

Reflexos dos laços entre mídia e política na imprensa brasileira

Pâmela Pinto*

Resumo

Este artigo propõe discutir as relações entre a mídia brasileira e a política, por meio da análise da cobertura dos escândalos políticos “Caso Lunus” e “Atos Secretos do Senado” nos jornais *O Globo* e *O Estado do Maranhão*. Busca-se expor as interfaces entre as redes nacionais e os grupos de mídia regional, representados pelas Organizações Globo e o Sistema Mirante, de propriedade das famílias Marinho e Sarney.

Palavras-chave: jornalismo nacional; jornalismo regional; escândalo político.

Abstract

This essay intends to discuss the relations between Brazilian media and politics, by the analyses of coverage of political scandals “Lunu’s Case” and “Secret Acts of Senate” in the newspapers *O Globo* and *O Estado do Maranhão*. Aim to expose the interfaces between national networks and regional media groups, represented by Organizações Globo and the Sistema Mirante, owned by the families Marinho and Sarney.

Keywords: national journalism; regional journalism; political scandal.

Apresentação

A imprensa brasileira completou 200 anos em 2008, e encerra a primeira década do século XXI permeada por mudanças significativas como fim da Lei de Imprensa (Lei nº 5.250, de 1967) e a queda da obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão de jornalista pelo

* Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre em Comunicação pela UFF. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Maranhão. Pesquisa orientada pelo Prof. Dr. Afonso de Albuquerque. E-mail: pinpamela@gmail.com

Supremo Tribunal Federal (STF). Paralelamente a estes processos há um esforço constante dos pesquisadores para consolidar o campo da comunicação no país. Este artigo destaca a contribuição dos pesquisadores em torno do eixo comunicação e política, que desde o início de década de 1980 estudam fenômenos acerca da crescente importância que as eleições e as campanhas eleitorais adquiriram na política brasileira (Chaia, 2007; Miguel, 2010). Este trabalho pretende compartilhar com estas pesquisas uma reflexão sobre as influências das relações entre mídia e política no jornalismo dito nacional e no regional. Para ilustrar esta interface, recorreu-se a análise de duas coberturas de escândalos políticos¹ nos veículos *O Globo*² e *O Estado do Maranhão*³: o *Caso Lunus* (2002) e os *Atos Secretos do Senado* (2009). Ambos envolvem a família Sarney,⁴ proprietária de um conglomerado regional parceiro das Organizações Globo e detentora de um grupo político nacional, por meio da qual se exemplificará os vínculos mantidos entre os centros e as margens da política e da comunicação no país.

Heranças do *trusteeship model*⁵ para a comunicação brasileira

Os variados níveis de dependência econômica e política dos veículos condicionaram segmentações na mídia brasileira. Parte significativa dos teóricos da comunicação situou as diferenças estruturais e ideológicas desta em dois blocos: o da “grande” imprensa ou o jornalismo empresarial e a “pequena” imprensa, na maioria das vezes vinculada a domínios políticos locais e regionais. Apontou-se o primeiro grupo como o espaço

1 Escândalos são lutas travadas no espaço público e que são constituídas por ações e atos de fala de indivíduos e organizações que expõem, afirmam e condenam (Thompson, 2002).

2 *O Globo*, fundado em 29 de julho de 1925, por Roberto Marinho. A informatização chegou às redações do jornal em 1986. Na década de 1990 se consolidou como referência do jornalismo brasileiro.

3 *O Estado do Maranhão* teve sua primeira edição publicada no dia 1º de maio de 1973, sob a coordenação de José Sarney, sendo a evolução técnica do *Jornal do Dia*, adquirido pelo governador em 1968. Em 1990, o jornal passou por algumas transformações gráficas, dois anos depois, começou a circular em policromia.

4 A família Sarney é a última oligarquia no país, representada por José Sarney que, aos 80 anos, é uma das figuras mais influentes na política nacional, alicerçado por uma dupla base política: uma nacional, construída ao longo de cinco décadas em mandatos públicos, e uma base regional, dividida entre os estados do Maranhão e do Amapá.

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

do jornalismo comprometido com os leitores, e principalmente com os seus anunciantes, enquanto o jornalismo regional configurou-se como um instrumento político.

