultural, busca-se entender a forma de atuação dos meios noticiosos enquanto mecanismos de responsabilidade política na democracia. Tal proposta será viabilizada pelo estudo do Caso Lunus (escândalo político que envolveu a governadora do Maranhão, Roseana Sarney, na corrida presidencial de 2002) e sua publicização em dois veículos: O Globo, periódico de circulação nacional da família Marinho, e O Estado do Maranhão, jornal regional de propriedade da família Sarney. Este escândalo é um protótipo para lidar com os diferentes âmbitos do jornalismo brasileiro, pois ilustra aproximações e afastamentos diante da cobertura do mesmo tema. Por meio da análise de conteúdo pretende-se compreender as relações e o lugar de fala dos veículos e suas respectivas consequências.

Palavras-chave: Jornalismo; Grande Imprensa; Regionalismo.

1. Apresentação

O binômio “centro e periferia” é usado no Brasil, com frequência, para localizar o jornalismo regional na condição de manipulável e legitimar a autonomia da grande imprensa. Porém, estas terminologias devem ser empregadas com cautela, visto que não são condições imutáveis e devem ser entendidas como conceitos relativos (ALBUQUERQUE, 2008). Segundo o autor, as grandes empresas midiáticas brasileiras ora atendem à ideia de centro, quando servem de modelo para grupos menores, ora estão na condição de periferia, ao tomar como referência determinado modelo estrangeiro. O mesmo acontece quando sistemas considerados periféricos servem de parâmetro, para veículos ainda menores, assumindo a condição de centro – o que é possível ocorrer no Brasil, dada à dimensão do país, que é proporcional ao descompasso tecnológico existente entre os meios de comunicação.

¹ Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, na Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em 2007. Mestranda do Curso de Comunicação da Universidade Federal Fluminense, UFF. Email: pinpamela@gmail.com. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA).

Tais simplificações feitas entre mídia nacional e local reduzem as possibilidades de compreensão da comunicação brasileira e das suas interfaces de modo mais completo. Desta forma, observar as variações entre o parâmetro “ideal” de imprensa e o parâmetro real da comunicação praticada nos estados e cidades para além do “eixo sudeste” enriquece os diálogos no campo da comunicação, ao mesmo tempo em que promove o questionamento de práticas e do controle da mídia.

Este trabalho parte da análise do Caso Lunus, nos jornais O Globo e O Estado do Maranhão, para discutir a relação contemporânea da grande imprensa e do jornalismo regional. O Caso Lunus foi o escândalo político que envolveu Roseana Sarney², a primeira governadora do país, no momento em que disputava a Presidência da República, em 2002. A Lunus Serviços e Participações Ltda tinha Roseana como acionista majoritária com 82,50%, em sociedade com seu marido e Secretário de Planejamento do Estado, Jorge Murad (17,27%) e Severino Cabral (0,23%). A corrida da pefelista rumo à presidência avançou por todo o país com velocidade até o dia 1º de março de 2002. Nesta data, a Polícia Federal efetivou uma operação de busca e apreensão na sede da empresa, encontrando documentos que a relacionavam com desvio de verba pública e R\$ 1,34 milhão em dinheiro.

O *corpus* desta análise o é composto pelos jornais O Globo, da família Marinho e pelo Estado do Maranhão, de propriedade do senador José Sarney. É importante ressaltar que as famílias Marinho e Sarney mantêm laços e parceiras no âmbito privado e empresarial. Laços que tornam mais desafiadora esta pesquisa, pois aproximam dois contextos aparentemente desconectados, o centro e a periferia da imprensa.

Busca-se ilustrar, por meio deste escândalo político que envolveu o centro e a margem da comunicação e da política brasileira, as proximidades e diferenças entre o jornalismo produzido pelos veículos de grande circulação e o jornalismo regional, reconhecendo a existência de vários tipos de jornalismo praticado no mesmo país.

2. Geopolítica da Imprensa Brasileira

O jornalismo é diretamente afetado pela divisão geopolítica brasileira, na qual a posição ocupada no eixo centro-periferia é determinante no poder de decisão. O centro brasileiro foi estabelecido no Rio de Janeiro, sede da corte portuguesa e posteriormente

² Herdeira política de José Sarney, chefe do grupo político mais tradicional do Nordeste, em vigor.

da República, onde também foram fixadas as principais atividades econômicas e a política do país. O pacto da Política dos Governadores, feito por Campos Sales (1898 - 1902), no qual a força política dos atores do centro de poder é consolidada com o apoio de atores regionais, reforçou esta tradição. Os presidentes de província, sem autonomia, passaram a ser governadores de estado, com poder de decisão e total apoio do governo Federal. Surgia então a Política dos Estados, amplamente acolhida pelos chefes regionais que viraram adeptos da nova sistemática, na qual a periferia legitimava, pelo voto, o poder central e este concedia autonomia, cargos e verbas aos chefes estaduais.

