

**UNIMAR**  
**UNIVERSIDADE DE MARÍLIA**

**SORAIA TOMICH MARCOS**

**LULA, *VEJA E ISTOÉ*: A CONSTRUÇÃO DE UM ATOR POLÍTICO**

**MARÍLIA – SÃO PAULO**

**2006**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**SORAIA TOMICH MARCOS**

**LULA, *VEJA E ISTOÉ*: A CONSTRUÇÃO DE UM ATOR POLÍTICO**

**Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília FCETUR – Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, como requisito parcial à obtenção do título de mestre.**

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Carly Batista de Aguiar**

**Marília  
2006**

COMISSÃO EXAMINADORA

Profª. Drª. Carly Batista de Aguiar (Orientadora)

Profª. Drª. Lúcia Correia Marques de Miranda Moreira

Profº. Dr. Rosinaldo Antônio Miani

Marília, 26 de maio de 2006.

DEDICATÓRIA

Ao meu marido, Jairo Faria  
Mendes, pelo companheirismo,  
apoio e incentivo.

## **AGRADECIMENTOS**

À minha orientadora, professora Carly Batista Aguiar, pela generosidade, paciência e eficiência com que me guiou pelos caminhos da pesquisa;

Aos professores Rosinaldo Antônio Miani e Lúcia Correia Marques de Miranda Moreira por aceitarem participar da banca examinadora dessa dissertação;

Aos meus pais Antônio e Neusa e à minha irmã Cristina pelo apoio de sempre;

E um agradecimento especial à professora Elêusis Mírian Camocardi pelo valioso apoio na etapa final do trabalho.

## RESUMO

Este trabalho busca compreender como o ator político Luís Inácio Lula da Silva foi construído pelas revistas semanais de informação *Veja* e *Istoé*. Mediante a análise comparativa da atuação dessas publicações, nas coberturas jornalísticas por elas realizadas, foi explorada a teoria dos periódicos como atores do sistema político, formulada por Héctor Borrat. O estudo investiga como os referidos periódicos apresentaram Lula ao seu público leitor nos principais episódios da sua trajetória política, desde que ele despontou como um dos maiores líderes sindicais da história do país, até sua vitória nas eleições presidenciais de 2002. A pesquisa demonstra que Lula foi muito valorizado pelas revistas como sindicalista, mas foi tratado de forma preconceituosa e até desqualificadora depois que ingressou na política partidária e passou a disputar cargos.

**Palavras-chave:** Lula, ator político, revista *Veja*, revista *Istoé*.

## ABSTRACT

This work searches to understand how the actor politician Luís Inácio Lula da Silva was constructed by the weekly magazines of information *Veja* and *Istoé*. By means of the comparative analysis of the performance of these publications, in the journalistic coverings made by them the theory of this type of press was explored as actors of the politician system, formulated by Héctor Borrat. This study investigates as cited how this type of press has presented Lula to his reading public in the main episodes of his political trajectory, since that he appeared as one of the best syndical leaders of his country history until his victory in the presidential elections of 2002. The research demonstrates that Lula was treasured by the magazines as syndicalist, but was treated in a prejudicely way later when he entered the party and started to dispute positions.