Pretende-se expor algumas características prioritariamente atribuídas ao jornalismo regional, mas que são verificadas, sobretudo, no jornalismo nacional e, de certa forma, constroem paralelos entre estes modelos de interface da imprensa. A primeira similaridade são os vínculos de ambos os jornalisismos com o campo político. A pluralidade de espaços e de análises é incontestável na grande imprensa, assim como sua contribuição para consolidar o espaço público, entretanto os laços com a política também perpassam os interesses dos grandes veículos, tendo em vista a própria cultura de apadrinhamentos políticos na implantação de canais de TV e rádio. Outra característica diz respeito à concentração midiática que ocorre no Brasil e o impacto que ela ocasiona nas cadeias de veículos que interligam o país. Para alcançar todo o território, as grandes empresas precisam que as repetidoras regionais repassem seus conteúdos, e nesse processo os conglomerados nacionais fortalecem redes locais, independentemente do uso que estas empresas farão deste “poder”. Dessa forma, acredita-se que existe um elo mais complexo entre o jornalismo nacional e regional, que mais que opostos, mostram-se como similares em pontos centrais e até interdependentes.

No Brasil a relação entre o jornalismo e a política é complexa, pois a formação do sistema midiático é vinculada historicamente ao campo político. Da embrionária imprensa instalada com a chegada da Família Real no Brasil, em 1808, à adoção do *trusteeship model*, na década de 1930, 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, já que era permitida a propriedade cruzada, isto é, a possibilidade de um mesmo grupo empresarial controlar jornais, revistas, rádios e televisão em um mercado. Na época, as concessões de veículos foram para os grupos já consolidados no país. Assim se formaram os maiores grupos de mídia no Brasil, resultando em um sistema midiático concentrado e controlado por um reduzido grupo de empresas (Lima, 2006).

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 infraestrutura necessária à

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. O governo militar idealizou um projeto de integração com incentivo para formação de grupos midiáticos capazes de abranger o país.

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 representou mais de 1/3 do total das emissoras existentes desde o surgimento da radiodifusão no Brasil. Lima (2006) 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 não redução do mandato de José Sarney. Entre 1985 e 1988 foram assinadas 1.028 outorgas, 91 dessas foram dadas 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 presidente.

A Constituição de 1988 foi mais um avanço na modernização das leis acerca da radiodifusão, entretanto, os constituintes a usaram em benefício próprio ao estender ao Congresso Nacional a prerrogativa de outorgar e renovar concessões – 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. Deputados e senadores passaram a participar da distribuição de concessões em benefício próprio. Durante o governo FHC foram autorizadas 357 concessões educativas sem licitação e vendidas 539 emissoras comerciais.

É importante destacar que a concentração das mídias não é restrita aos grupos regionais, mas iniciou na grande imprensa, que ao longo das décadas teve que se profissionalizar para atender às demandas do mercado, 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). (Lima, 2006, p. 104)

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). Os veículos da grande imprensa estão ligados a uma rede de contratos indispensáveis à sua sobrevivência empresarial e com a qual respondem com credibilidade, por meio da instituição de valores e normas jornalísticas. Mas, além dos anunciantes e leitores, há também parcerias políticas firmadas em consonância com as conjunturas vigentes.

Como consequência dessa divisão, identificam-se dois tipos de redes de concentração de mídias: de um lado existe uma imprensa composta por grandes grupos de alcance internacional, que dependem de uma outra extremidade, composta por uma imprensa monopolizada na maioria das vezes por representantes públicos, em regiões nas quais predominam baixos índices socioeconômicos e uma economia distante dos padrões lucrativos dos grandes centros. Cabe destacar que a concentração midiática pela propriedade cruzada tem várias faces, ocorrendo em diferentes estados, como o grupo Rede Brasil Sul (RBS), no Rio Grande do Sul, e o Sistema Mirante, no Maranhão. As redes abertas de televisão e rádio 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 radiodifusores (Santos e Capparelli, 2005).