Na esteira desta divisão geopolítica surgiram diversos jornalismo no Brasil, produzidos de acordo com a realidade local dos jornalistas e dos proprietários de jornais. Todavia, houve uma cristalização do conceito de jornalismo brasileiro, na qual este foi enquadrado de forma simplista em duas categorias dicotômicas, opondo valores como credibilidade e legitimidade: a grande imprensa, responsável pela cobertura de temas de relevância nacional, e o jornalismo de província, que noticia apenas temas focados nos fatos locais.

Para estudar a tensão entre estes tipos de mídia, recorreu-se à política – um vínculo comum a estas duas esferas. Tal assertiva será ilustrada em um breve resumo da história da imprensa brasileira. A adoção do *trusteeship model*³, na década de 1930, tem consequências diretas nesta interface (imprensa/política): observou-se a concentração das mídias nas mãos das elites econômicas e políticas - sistema preservado no país até os dias atuais. A falta de rigor nas legislações foi determinante para ocorrência de conglomerados, pois era permitida a propriedade cruzada, isto é, a possibilidade de que um mesmo grupo empresarial controle jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão em um mesmo mercado. Na época, as concessões de rádio e televisão foram para os grupos consolidados no mercado. Assim se formaram os maiores grupos de mídia nacionais e regionais no Brasil, resultando num sistema midiático concentrado e controlado por um reduzido grupo de empresas, (LIMA, 2006). Ribeiro (2007) cita outras formas de interação “legal” entre imprensa e poder público, ainda na década de 1950: controle oficial das quotas de papel e outros insumos básicos à comunicação; financiamentos, isenções fiscais e subsídios; fiscalização governamental das atividades de comunicação e publicidade governamental.

³ Sistema que entrega o setor de radiodifusão à exploração comercial da empresa privada, através de concessões da União.

Outro fator determinante para a relação das empresas midiáticas com o poder público foi a dependência financeira dos meios de comunicação, em todo o país, para obter a infra-estrutura necessária a sua expansão. Conjuntura viabilizada somente com a ditadura militar de 1964, que proporcionou condições econômicas e institucionais para o desenvolvimento de um sistema nacional de telecomunicações e de radiodifusão compatível com as novas exigências do capitalismo. A Embratel foi criada em 1965, ano que o Brasil se associou ao Sistema Internacional de Satélites (INTELSAT); Nos anos seguintes foram criados o Ministério de Comunicações (1967) e a integração, via micro-ondas, de todo o território nacional (1968 - 1970), (ORTIZ, 2001).

O vínculo mais estreito que rege as relações entre mídia e a política na contemporaneidade são as concessões de radiodifusão, com acentuada distribuição no governo militar e no período pós-ditadura na gestão do presidente Sarney. No governo do general Figueiredo foram feitas mais de 700 concessões de rádio e televisão, o que representa mais de 1/3 do total das emissoras existentes desde o surgimento da radiodifusão no Brasil. Lima (2007) considera o auge das outorgas para políticos o período do Congresso Constituinte (1987-1988), gerido pelo ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães, em pleno jogo para permanência do presidencialismo como forma de governo e a fixação do mandato de José Sarney em cinco anos. Entre 1985 e 1988 foram assinadas 1028 outorgas, 91 dessas foram dadas (diretamente) para deputados e senadores constituintes. Desse total, 92,3% votaram a favor do presidencialismo e 90,1% votaram a favor do mandato de cinco anos para o então presidente da República.

Sob o pretexto de modernizar as leis acerca da radiodifusão brasileira, a classe política fez uso da Constituição de 1988 em benefício próprio ao estender ao Congresso Nacional a prerrogativa de outorgar e renovar concessões de rádio e televisão - atividade antes estrita ao Executivo, (LIMA, 2006). Ao invés de promover avanços na democratização das telecomunicações, promoveu um novo “loteamento” das mídias entre os políticos no país. Além do chefe do Executivo, deputados e senadores passaram a participar da distribuição de concessões em benefício próprio, para garantir regionalmente seu prestígio – fato que ocorre por meios “alternativos”, visto que a mesma constituição proibiu deputados e senadores de manter contrato ou exercer cargos, função ou emprego remunerado em empresas concessionárias de serviço público.