**Key words:** Lula, actor politician, *Veja* magazine, *Istoé* magazine.



# SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| <b>INTRODUÇÃO</b> .....  | 10  |
| 1. Do sindicato à presidência.....                             | 16  |
| 2. Anos 90: O começo de uma batalha?.....                      | 21  |
| 3. A prática jornalística.....                                 | 28  |
| 4. A opção por <i>Veja</i> e <i>Istoé</i> .....                | 31  |
| <br>   |     |
| <b>1 – MÍDIA E POLÍTICA</b> .....                              | 36  |
| 1.1 – A centralidade da mídia.....                             | 37  |
| 1.2 – Os meios de comunicação como “atores” Políticos.....     | 41  |
| 1.3 – A visibilidade da política.....                          | 43  |
| 1.4 – Imagem pública.....                                      | 47  |
| <br>   |     |
| <b>2 – LULA – UMA HISTÓRIA, MUITAS VIDAS</b> .....             | 51  |
| 2.1 – Genuinamente brasileiro.....                             | 52  |
| 2.2 – A liderança no ABC paulista.....                         | 56  |
| 2.3 – PT – um partido surgido da base.....                     | 58  |
| 2.4 – Os pleitos da derrota: 1989, 1994 e 1998.....            | 64  |
| 2.5 – A eleição da vitória: 2002.....                          | 70  |
| <br>   |     |
| <b>3 – A TRANSIÇÃO POLÍTICA E O PAPEL DO JORNALISMO</b> .....  | 72  |
| 3.1 – Lula e a mídia.....                                      | 80  |
| 3.2 – A percepção de Lula quanto à mídia.....                  | 82  |
| <br>   |     |
| <b>4 – AS REVISTAS SEMANAIS DE INFORMAÇÃO</b> .....            | 86  |
| 4.1 – <i>Veja</i> , a pioneira.....                            | 89  |
| 4.2 – O surgimento da revista <i>Istoé</i> .....               | 92  |
| 4.3 – <i>Veja</i> e o ator político Lula .....                 | 96  |
| 4.4 – A construção do ator político Lula na <i>Istoé</i> ..... | 119 |
| <br>   |     |
| <b>5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....                          | 153 |

|   |            |
|---|------------|
| <b>6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                            | <b>158</b> |
| <b>QUADRO 1 – PRINCIPAIS EPISÓDIOS DA VIDA POLÍTICA DE LULA.....</b>  | <b>162</b> |
| <b>ANEXO 1 – EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA <i>ISTOÉ</i>.....</b> | <b>163</b> |
| <b>ANEXO 2 – EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA <i>VEJA</i>.....</b>  | <b>168</b> |

## INTRODUÇÃO

A grande imprensa, ou seja, o conjunto de jornais e revistas de circulação nacional, cujos assuntos principais são política e economia, está voltada não indiretamente como outras formas de ação simbólica, mas diretamente para influenciar a opinião pública. A questão é abordada aqui através do estudo de atitude editorialmente explicitadas por esses dois veículos da grande imprensa. Com Singer (1994) “ao falarmos de grande imprensa deixamos de lado a imprensa regional, a imprensa popular, assim como o jornalismo televisivo e radiofônico”. A chamada “imprensa alternativa” que durante parte da transição expressou a opinião de centro-esquerda e esquerda também não está sendo considerada nesta noção.

Através desses veículos de massa, tanto os integrantes da grande imprensa como os demais jornalistas atuam como porta-vozes de ideologias inseridas no contexto das conjunturas políticas e sociais. A ação desses profissionais é sobretudo política, que é a de fazer a intermediação entre o poder e a opinião pública. O plano da expressão política não se manifesta apenas na imprensa de referência dominante, mas é esta que tem maior peso na formação da opinião pública.

A mídia é um espaço por excelência da representação, por ser nela que a cena política contemporânea se realiza em grande parte para a sociedade. É nos veículos de comunicação de massa que se definem as prioridades políticas, a agenda pública e é também neles que os atores-políticos tentam administrar a visibilidade, fazendo repercutir discursos e versões de seu próprio interesse.

Sabe-se que a época atual costuma ser identificada como a era da imagem – tudo é extremamente visível, mostrado, explícito e exposto aos olhos do público, através dos meios de comunicação massivos. Assim, a visibilidade na mídia é, de certa forma, um fator determinante para a “construção” de atores políticos, na medida em que a notoriedade midiática se torna condição fundamental para o acesso às posições mais importantes no campo político.

Para Touraine (1999: 220) “o tornar ator social” significa a busca pela liberdade e a garantia do indivíduo, ou grupo, de exercer sua ação livre. “O sujeito é a vontade de um indivíduo de agir e de ser reconhecido como ator”. (1999: 220). Desse modo, tornar um ator social significa interferir na sociedade e no mundo, em fazer valer suas emissões discursivas, suas considerações e interesses.

Conforme explica o autor “(...) o ator não é aquele que age em conformidade com o lugar que ocupa na organização social, mas aquele que modifica o meio ambiente material e sobretudo social no qual está colocado modificando a divisão de trabalho, as formas de decisão, as relações de dominação (...)”. (1999: 220).