Pistas para a configuração geopolítica da imprensa

O jornalismo brasileiro é diretamente afetado pela divisão geopolítica do país, 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 da República, onde

também foram fixadas as principais atividades econômicas e a política. A concentração econômica nas regiões Sudeste e Centro-Oeste alimentou também a “autonomia” de muitos veículos de circulação nacional, que, historicamente, foram fixados nestes centros de onde reverberam informações para todo o país. Configurou-se uma divisão geopolítica da imprensa brasileira, com diversos jornalismo produzidos de acordo com a realidade local dos jornalistas e dos empresários de mídia. Todavia, o conceito de jornalismo foi enquadrado de forma simplista em duas categorias dicotômicas, opondo valores como credibilidade e legitimidade: o jornalismo nacional, responsável pela cobertura de temas de relevância a todo território, e o jornalismo regional, que se resume a temas locais.

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, essas 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 exemplo das negociações da empresa Time-Life com as Organizações Globo para transferência de capital e tecnologia à emissora de televisão é emblemático. A implantação da TV Globo marcou a expansão das Organizações Globo no país e a inserção da tecnologia e capital internacional no sistema televisivo brasileiro, que se iniciava no país. A concessão do canal foi dada em 1957, por Juscelino Kubitschek, mas sua ativação só ocorreu a partir de 1962, após o contrato com o grupo multimídia Time-Life Broadcast Internacional Inc. (Weber, 2000). A parceria entre as empresas iniciou em 1962 e duraria 11 anos, em seguida, prorrogar-se-ia automaticamente por prazo indeterminado (Hertz, 1991). Em janeiro de 1965, Globo e Time-Life firmaram outro contrato no qual a empresa americana passaria a ter 45% de participação nos lucros da Rede Globo. Houve um aumento de remessas de dinheiro, pois a emissora começou a operar no dia 28 de abril de 1965, no Rio de Janeiro.

Em março de 1966, o Conselho Nacional de Telecomunicações criou a Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar a relação entre

as empresas. Em agosto, a comissão decidiu que os contratos entre as empresas feriram a Constituição e decidiu criar uma comissão para elaborar legislação específica sobre televisão, no sentido de preservar a nacionalização. Porém a associação das empresas foi viabilizada no governo militar, com parecer aprovado pelo presidente Castelo Branco em 1967, e assim as Organizações Globo se expandiu pelo país (Weber, 2000).

Ao se discutir o lugar de fala ocupado pelas mídias no Brasil, é importante também discutir os conceitos de centro e periferia dentro desse escopo crítico, para não reduzir a interface às diferenças advindas principalmente das disparidades econômicas, tecnológicas, mas procurando refletir a interação entre os veículos dentro do sistema midiático brasileiro, apontando as aproximações, paralelos e semelhanças entre estes seguimentos de mídia. Essas duas esferas interagem com públicos, nos seus respectivos ambientes, e fomentam significados, sendo importante avaliar o impacto desse conteúdo em questões como a política. Existe uma tensão permanente, determinada pelo nível de dependência econômica das empresas, entre os jornalismo e a política. Esse fato não permite naturalizar as práticas coronelistas nem isentar o partidarismo implícito de conglomerados de comunicação.

Laços e paralelos entre os Marinheiros e o Maranhão

O *corpus* desta pesquisa escolheu o jornalismo impresso para tentar equacionar essa tensão entre o jornalismo nacional e regional envolvendo o poder político. Foram utilizados *O Globo*, primeiro empreendimento midiático da família Marinho, e *O Estado do Maranhão*, primeiro veículo do Sistema Mirante, de propriedade do senador José Sarney. *O Globo* circula nacionalmente e compõe a maior rede de comunicação do país, enquadrando-se no perfil de jornalismo nacional; o segundo é direcionado ao público maranhense, a fim de atender interesses privados de um grupo político local, encaixando-se como jornalismo regional. Ambos mantêm parcerias financeiras, o que reforçou a junção dos periódicos neste trabalho, conforme elucidam os tópicos abaixo:

a) a relação comercial concreta entre as famílias Sarney e Marinho, pois José Sarney é proprietário do Sistema Mirante de Comunicação, composto por quatro emissoras 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 de conteúdo da *Agência O Globo*;

c) o viés político da amizade de José Sarney e Roberto Marinho que perdurou muitos anos, acentuadamente no período que aquele ocupou a Presidência da República (1985-1990). Como conselheiro de Sarney, Roberto indicou nomes como o dos ministros Antônio Carlos Magalhães e Maílson da Nóbrega (Miguel, 2001).

d) A postura do jornal *O Globo*, uma empresa também familiar, na cobertura jornalística de algumas datas políticas no país – sua postura pró-Sarney (1984), pró-Collor (1989), pró-Fernando Henrique Cardoso (1994-1998);

e) a relação “afetiva” entre os proprietários de ambos os 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 nº 39 da Academia Brasileira de Letras, ao lado do assento de Sarney, cadeira nº 38.