Durante o governo FHC foram autorizadas 357 concessões educativas sem licitação e vendidas 539 emissoras comerciais. Na gestão do deputado federal Pimenta da Veiga (PSDB-MG), como Ministro das Comunicações, foram autorizadas, aproximadamente, 100 TVs educativas. Pelo menos 23 foram para políticos. Os beneficiados diretos com as concessões estabeleceram sistemas de comunicação regionais, vinculados em sua maioria a grupos midiáticos nacionais distribuidores de tecnologias e informações para os grupos locais, com infra-estrutura limitada, visando o público regional.

A concentração midiática não é restrita aos grupos regionais, mas inicia justamente na grande imprensa, que ao longo das décadas teve que se profissionalizar para atender às demandas do mercado capitalista, mas continuou concentrando os empreendimentos no âmbito familiar:

Nos anos 1990, cerca de nove grupos de empresas familiares controlavam a grande mídia no Brasil. As famílias eram Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Frias (Folha), Levy (Gazeta), Marinho (Globo), Mesquita (O Estado de S. Paulo), Nascimento Brito (Jornal do Brasil) e Saad (Band). Hoje esse número está reduzido a cinco. As famílias Bloch, Levy, Nascimento Brito e Mesquita já não exercem mais o controle sobre seus antigos veículos. (LIMA, 2006, p.104 - 105)

Paralelamente ao afunilamento dos grupos empresariais de controle da grande imprensa, os grupos regionais – associados aos grupos dominantes nacionais – consolidam suas posições hegemônicas com a expansão da propriedade cruzada em várias regiões brasileiras, (LIMA, 2006). Neste contexto, os veículos acabam, em sua maioria, fixados em grupos geridos por políticos locais, já que o isolamento econômico da região Nordeste dificulta a autossuficiência econômica de veículos midiáticos. Entre 2002 e 2006, a região foi responsável por 8,9% do Produto Interno Bruto do país, enquanto a região Sudeste foi por 56,32%. Os anúncios e a própria vendagem dos jornais não produzem receita suficiente para sua autonomia editorial. Surge assim o coronelismo eletrônico, com ocorrência acentuada nas regiões do interior do país, longe dos holofotes da sociedade civil metropolitana:

O coronelismo eletrônico é uma prática antidemocrática com profundas raízes históricas na política brasileira que perpassa diferentes governos e partidos políticos. Através dela se reforçam os vínculos históricos que sempre existiram entre as emissoras de rádio e televisão e as oligarquias políticas locais e regionais, e aumentam as possibilidades de que um número cada vez maior de concessionários de radiodifusão e/ou seus representantes diretos se elejam para cargos

políticos, especialmente como deputados e/ou senadores. (...)a continuidade do *coronelismo eletrônico* se constitui num dos principais obstáculos à efetiva democratização das comunicações no país. (LIMA, 2008, p. 27)

Santos (2005, p. 88) destaca as limitações das empresas de comunicação controladas pelos coronéis. Segundo a autora elas não atendem às lógicas usuais de mercado:

Os veículos de comunicação sob sua propriedade são financiados por anúncios publicitários governamentais e os veículos de comunicação governamentais sob sua gestão pelas verbas públicas. A direção das empresas no âmbito local e regional é usualmente cedida aos parentes ou afiliados, prescindindo dos valores do capitalismo ocidental como, por exemplo, eficiência. Os serviços de comunicação oferecidos pelas empresas dos coronéis são pobres, não têm condições de competitividade em termos de qualidade de conteúdo ou de distribuição eficaz. Precariedade econômica herdada do coronelismo de Leal.

As redes abertas de televisão e rádios demonstram a aliança entre estas duas esferas midiáticas, pois os contratos entre afiliada e cabeça-de-rede têm dupla função: garantir a oferta de programação, agregando o valor da mídia nacional para a audiência local - sem desprender muitos recursos e conseqüentemente expandindo a rede de um grupo nacional de comunicação; e, paralelamente, garante que a máquina pública atue pelos rádiodifusores, (SANTOS, 2005, p. 88).