Ator político é antes de tudo, e, fundamentalmente, a pessoa que se ocupa de política. A grande imprensa também é considerada um ator político, pois ela não se apresenta, apenas, como um espaço neutro em que a disputa política se desenrola, mas, também, como um elemento dinâmico do jogo político, que interage no próprio contexto social mais amplo.

A mídia, por sua vez, tem também a capacidade de afetar o comportamento de atores sociais, sejam quais forem as suas especificidades, em um sentido favorável aos interesses defendidos por ela, com isso influi sobre o governo, sobre os partidos políticos, sobre os grupos de interesse e sobre os movimentos sociais. Seu campo de atuação é o da

influência, não o da conquista do poder institucional ou a permanência nele. Com esse tipo de poder de coerção, mesmo que atue no campo do poder simbólico ela cria atores políticos. Como argumenta Borrat (1989: 67) “si por actor político se entiende todo actor colectivo o individual capaz de afectar el proceso de toma de decisiones em el sistema político, el periódico independiente de información general há de ser considerado un verdadero actor político”.

Neste sentido, Luís Inácio Lula da Silva pode ser considerado um ator político, desde que assumiu a liderança dos metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, o chamado ABC paulista, em 1978. Contudo, em um sentido mais específico pode-se falar que ele se tornou um ator político ao assumir um papel mais amplo de representação política.

Mas como se dá a construção de um ator político? É possível nesse caso falar de “construção”? Sabe-se que a mídia, na medida em que concede visibilidade a pessoas e a suas ações é, possivelmente, o espaço, por excelência, de construção dos atores políticos na atualidade. Ou seja, na medida em que concede visibilidade a um personagem, torna-o um interlocutor no debate político. Mais do que isso, cria para esse personagem um papel, uma função. Em suma legítimas pretensões, gestos, atitudes e ações.

A construção do ator político Luís Inácio Lula da Silva pelas revistas semanais de informação *Veja* e *Istoé* é o tema deste trabalho. Para entender esse processo foi necessário observar o modo como os periódicos “construíram” a identidade de Lula ao longo das últimas três décadas, desde que ele surgiu como líder operário até a sua ascensão em 2002, ao mais alto posto da hierarquia política do país – a Presidência da República.

Há na trajetória do ator político Lula episódios que ajudam a compreender a maneira como ele foi percebido pela grande imprensa? E como essa percepção foi

registrada pelos jornalistas? Houve alguma percepção dos jornalistas em relação ao ator político Lula quando este surgiu como líder dos metalúrgicos do ABC paulista? Em que direção essa percepção foi se ampliando? Posteriormente, como a grande imprensa percebeu Lula, quando ele surgiu no cenário político? O modo como o jornalismo vem construindo o ator político Lula revela o *ethos* dos profissionais dessa prática social? Por outro lado como o ator político Lula percebe a imprensa?

Para Lula, desde a fundação do Partido dos Trabalhadores – PT, em 1980, a grande imprensa passou a tratá-lo mal, como se não fosse permitido a um representante da classe trabalhadora se organizar politicamente pela via partidária. Conforme explica Lula, *apud* Paraná (2003):

(...) quando eu era sindicalista, (...) eu tinha espaço na imprensa, o JB (*Jornal do Brasil*) me tratava muito bem. Porque é importante lembrar que naquela época existia um movimento crescente pelas liberdades democráticas no país, a censura ainda não existia. Então a imprensa cobria muitas coisas que eu fazia. E cobria com um certo destaque. Eu fui capa de *Istoé* em 1978, o JB dava muito destaque ao que a gente fazia em São Bernardo, o Estadão falava do “novo sindicalismo”, teve uma entrevista feita comigo pelo Itaborá Martins. Teve uma entrevista longa com o Rui Mesquita para a revista *Senhor Vogue*. A imprensa tratava a gente bem. Eu era quase que unanimidade nacional. Quando a gente começou a criar o PT, aí então é que começou a haver um divisor de águas nesse país. (PARANÁ, 2003, p. 39)

Os estudos sobre jornalismo tendem a classificar o jornalista como originário dos segmentos apontados como integrantes das classes médias. Também há quem afirme que, na maioria das vezes, ele abdica de tomar consciência da sua classe social, que é vista como intermediária entre a burguesia e o proletariado.