A extensão do poder de comunicação da família Sarney no Maranhão é intimamente relacionada ao vínculo mantido com o grupo Marinho. O selo de credibilidade impresso no padrão Rede Globo é utilizado no Maranhão para fins políticos, não só na televisão, mas em todos os outros veículos do grupo Sarney. A junção destes veículos pode permitir a verificação de possíveis interferências advindas da relação de Sarney com a família Marinho, nas matérias publicadas em *O Globo*, bem como a influência de Roseana na cobertura de *O Estado do Maranhão*, veículo do qual é proprietária.

O envolvimento econômico dos grupos superou a relação matriz/filial do sinal Rede Globo, como evidenciou o programa “Viva Educação”. O projeto educacional, criado em 2000, visava aumentar os índices educacionais pelo tele-ensino: em 18 meses o aluno da rede pública concluiria o 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, sem licitação. Couto (2007) apontou a Fundação

Roberto Marinho e a Editora Globo como principais beneficiadas do convênio assinado com a governadora Roseana Sarney, em 2000, no valor de R\$114 milhões.

Os dois jornais foram consolidados por sistemas midiáticos que interagiram com interesses privados e públicos para garantir êxito e crescimento. Ambos estão amparados por sistemas de comunicação: as Organizações Globo formam a maior rede de empresas de comunicação do país, chegando a estabelecer um padrão de qualidade nacional, que norteia o trabalho das demais emissoras e grupos de comunicação, e o Sistema Mirante, que se denomina como o maior grupo privado de comunicação do Maranhão. Eles fazem referência a um modelo de jornalismo moderno, objetivo, mesmo tendo a trajetória associadas a grupos políticos: *O Globo* ao regime militar e posteriormente aos grupos políticos dominantes na Presidência da República, enquanto *O Estado do Maranhão* manteve a mesma relação junto aos proprietários e políticos da família Sarney. Além da influência política, esses laços proporcionam vantagens econômicas para os veículos como a cota de anúncios publicitários.

Seus proprietários possuem uma visão similar quanto ao uso dos seus veículos para benefícios privados/políticos. Para Lima, Roberto Marinho justificava a ação política dos seus veículos midiáticos institucionalizando suas intervenções como uma “missão” de prestação de serviço ao interesse público, conforme ilustrou a entrevista concedida por Marinho ao jornal *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. (Riding, 1987 apud Lima, 2006, p. 83)

Visão compartilhada com Sarney, conforme o depoimento abaixo:

Nunca fui empresário de comunicação. Eu criei o jornal porque eu tinha que ter um instrumento político, todos os jornais do Maranhão foram fechados. Fiz um jornal que era o nosso veículo de expor nossas ideias. [...] começamos a fazer esse jornal, há 40 e poucos anos, um jornal político. (Sarney, 2003 apud Couto, 2007, p. 124)

Observou-se que nas duas empresas, regional ou nacional, os gestores fazem uso de concessões públicas para atingir fins privados,

em detrimento do interesse público. Isso implica em consequências para o espectador, que recebe informações incompletas/negligenciadas no conteúdo publicado nos veículos destes grupos midiáticos. Tais peculiaridades mostram que no âmbito regional as Organizações Globo mantêm contrato formal com um sistema político clientelista, amplamente criticado durante os escândalos políticos pel'O *Globo* e em programas jornalísticos da Rede Globo. Há uma parceria lucrativa entre os dois grupos de comunicação, desconhecida por parte do público do jornalismo nacional e regional.