Diante da argumentação exposta, este trabalho considera a relação da grande mídia com o poder político híbrida, e não plenamente isenta quanto se busca enfatizar. Ao passo que a proximidade entre o jornalismo regional e a política é mais explícita, e tem usos mais diretos. Outra característica relevante no contexto brasileiro é a existência de vínculos financeiros e ideológicos entre veículos da mídia nacional, acentuadamente redes de televisão e rádio, e exemplares da mídia regional. Esta interface é resultado do vínculo direto entre estas esferas midiáticas e instituições de poder político, o que implica no uso político da mídia brasileira. O exemplo das Organizações Globo é emblemático na relativização da mídia nacional como autônoma, independente, pois esta mantém localmente parceria com um sistema político clientelista enquanto nacionalmente, por meio de seus veículos, recrimina tal prática.

Para analisar criticamente a produção midiática, seja nacional ou local, é importante contextualizar o ambiente onde a notícia é feita, os interesses envolvidos na divulgação ou não de uma matéria e os constrangimentos pelos quais os jornalistas

passam em suas rotinas de trabalho. O jornalismo é um produto cultural, em constante interação com seu ambiente, e por isso, está contaminado pelos interesses dos proprietários dos veículos. Para Breed (1993) é o *publisher* que decide quais as forças que têm de ser conciliadas, obedecendo a linha editorial do jornal e sua orientação política, disfarçada em decorrência da existência de códigos de ética jornalísticos. Para o autor, a linha editorial é apreendida por osmose e imposta no processo de socialização do jornalista na redação.

Carey (1987) entende o jornalismo como uma profissão que apresenta ao mundo uma narrativa coerente, servindo a finalidades particulares, por este motivo é considerado pelo autor um trabalho criativo, uma estratégia simbólica, um modo de tornar o mundo confortavelmente compreensível ou, quando isso não é possível, de atribuir os fatos ao destino ou à sorte. Isso torna os jornalistas participantes ativos na fabricação da realidade e não apenas observadores passivos (CAREY, 1987, p. 12). Como alternativa, o autor propõe que o leitor seja astuto e constante – tal como são os próprios jornalistas – para associar o desconexo, para encontrar sentido e significado na torrente monumental e intensa das ocorrências.

2.1 Os Marinheiros e o Maranhão

As Organizações Globo e o Sistema Mirante, de propriedade de José Sarney, mantêm vínculos financeiros, no Maranhão, representando assim esta relação entre o centro e a margem na comunicação. A junção dos periódicos neste trabalho é reforçada por algumas proximidades, inclusive os contratos financeiros e simbólicos mantidos entre os dois grupos de mídia, conforme elucidam os tópicos abaixo:

a) a intrínseca relação comercial entre as famílias Sarney e Marinho, pois José Sarney é proprietário do Sistema Mirante de Comunicação, composto por quatro emissores de televisão, afiliadas à Rede Globo; pelo jornal diário O Estado do Maranhão; 14 emissoras de rádio, na capital e no interior (AM e FM) e o portal da internet “Imirante.com” – hospedado no portal “Globo.com”;

b) pelo intercâmbio de informações entre os dois jornais, resultado da assinatura da Agência Globo como fornecedora externa de informação – com veiculação de colunas como Panorama Político, Panorama Econômico e alguns cadernos como a Revista de TV;

c) Ambos são veículos representativos, com vendas expressivas, sendo o Estado do Maranhão o periódico local mais vendido no Maranhão, com cerca de 12 a 16 mil exemplares diários durante a semana e 20 mil aos fins de semana; Segundo Bezerra (2005), O Globo teve uma média de venda de diária de 266,185 exemplares durante 2002, com dados da Associação Nacional de Jornais;

d) a relação “afetiva⁴” entre os proprietários destes veículos de comunicação, e a possível implicação na postura dos profissionais no processo de produção de notícias sobre o tema. Os laços afetivos foram reforçados pela ligação “imortal”, pois Marinho ocupou a cadeira n.º 39 da Academia Brasileira de Letras, ao lado do assento de José Sarney, cadeira n.º 38;

e) o fato de Roseana ser uma das proprietárias do jornal O Estado do Maranhão - como isso influenciará na forma de trabalhar a notícia?;

f) A postura do jornal O Globo na cobertura jornalística de algumas datas políticas no país - sua postura pró-Sarney (1984)⁵, pró-Collor (1989), pró-Fernando Henrique Cardoso (1994-8).