Esse profissional na realidade é, diante do proprietário das grandes empresas jornalísticas, um trabalhador assalariado. Mas, como lida cotidianamente com representações ideológicas, isto é, opiniões, atitudes, que são as adotadas pelas empresas jornalísticas, portanto com a ideologia burguesa, ele tende a viver um papel ambíguo, pois, ao mesmo tempo, em que é um trabalhador assalariado que vende a sua força de trabalho

em favor dos interesses burgueses, passa a ser indiferente aos interesses dos trabalhadores assalariados – o proletariado.

Como argumenta Jaguaribe (1974: 16) “a expressão classe média designa fundamentalmente aquele estrato da sociedade que se caracteriza pelo fato de estabelecer uma relação bastante direta entre a sua qualificação, sua ocupação e seus rendimentos”. Esse segmento compreende pessoas que exercem funções para as quais estão qualificadas, em geral, através de habilitação profissional específica, por via universitária ou através de outras escolas de formação técnico-profissional.

Essa habilitação qualifica para uma ocupação, seja no contexto de ordem pública ou privada, seja no exercício de profissões liberais. Tal ocupação gera um padrão de renda, na maioria dos casos, sob forma predominante de salários. As classes alta, média e baixa, ou A, B e C se diferenciam pelo nível de rendimento e pelos padrões de consumo.

Uma das hipóteses apresentadas é a de que Lula foi tratado com preconceito pelos periódicos, por causa de sua condição de ex-metalúrgico. Como o país sempre foi governado pelas elites, o surgimento de uma liderança popular seria alvo de discriminação.

Sabe-se que as elites não são produtos de seus empregos – elas criam e eliminam ocupações profissionais. Como diz Mills (1968: 12), “a elite do poder é composta de homens cuja posição lhes permite transcender o ambiente comum dos homens comuns, e tomar decisões de grandes conseqüências”.

As elites comandam as principais hierarquias e organizações da sociedade moderna. Chefiam as grandes companhias. Governam a máquina do Estado e reivindicam suas prerrogativas. Dirigem a organização militar e ocupam postos de comando estratégico da estrutura social, no qual se centralizam os meios efetivos do poder. “A elite do poder não é

de governantes solitários. Conselheiros e consultores, porta-vozes e promotores de opinião são, freqüentemente, os capitães de seus pensamentos e de decisões superiores”.

Neste estudo utilizo a definição de preconceito de Bobbio (2002), que localiza o termo na esfera do não racional, ou seja, situa o fenômeno, no conjunto das crenças que não nascem do raciocínio. Para esse autor:

O preconceito é uma opinião ou um conjunto de opiniões, às vezes até mesmo uma doutrina completa, que é acolhida acrítica e passivamente pela tradição, pelo costume ou por uma autoridade de quem aceitamos sem verificá-la, por inércia, respeito ou temor, e a aceitamos com tanta força que resiste a qualquer refutação racional. (BOBBIO, 2002, P. 103).

Tais considerações tornam adequada a evocação da idéia de *ethos* aplicada aos jornalistas, porque aponta para a identidade desses profissionais – o seu modo de ser e de pensar, as atitudes, as idéias, os valores comuns à classe, em que logicamente também estão presentes preconceitos. A noção de *ethos* fundamentada em Bourdieu (1998) é explicada “como um sistema de valores implícitos e interiorizados, que definem as atitudes face aos sistemas hierarquizados da sociedade”. Pensar sobre este conjunto de elementos é essencial para compreender como os jornalistas se posicionaram nos episódios mais relevantes da trajetória de Lula.

Para Maingueneau (1998: 59), “todo discurso, oral ou escrito, supõe um *ethos*: implica uma certa representação do corpo de seu responsável, do enunciador que se responsabiliza por ele”. Pode-se dizer, com esse autor, que a fala de alguém ou de um grupo “(...) participa de um comportamento global (uma maneira de se mover, de se vestir, de entrar em relação com ou outro...)”. O enunciador representa-se, isto é, oferece uma imagem de si mesmo através do seu discurso, do conhecimento de mundo que tem e da própria apresentação pessoal.