Escândalo político no jornalismo nacional e regional

Uma abordagem analítica sobre o jornalismo deve levar em consideração o enquadramento dos veículos para um dado caso, pois eles são recursos que expõem as estratégias adotadas ao optarem por determinado recorte em detrimento de outros, já que estão inseridos nas rotinas produtivas dos profissionais. Enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos, construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e às situações sociais (Porto, 2004, p. 78).

O objeto deste trabalho é composto pela análise comparada do enquadramento recebido em duas coberturas sobre escândalos políticos envolvendo a família Sarney. Serão avaliadas as manchetes publicadas nas capas d'O *Globo* e d'O *Estado do Maranhão*, por expor de forma objetiva as posturas dos veículos estudados. Serão analisadas, sinteticamente, as manchetes sobre o *Caso Lunus* nas capas dos dias 2 de março a 14 de abril de 2002, assim como as capas sobre os *Atos Secretos do Senado* entre os dias 15 a 30 de junho de 2009.

O *Caso Lunus* envolveu Roseana Sarney, a primeira governadora do país, na pré-campanha presidencial de 2002. A Lunus Serviços e Participações Ltda. tinha Roseana como acionista majoritária (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, quando 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 episódio chegou ao seu clímax no dia 13 de abril de 2002, quando a

governadora retirou-se oficialmente da corrida presidencial. O caso foi arquivado, por falta de provas em 1º de agosto de 2003, pelo ministro do STF e relator do caso Gilmar Mendes.

Os *Atos Secretos* foram resultado de uma crise ética vivenciada no Senado, em 2009, no início da gestão de José Sarney. Insatisfeitos com o resultado do pleito, alguns políticos começaram a relatar o *modus operandi* da Casa anonimamente para a mídia. O auge da crise deu-se com a denúncia do jornal *O Estado de S.Paulo* sobre os “atos secretos”, na edição de 10/6/2009. A “caixa preta” da Casa era composta por cerca de 300 atos administrativos secretos usados para criar cargos, aumentar salários e nomear parentes nos últimos dez anos. Por meio desse sistema, Sarney nomeou parentes que foram descobertos na folha do Senado. Todas essas denúncias somadas à descoberta de mais de 350 atos corroboravam um coro que pedia a renúncia de Sarney. A polêmica mobilizou o Congresso Nacional e a sociedade civil, por meio da mídia, entretando, o senador recorreu ao presidente Lula alegando não ter culpa da crise, exigindo apoio da base governista. Sarney continuou na presidência da Casa, sendo um dos principais apoiadores do presidente nas eleições de 2010.

Observou-se a predominância de enquadramentos negativos nas manchetes de *O Globo* sobre o *Caso Lunus*, seguidos de três manchetes positivas e uma neutra (ver Tabela 1). O oposto é observado no jornal *O Estado do Maranhão*, no qual onze matérias foram positivas e apenas uma negativa, na cobertura do escândalo político de Roseana.

Tabela 1 – Quadro comparativo das manchetes analisadas sobre o *Caso Lunus*

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

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

Enquanto o jornal da família Marinho manteve-se no lugar de um “jornal empresarial”, disponibilizando os “fatos” e as provas responsabilizando Roseana aparentemente “sem interesses”, o contrário deu-se no jornal da governadora. Termos como “armação” e “violência” referiam-se à operação, enquanto “apoio” e “honestidade” eram vinculados a Roseana nos textos de seu jornal para os leitores maranhenses. Percebe-se a ausência de denúncias publicadas n’*O Globo* no jornal dos Sarney como mostram os títulos 8 e 11. *O Estado do Maranhão* redimensionou 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 nacionalmente.

Quando o tema das manchetes coincidiu, observou-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 da quantia apreendida, dados neutralizados na cobertura d'*O Estado do Maranhão*. 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. Havia incongruência nas próprias matérias d'*O Estado*, como demonstram as manchetes 13 e 14, respectivamente. A saída de Roseana teve abordagens contrárias nos dois jornais. *O Globo* noticiou a desistência do PFL da candidatura, usando termos como “abandono” e “renúncia”, já *O Estado do Maranhão* noticiou a desistência informando que sua proprietária disputaria um mandato no Congresso, anulando a ideia de derrota, com enquadramento positivo.