O envolvimento econômico dos grupos superou a relação matriz/filial do sinal Rede Globo, como evidencia o projeto “Viva Educação”. O projeto educacional, criado em 2000 e implementado em 2001, visava aumentar os índices educacionais pelo tele-ensino: em 18 meses o aluno (de escolas públicas) concluiria a ensino médio com a metodologia da teleaula. Foi utilizado um volumoso valor de recursos do erário maranhense para compra de “conteúdos e tecnologias” de instituições ligadas ao grupo empresarial da família Marinho. Couto (2007, p. 140) aponta a Fundação Roberto Marinho (sem fins lucrativos) e a Editora Globo como principais beneficiadas do convênio assinado com a governadora Roseana Sarney, em 22 de novembro de 2000, no valor de R\$ 114 milhões.

A visão dos gestores dos dois grupos é compartilhada quanto ao uso de suas mídias para atender interesses privados. Para Sarney, a função do seu conglomerado

⁴ O viés político permeou a amizade de José Sarney e Roberto Marinho durante os anos que esse ocupou a Presidência da República, (1985-1990). Como conselheiro de Sarney, Roberto indicou nomes como o dos Ministros Antônio Carlos Magalhães (Comunicações) e Maílson da Nóbrega (Fazenda), Miguel (2001). Fato este veementemente negado por Sarney na edição de homenagem póstuma a Marinho: Homem de grande educação, afável, cavalheiro, fina sensibilidade, nunca, nem de leve, tentou usar seu poder para influenciar decisões de governo, O Globo (08/08/2003).

⁵ A Rede Globo entrevistou decisivamente no processo que determinou quem deveria assumir a Presidência: o vice-presidente eleito José Sarney ou Ulisses Guimarães, o presidente da câmara dos deputados e primeiro na ordem constitucional de sucessão. A Globo convocou inúmeros especialistas em direito constitucional para apoiar a tese de vice-presidência, e colaborou decisivamente para a formação de um consenso em torno do nome de Sarney (GUIMARÃES e AMARAL, 1988).

regional é: “(Nossa) única atividade em empresas é relativa à atividade política: jornal, rádio e televisão. Temos uma pequena televisão, uma das menores, talvez, da Rede Globo. E por motivos políticos. Se não fossemos políticos, não teríamos necessidade de ter meios de comunicação,” José Sarney (LIMA, 2006). Uma visão compartilhada por Marinho, conforme ilustra sua entrevista ao *The New York Times*:

“Sim, eu sou o poder (da RGTV), mas eu sempre faço isso patrioticamente, tentando corrigir as coisas, buscando os melhores caminhos para o país e seus estados. Nós gostaríamos de ter poder para consertar tudo o que não funciona no Brasil. Nós dedicamos todo o nosso poder para isso. Se o poder é usado para desarticular um país, para destruir seus costumes, então, isso não é bom, mas se é usado para melhorar as coisas, como nós fazemos, isso é bom”. (RIDING, 1987 *apud* LIMA 2006, p. 83)

A presença de Roseana na mídia em decorrência do Caso Lunus estremeceu estes vínculos, temporariamente, pois O Globo como mídia nacional tinha que noticiar o assunto para sua audiência, em razão do compromisso com a credibilidade vendida aos anunciantes. O Estado do Maranhão cumpriu o papel de porta-voz oficial da governadora durante a crise política, defendendo sua *publisher* das acusações de improbidade administrativa.

3. Caso Lunus nos Jornais

O *corpus* desta pesquisa escolheu o jornalismo impresso para tentar equacionar esta tensão entre a “grande” imprensa, a mídia regional envolvendo o poder político. Foram utilizados dois veículos de comunicação: O Globo, primeiro empreendimento midiático da família Marinho e O Estado do Maranhão, primeiro veículo do Sistema Mirante de Comunicação, de propriedade do senador José Sarney. O Globo circula nacionalmente e compõe a maior rede de comunicação do país, enquadrando-se no perfil da grande mídia; o segundo é direcionado ao público maranhense, afim de atender interesses privados de um grupo político local, encaixando-se como mídia de província.

Optou-se metodologicamente pela análise de conteúdo dos jornais, com objetivo de expor aproximações e distanciamentos na produção de sentido acerca do Caso Lunus. Foram analisadas as manchetes publicadas na primeira página (ver TAB. 1), visto que elas expõem de forma objetiva as posturas dos veículos estudados.