Dessa forma, é atribuído ao discurso do enunciador, “um caráter, um conjunto de traços psicológicos (jovial, severo, simpático...) e uma corporalidade (um conjunto de traços físicos e indumentários). ‘Caráter’ e ‘corporalidade’ são inseparáveis, apóiam-se em estereótipos valorizados ou desvalorizados na coletividade em que se produz a enunciação”. Nesse sentido, a noção de *ethos* aponta, tanto para o significado inicial do termo, acepção de “costumeiro”, habitual, quanto para a idéia de caráter, “a marca estável”.

Foram selecionadas para a análise, as reportagens publicadas nas Revistas *Veja* e *Istoé* sobre os seis principais marcos da trajetória do ator político Lula: 1) liderança das greves do ABC paulista, no final da década de 70 e início dos anos 80; 2) liderança na fundação do Partido dos Trabalhadores – PT; 3) candidatura ao governo do Estado de São Paulo; 4) liderança na criação da Central Única dos Trabalhadores – CUT; 5) candidatura a deputado federal; 6) candidatura à eleição presidencial por quatro vezes consecutivas, eleição para presidência da República em 2002.

É importante ressaltar que as capas das revistas, aqui ocasionalmente comentadas, não são o objeto de análise do estudo. Na medida em que elas exacerbam o que está no texto e são produzidas em esquema de marketing, exigiriam o aporte de outros elementos de análise, o que caracterizaria um outro campo de estudo.

## **1 – Do sindicato à presidência**

Considerando a trajetória do ator político Luís Inácio Lula da Silva, constituída ao longo das três últimas décadas, culminando no momento em que este conquista o cargo mais alto da vida pública brasileira, é pertinente perguntar como foi traçado o perfil desse

ator político. Em outras palavras, como o Lula político foi mostrado, apresentado, questionado e avaliado na imprensa de referência dominante, no decorrer desse período.

Para compreender esse processo, é preciso questionar em que direção evoluiu o entendimento do “significado” desse ator político. De certo modo também significa perguntar pela sua “construção”. Sabe-se que a mídia tem um papel ativo na estruturação do mundo social. Ela controla o fluxo de imagens e de informações, desempenhando um papel fundamental na montagem da imagem pública e na visibilidade dos atores.

Para responder a tais argumentações, foi realizado um recorte cronológico da trajetória política de Lula, com os principais episódios que marcaram sua ascensão, no interior dos marcos já mencionados.

Em 1978, ainda no regime militar, o Brasil completava dez anos sem greves da classe trabalhadora. A última ocorrera em 1968, em Osasco (SP). Com o fim do milagre econômico, os operários estavam descontentes com o arrocho salarial, queriam a redução da jornada de trabalho e sobretudo a garantia de emprego. Através do Sindicato dos Metalúrgicos e da liderança de Lula, os trabalhadores desafiaram o regime autoritário que até então desconhecia greves de importância nacional, pois estavam terminantemente proibidas por lei.

Foi assim que no dia 12 de maio de 1978, sob a liderança de Lula, deste nordestino que migrou criança para São Paulo, os metalúrgicos da fábrica de caminhões da *Scania* resolveram entrar em greve. O movimento difundiu-se pelo Estado de São Paulo, atingindo cerca de 150 mil operários. Em decorrência desse movimento foram firmados importantes acordos salariais entre patrões e empregados.

Um ano depois, em 1979, sem um acordo para a reposição salarial da categoria, o Sindicato dos Metalúrgicos, liderado por Lula, convocou greve geral em um momento que

o país passava pela transição entre o governo do general Ernesto Geisel e o do general João Batista de Figueiredo, o último militar presidente.

A greve iniciou-se em 14 de março de 1979, tendo a adesão de toda categoria metalúrgica. No quarto dia do movimento, 150 mil metalúrgicos já tinham cruzado os braços no maior pólo industrial do Estado de São Paulo – Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano e Diadema – o chamado ABC paulista.