O Globo deu visibilidade ao caso e, paralelamente, difundiu conteúdos positivos sobre José Serra e o PSDB, por meio de textos encaixados nos moldes da produção social da notícia, obedecendo ao perfil editorial da empresa. Assim como a família Sarney utilizou *O Estado do Maranhão* para fins privados, a família Marinho utilizou *O Globo* para delinear sua tendência partidária na campanha de 2002.

Os atos secretos do Senado foram temas frequentes nas manchetes de *O Globo* em junho de 2009, ver Tabela 2. Sarney foi o nome mais citado, direta (quatro capas) e indiretamente (oito capas), nesta fase cobertura. Predominaram as matérias de enquadramento negativo, seguidas por quatro matérias positivas – não houve nenhum texto neutro. Em resposta ao pacto de leitura mantido com seus leitores, *O Globo* não foi conivente com a distribuição de cargos no Senado.

Tabela 2: Quadro comparativo das manchetes analisadas sobre os Atos Secretos

Data	Título	O Globo	O Estado do Maranhão
15/6/2009	1	Senado pode ter de anular atos secretos	JV Litoral é campeão (futebol)
17/6/2009	2	“Eu?” Sarney diz que a culpa não é dele, nem anula atos. Mas promete mudanças	“Faremos do Senado uma casa respeitável”
18/6/2009	3	Lula defende Sarney e faz crítica ao denunciamento	Refinarias poderão ter sócios japoneses
19/6/2009	4	Comissões especiais do Senado viram uma indústria de gratificações	Meningite: aumenta o alerta
20/6/2009	5	Mordomo de Roseana é pago pelo Senado	Sarney adota medidas para gestão do Senado
22/6/2009	6	Senado pagou até reforma de cozinha com atos secretos	Brasil despacha a Itália
23/6/2009	7	Senadores denunciam chantagem de ex-diretor	Gripe Suína: confirmado o primeiro caso em São Luís
24/6/2009	8	Senado demite diretores e anula só um ato secreto	Sarney demite 2 diretores e inicia mudanças no Senado
25/6/2009	9	Senado tenta descobrir quem movimentava contas secretas	Governo Federal libera mais R\$ 65 milhões para o Itaqui
26/6/2009	10	Denúncia sobre neto aumenta pressão pela saída de Sarney	Mundo perde Michael Jackson
29/6/2009	11	Senado afastará mais 4 para tentar conter crise	Brasil Tricampeão
30/6/2009	12	Lula pede ao PT mais empenho por Sarney	Sarney esclarece que atuação da Sarcris foi anterior à sua gestão

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

Regionalmente, o veículo de Sarney teve mais possibilidades de silenciar a crise vivida no centro político, e quando possível, tentou amenizá-la. Da amostra coletada, apenas quatro matérias citaram o caso, todas tiveram enquadramento positivo. Enquanto *O Globo* tratou o tema cotidianamente, com destaque nas capas, *O Estado do Maranhão* buscou notícias ora do circuito nacional (a morte de Michael Jackson e as vitórias da seleção brasileira na Copa das Confederações), ora do âmbito regional, títulos 1, 3, 4 e 7, como alternativa à crise política de seu proprietário. Quando se dirigiu à crise no Senado, *O Estado do Maranhão* se contradisse com o conteúdo apresentado nacionalmente, a exemplo da manchete 2 que repercutiu o discurso de Sarney no Senado, no dia anterior. As matérias veiculadas regionalmente colocavam seu proprietário como exemplo de ética. O parentesco entre os membros da família Sarney (Roseana e netos de Sarney) foram explicitados em manchetes, este aspecto foi negligenciado n’*O Estado do Maranhão*.

Considerações finais

O *Caso Lunus* foi um dos primeiros escândalos políticos de relevância nacional no início do século XXI e os *Atos Secretos do Senado* foram um dos escândalos mais marcantes de 2009, e ao analisar a cobertura recebida nos dois jornais, dentro deste intervalo de sete anos, percebe-se a pertinência da política dos escândalos, segundo a qual se fomenta um ciclo de escândalos na cena política, com o uso dirigido destas contravenções para fins específicos (Waisbord, 1995). Por ser o local onde estes acontecimentos se concretizam, a imprensa assumiu um papel de destaque neste processo, determinando uma tensão entre a mídia e os interesses públicos/privados.