TABELA 1: Títulos do Caso Lunus

Data	Título	O Globo	O Estado do Maranhão
02/03/2002	1	PF Investiga Marido de Roseana e PFL ameaça deixar governo	“Não vão me intimidar”
03/03/2002	2	Ministro defende atuação da PF no caso de Murad	Roseana afirma que ação foi uma violência política
04/03/2002	3	Sarney Filho sai e agrava crise do PFL com o governo	Murad repudia invasão e exige que tudo seja apurado às claras
05/03/2002	4	PFL faz tempestade em copo d’água, diz FH	Roseana diz que invasão foi ato de discriminação
06/03/2002	5	Roseana deixa candidatura se PFL não romper com FH	Roseana recebe apoio do PFL no Congresso
07/03/2002	6	PFL pode deixar o governo hoje após 38 anos no poder	PFL sai do governo e diz que Roseana é candidata
08/03/2002 (...)	7	PFL abandona governo mas mantém cargos e apoio a FH	PFL confirma rompimento e lança Roseana
12/03/2002	8	Laranjas em projetos aprovados por Roseana	Bornhausen quer definir estratégia
13/03/2002	9	Marido de Roseana assume crime para explicar dinheiro	“Agi por determinação própria”
14/03/2002 (...)	10	PFL marca prazo para desistir de Roseana	PFL mantém apoio a Roseana e quer ação da PF investigada
28/03/2002 (...)	11	PM invade centro da PF no Maranhão	-
12/04/2002	12	PFL já dá como certa a renúncia de Roseana	-
13/04/2002	13	-	PFL decide manter apoio à candidatura de Roseana
14/04/2002	14	Abandonada pelo PFL, Roseana Sarney renúncia	Roseana vai disputar mandato no congresso pelo Maranhão

FONTE: Acervo da Biblioteca Nacional (RJ) e da Biblioteca Pública Benedito Leite (MA).

NO Estado do Maranhão, 30 capas foram dedicadas ao caso, com manchetes consecutivas durante os primeiros quinze dias de março; no período seguinte, as capas começaram a intercalar, até o tema ser tratado apenas na parte interna do periódico, retornando somente na primeira semana de abril – quando o caso chegou ao seu ápice. Em O Globo, a crise política protagonizada por Roseana Sarney e a cúpula do PFL figurou em 38 edições, das quais 26 foram em março e 12 em abril. Ao longo do período analisado, o caso foi tema de 26 capas como manchete (principal e secundária), sendo que o tema foi tratado 19 vezes nas capas de março e sete vezes em abril.

Percebe-se a dissonância entre a cobertura veiculada pelo O Globo e a realizada no Estado do Maranhão. Enquanto o jornal da família Marinho manteve-se no lugar de

um “jornal empresarial”, disponibilizando os “fatos” e as provas que responsabilizavam Roseana aparentemente “sem interesses”, o contrário se deu no jornal da governadora do Maranhão, onde as manchetes foram defensivas e claramente favoráveis a sua proprietária. Termos como “armação”, “repúdia”, “violência” referiam-se a operação enquanto “apoio”, “solidariedade” e “honestidade” eram vinculados a Roseana nos textos de seu jornal para os (e)leitores maranhenses. Percebe-se a ausência de denúncias publicadas no Globo no jornal dos Sarney como mostram os títulos 8 e 11. O Estado do Maranhão redimensiona matérias dadas nacionalmente para favorecer a imagem de Roseana, presente principalmente nos títulos 5, 6, 7, 12 e 13.

O jornal regional chegou a anunciar inverdades como o lançamento da candidatura de Roseana, que nunca ocorreu, ver títulos 7 e 13, ambientando um clima político diferente do veiculado em mídias nacionais. Este conteúdo foi reforçado por jornais e televisões locais vinculados ao grupo Sarney. Quando o tema das manchetes coincidiu, observa-se um enquadramento diferente nos dois veículos, conforme título 9. O dinheiro apreendido na Lunus exemplifica claramente o uso da notícia nos jornais: O Globo ilustrou imagens e falou intensamente da quantia apreendida, dados neutralizados na cobertura do Estado do MA. Até a explosão do Caso Lunus identificou-se uma posição “neutra” do jornal O Globo à candidatura de Roseana, por meio de notas em colunas políticas ou de matérias positivas sobre a vida pública e privada da candidata. A manchete do dia 02 de março (título 1) denota uma mudança na estratégia do jornal, visto que o veículo obteve informações privilegiadas sobre a operação da PF e a noticiou⁶ com amplo destaque durante os 44 dias nos quais o caso esteve no foco da mídia nacional.