No dia 22 de março, reunidos novamente em assembléia, os metalúrgicos rejeitaram a proposta dos empresários e decidiram continuar a greve. Mas, dessa vez, já preparados contra a organização grevista dos trabalhadores, o governo militar e o empresariado responderam duramente ao movimento: a ditadura acionou a polícia para reprimir os grevistas.

No dia 23 de março desse ano, o governo decretou a intervenção nos sindicatos dos trabalhadores metalúrgicos do ABC. Suas diretorias eleitas livremente foram afastadas, por dois meses, e substituídas por funcionários da confiança do então ministro do Trabalho, Murilo Macedo. Assim, os operários voltaram ao trabalho, aceitando um acordo que acabou não sendo cumprido pelo governo.

Em 1980, ainda estando Lula no comando do Sindicato dos Metalúrgicos, a categoria decidiu pela greve, que começou no dia 1º de abril. Esta duraria tempo recorde de 41 dias e contou com a paralisação de 270 mil assalariados. Com Luis Inácio à frente do movimento, a chamada “República do ABC” ganhava fama internacional.

Como na greve anterior, houve novamente intervenção governamental no sindicato, mas dessa vez sua diretoria também foi cassada. Lula e 17 dirigentes sindicais foram presos no Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), em São Paulo, no dia 17 de abril, onde permaneceram por 31 dias – enquadrados na Lei de Segurança Nacional. Como se

sabe, este foi o principal instrumento legal sustentador das ações e de outros dispositivos de ação do regime militar.

A prisão preventiva dos sindicalistas foi revogada no dia 20 de maio e Lula acabou sendo julgado pela justiça militar em 1981. Recebeu a condenação de três anos e seis meses de prisão, sentença que foi revogada pelo Superior Tribunal Militar, posteriormente.

Ciente de que os operários necessitavam ter seus próprios representantes na esfera política, Lula foi um dos principais articuladores do projeto que culminou com a criação do Partido dos Trabalhadores, em 10 de fevereiro de 1980. Integrado basicamente de sindicalistas, representantes das organizações de esquerda, do setor progressista da Igreja católica e intelectuais, o PT apareceu no cenário brasileiro como uma inovação, e se constituiu como um partido representativo das classes trabalhadoras e dos marginalizados.

Conforme argumenta Paraná (2003: 28-29) “este partido, forjado no movimento sindical, modificou a forma tradicional de fazer política no Brasil e abalou os alicerces da velha elite política conservadora”. Em 1982, o PT participou de sua primeira eleição e Lula foi candidato ao governo de São Paulo, ficando em quarto lugar. O partido elegeu oito deputados federais, 12 estaduais e 78 vereadores.

Em agosto de 1983, Lula, juntamente com outros líderes sindicalistas criou a Central Única dos Trabalhadores (CUT). Surgia uma central independente e identificada com os interesses dos trabalhadores.

Em 1986, disputando uma vaga na Câmara Federal, Lula torna-se o deputado mais votado do Brasil naquele pleito, com 651.763 votos. Mas sua carreira política iria atingir degraus bem mais altos. Depois de 29 anos sem eleições diretas para a Presidência da República do Brasil, em 1989, o deputado federal Luís Inácio Lula da Silva chega ao

segundo turno das eleições presidenciais com 16 milhões de votos, numa das mais disputadas campanhas da história nacional.

Apoiado no segundo turno por partidos de forças progressistas – Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Partido Verde (PV), Partido Comunista Brasileiro (PCB) e parte do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), – Lula perde por uma diferença de 6% do votos válidos para seu opositor, Fernando Collor de Melo, que tinha o apoio das oligarquias nacionais e do grande empresariado. Foram 31,5 milhões de votos contra 35 milhões do candidato eleito.

Nas eleições presidenciais seguintes, apesar de liderar as pesquisas de opinião pública durante meses e com ampla margem de vantagem sobre seus opositores como candidato à Presidência da República, Lula é derrotado no primeiro turno do pleito de 1994. O vencedor, ex-ministro da Fazenda de Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, ganhava os louros de um projeto de controle da inflação, definido como Plano Real.

Na eleição presidencial que se seguiu, em 1998, novamente o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, ganhou no primeiro turno, reelegendo-se presidente do Brasil. Foram 35.923.259 votos para Fernando Henrique Cardoso contra 21.470.442 votos de Luis Inácio Lula da Silva, representando 43,1 % contra 25,8 % dos votos válidos.