A comparação das manchetes das duas coberturas apontou que existiu defesa de interesses nos dois veículos analisados, esta foi realizada de forma mais direta em *O Estado do Maranhão*, que optou por um percurso explícito de valorização de seus proprietários, enquanto *O Globo* utilizou diversos recursos, inclusive a ideia de pluralidade de falas das fontes, para sobrepor a voz de alguns atores (principalmente o PSDB) em relação aos outros envolvidos nos escândalos. Entretanto a verdade defendida nas páginas de *O Globo* não é a mesma que rege a ética em toda a Organização Globo, pois esta mantém localmente parceria com um sistema oligárquico enquanto, nacionalmente, por meio de seus veículos, recrimina tal prática política. Ao aceitar que a televisão do senador José Sarney seja uma repetidora da TV Globo; ao hospedar o portal do Sistema Mirante no Globo.com; ao fazer parcerias lucrativas com o governo maranhense, o conglomerado se beneficia financeiramente e agrega *status* ao sistema local, que se diferencia dos demais pela sua relação com a grande mídia.

O recorte desta pesquisa possibilitou corroborar o papel político que a mídia desempenha no jogo de poder. Enquanto a mídia nacional publicizava as denúncias, e com isso influenciava não só a opinião pública, mas incitava um posicionamento dos políticos diante dos fatos, visto que este seria reverberado nos veículos massivos, o jornalismo regional reproduzia uma defesa partidária de seus proprietários. No jornal maranhense Sarney foi noticiado como queria, n' *O Globo* foi tratado de acordo com a gravidade do caso. Conclui-se que o jornalismo, seja nacional ou local, está permeado por interesses que influenciam o teor

das informações transformadas em notícias.

Miguel (2010) reconhece que a mídia se tornou um fator central da vida política contemporânea e aponta que os meios de comunicação ampliam o acesso aos agentes políticos, que ficam expostos, de forma mais permanente, aos olhos do grande público. Contudo há outras particularidades desta relação que subterraneamente influenciam os conteúdos publicados na imprensa, seja nacional ou regional. São estes laços entre políticos, empresários de mídia e entidades públicas que devem ser analisados com mais frequência para impedir “enquadramentos distorcidos”. A persistência de formas antidemocráticas de comunicação está relacionada à convivência política, econômica, do controle da informação no jogo político. A influência de proprietários de mídia como o senador José Sarney na conjuntura política nacional reforçam 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. Há vários jornalismo praticados no mesmo território que precisam sintonizar valores como ética e responsabilidade para contribuir com a transformação social.

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, A. (2008). Aconteceu num carnaval: algumas observações sobre o mito de origem do jornalismo brasileiro moderno. *6º Encontro de História da Mídia da Rede Alfredo de Carvalho*. Niterói.

CHAIA, V. (2007). Investigação sobre Comunicação Política no Brasil. *Revista Eletrônica Semestral do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP*, n. 2, 2º semestre. Disponível em: <http://www.pucsp.br/ponto-e-virgula/n2/pdf/12-vera.pdf>. Acesso em: 18/8/2010.

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

HERTZ, D. (1991). *A história secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Tchê.

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

MIGUEL, L. F. (2001). Meios de Comunicação de Massa e Política no Brasil. *Diálogos Latinoamericanos*, n. 3, Universidade de Aarhus.

MIGUEL, L. F. e BIROLI, F. (2010). “Comunicação e política: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil”. In: MIGUEL, L. F. e BIROLI, F. (orgs.). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo, Hucitec.

PORTO, M. (2004). “Enquadramentos da mídia e política”. In: RUBIM, A. A. C. *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador, Edufba.

SANTOS, S. dos e CAPPARELLI, S. (2005). “Coronelismo, Radiodifusão e Voto: a nova face de um velho conceito”. In: BRITTOS, V. C. e BOLAÑO, C. R. S. (orgs.). *Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo, Paulus.

THOMPSON, J. B. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis, Vozes.

WEBER, M. H. (2000). *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre, Editora da UFRGS.

WAISBORD, S. (1995). When watchdogs bark: press and political accountability in South American democracies. REUNIÃO ANUAL DA AMERICAN POLITICAL ASSOCIATION. *Anais...* Chicago.