O Estado do Maranhão, além de ter sido usado como porta-voz oficial da pré-candidata, serviu de bússola para a imprensa nacional por exibir o pensamento da governadora. Manchetes e títulos da cobertura eram feitos com aspas, declarações diretas de Roseana e do marido, servindo tanto para posicionamento de discurso no caso como fonte de consulta para jornalistas da grande imprensa. Durante toda a crise, o jornal continuou publicando o conteúdo fornecido pela agência Globo, mesmo aqueles que envolviam o tema de Roseana, desde que corroborasse com a tese defendida pelo

⁶ O Globo mobilizou mais de vinte repórteres no RJ, MA, TO e no DF. Além do correspondente local, o jornal enviou profissionais para apurar o caso em Palmas e São Luís.

jornal local. As matérias adquiridas⁷ do Globo para publicação no jornal local legitimavam a ideia de inocência e agregavam credibilidade ao conteúdo do Estado, tendo em vista o *status* do mais tradicional veículo dos Maranhão na esfera local. Havia incongruência nas próprias matérias do Estado, como demonstram as manchetes 13 e 14 respectivamente: “PFL decide manter apoio à candidatura de Roseana” e “Roseana vai disputar mandato no congresso pelo Maranhão”.

O Globo cobriu o caso de forma crítica para manter credibilidade diante do público, que na sua maioria desconhece os laços estratégicos entre os grupos Maranhão e Sarney. O Estado do Maranhão foi utilizado pelos seus proprietários para atender fins privados, quando deveria estar a serviço da sociedade e contribuir com a prestação de notícias responsavelmente. Entretanto ambos atendiam interesses políticos, com maior ou menor descrição, pois as Organizações Globo não abriram mão das cotas publicitárias federais e outras implicações subterrâneas ao Caso Lunus na disputa eleitoral de 2002 para cumprir a parceria regional. Acordos político-financeiros como os destas empresas se apóiam nos interesses de maior peso, sendo flexíveis à conjuntura vigente.

4. Considerações finais

O principal efeito do Caso Lunus foi a saída de Roseana do eixo central de disputa pelo poder. A representante oligárquica teve o trânsito entre o centro e a margem da política interrompido por suas práticas administrativas regionais ilícitas. Para Weber (2004, p. 281) “o investimento em propaganda e adoção da mídia ao “fenômeno político-midiático brasileiro” (Roseana) não foram suficientes para diluir as questões éticas e legais e a candidata desaparece. Vence a política”. É importante destacar o papel central da mídia na saída da candidata, pois a constante exposição do escândalo nos jornais reforçou a opinião pública desfavorável à pefelista. Mas em uma mídia controlada por políticos, ou e por empresários comprometidos com os jogos políticos, como os espectadores vão ter acesso a informações confiáveis?

O recorte desta pesquisa possibilita corroborar o papel político que a mídia desempenha no jogo de poder. Enquanto a mídia nacional publicizou as denúncias, e

⁷ A coluna Panorama Político era publicada de segunda à sexta no Estado do MA, entretanto o jornal utilizava manobras quando as declarações contidas na mesma não eram positivas. No dia 06/03 substituíram o espaço da coluna por um artigo do jornalista Ricardo Noblat, veiculado no Correio Braziliense, criticando a postura da Polícia Federal e dos tucanos.

com isso influenciou não só a opinião pública, mas incitou um posicionamento dos políticos diante dos fatos, o jornalismo regional reproduziu uma defesa partidária da sua proprietária, anulando as possibilidades (parciais) de acesso à informação daqueles que não disponibilizam de outros canais para contextualizar os fatos. A persistência de formas antidemocráticas como o coronelismo eletrônico está diretamente relacionada à conivência política, econômica do controle da informação no jogo político – acentuadamente no regional. Há vários jornalismo praticados no mesmo território que precisam sintonizar valores como ética e responsabilidade para contribuir com a transformação social e a consolidação da democracia brasileira.

Partindo especificamente para os objetos aqui trabalhados, O Globo e O Estado do Maranhão, observa-se que o jornal local faz uso de notícias nacionais para desfocar a crise da sua proprietária, principalmente matérias que faziam referência ao cenário político vivenciado pelo PFL; Já o periódico carioca, atento à credibilidade esperada no investimento de seus anunciantes, buscou noticiar os fatos, cotidianamente, nas páginas de política. Concluí-se que o jornalismo, seja nacional ou local, está permeado por interesses que influenciam diretamente o teor das informações transformadas em notícias. E que a relação entre a grande e pequena imprensa vem sendo simplificada, de forma a minimizar os impactos dos diferentes jornalismo brasileiros.

A existência de relações entre “Maranhão (Sarney) e Marinhos” na conjuntura política nacional reforça a necessidade de questionar a vigência destes modos ultrapassados, bem como da manipulação da comunicação em detrimento do direito constitucional à informação. A parceria entre estes sistemas e a grande mídia estimula a perenidade da lucrativa relação entre o público e o privado, nas esferas regionais e nacionais de poder (político e econômico).

Referências

ALBUQUERQUE, A. *Another ‘Fourth Branch’: press and political culture in Brazil*”, in *Journalism*, no 6 (4), 2005.

_____. *Aconteceu num carnaval: algumas observações sobre o mito de origem do jornalismo brasileiro moderno*. Artigo apresentado ao 6º Encontro de História da Mídia da Rede Alfredo de Carvalho. Niterói, 2008.

BARBOSA, M. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900 – 2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BEZERRA, H D. *Cobertura Jornalística e Eleições Majoritárias Proposta de um Modelo Analítico*. 2005. Tese - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ). Rio de Janeiro, 2005.

BOORSTIN, D. J. *The image: a guide to pseudo events in America*. New York: Atheneum, 1987.

BREED, W. *O controlo social na sala de redação*. In “TRAQUINA, Nélon (org.) *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, 1993

CAREY, J W. *Why and how. The dark continent of American Journalism*. In MANOFF, R K & SCHUDSON, M. *Reading the news: a pantheon guide to popular culture*. New York: Pantheon Books, 1987

COSTA, W C da. *Do “Maranhão Novo” ao “Novo Tempo”*: a trajetória da oligarquia Sarney no Maranhão. Artigo Mimeografado. São Luís, 1996.

COUTO, C. A. A. de M. *Estado, Mídia e Oligarquia: poder público e meios de comunicação como suporte de um projeto político para o Maranhão*. – Universidade Federal do Maranhão. São Luís, 2007.

DICIONÁRIO HISTÓRICO-BIOGRÁFICO BRASILEIRO DO CPDOC. Fundação Getúlio Vargas, 2008. Página disponível em <http://www.cpdoc.fgv.br/comum/htm/> acessada em: 17/10/2008.

FISHMAN, M. *Manufacturing news*. Austin: University of Texas Press, 1990.

GUIMARÃES, César; AMARAL, Roberto. ‘*Brazilian Television: a Rapid Conversion to the New Order*’, in FOX, Elizabeth (org.) *Media and Politics in Latin America: The Struggle for Democracy*. Newbury Park, CA: Sage, 1988.

GITLIN, T. *The whole world is watching: mass media in the making unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press, 1980.

GOMES, W. *Transformações da Política na era da comunicação de massa*. 2 ed. São Paulo: Editora Paulus, 2007.

LIMA, V A de. *Mídia Crise Política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu de Abramo, 2006.

LIMA, A. de V. e LOPES, C. A. “*Rádios Comunitárias: Coronelismo Eletrônico de novo tipo*”. Junho de 2007. Disponível em http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf. Acessado em 14 de nov. de 2008.

MIGUEL, L. F. *Política e Mídia no Brasil: episódios da história recente*. Brasília: Plano Editorial, 2002.

_____. *Meios de Comunicação de Massa e Política no Brasil*. Diálogos Latinoamericanos, n. 03. Universidade de Aarhus. Pp. 43 -70. 2001.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RIBEIRO, A. P. G. *Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

SOLOSKI, J. *O jornalista e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico*. In "TRAQUINA, N (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1993.

THOMPSON, J. B. *O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

TUCHMAN, G. "*Contando Estórias*". In "TRAQUINA, N. (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1993.

WAISBORD, S. *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability, and Democracy*. New York: Columbia University Press, 2000.

WEBER, M H. *Imagem Pública*. Em: RUBIM, Antonio Albino Canelas. *COMUNICACÃO E POLÍTICA: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.

ZELIZER, B. *Covering the body: Ihe Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992.