Somente depois de concorrer pela quarta vez à Presidência da República, em 2002, Lula da Silva conquista a vitória, tornando-se o 17º presidente eleito pelo voto direto no Brasil. Ele alcançou 52.788.428 votos contra 33.366.430 votos de seu adversário do Partido da Social Democracia Brasileira, José Serra – apoiado pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso. O resultado dessa eleição foi decidido em segundo turno com 61,3% contra 38,77% dos votos válidos.

Luís Inácio Lula da Silva teve sua vitória saudada no Brasil e no exterior como um triunfo da democracia brasileira, já que um dos indicadores de uma democracia representativa é a alternância no poder, de diferentes representantes de segmentos sociais. Na trajetória do atual presidente, há episódios exemplares que ajudam a compreender a maneira como este ator político foi percebido pelos jornalistas e, como essa percepção foi registrada no cotidiano da imprensa em geral.

## **2 – Anos 90: o começo de uma batalha?**

Em 1990, inspirado no Partido Trabalhista Inglês, Luís Inácio Lula da Silva lançou o chamado Governo Paralelo<sup>1</sup>. Tratava-se de uma instituição que tinha o objetivo de formular políticas alternativas de governo, uma forma de continuar participando do debate público da política e dar mais visibilidade a oposição que exercia. Apesar de criar projetos de grande repercussão, o Governo Paralelo cedeu lugar ao Instituto da Cidadania, uma instituição suprapartidária que contou com a participação de intelectuais, membros de entidades da sociedade civil, dirigentes sindicais e lideranças políticas. Esse foi um dos momentos em que tornaram-se perceptíveis a oposição Lula vs revistas.

Conflitos de vulto entre Lula e a mídia podem ser percebidos nas primeiras divulgações em 1993, durante as chamadas Caravanas da Cidadania. Engajado na luta pelos direitos humanos e pela conquista da cidadania, no referido ano, Lula começa a desbravar o Brasil nas Caravanas da Cidadania. Segundo declarações suas, de seus assessores de

---

<sup>1</sup> Em 1990, Luís Inácio Lula da Silva anunciou a formação de Governo Paralelo para fazer uma oposição a Fernando Collor de Melo (PRN).

comunicação e correligionários, andava de ônibus e barco pelo país para conhecer de perto as necessidades das cidades mais pobres, numa campanha nacional de combate à fome.

Nesse período foram registrados vários desencontros na relação entre a grande imprensa e Lula, entre eles, recorde-se particularmente dois episódios que ficaram conhecidos. No primeiro o líder petista foi acusado de comparar o vermelho da bandeira do PT ao sangue de Cristo. Em outro sofreu acusação de ter agredido verbalmente o então presidente Itamar Franco, segundo testemunhas de outros jornalistas.

A história de Lula ter dito que o vermelho da bandeira do PT representava o sangue de Cristo foi noticiada na imprensa de forma totalmente deturpada. De acordo com Ricardo Kotscho, *apud* Bucci (1993) Lula estava em Monte Santo, no interior da Bahia – cidade muito religiosa, mística, de romeiros, onde foi filmado *Deus e o diabo na terra do Sol*, de Glauber Rocha. E um trabalhador rural lhe fez a seguinte pergunta: “Lula, por aqui dizem que esse vermelho do PT é coisa de comunismo. É isso mesmo?”.

Lula respondeu que não, porque desde que o PT surgiu, sempre foi contra as ditaduras do socialismo que existiam no Leste Europeu e na União Soviética, e ao capitalismo selvagem que existe no Brasil. E, explicou que não há uma portaria estabelecendo o significado da estrela e das cores na bandeira do partido. Que se pode ver da maneira que quiser.

Por exemplo, o vermelho pode ser o sangue de Antônio Conselheiro, pode ser o sangue dos trabalhadores rurais assassinados, pode ser o sangue das crianças que morrem antes de completar um ano de vida, pode ser o sangue de Cristo. “Que cada um veja como quiser. O Branco do PT pode ser o branco da paz. A estrela pode ser a estrela que guia os navegantes, pode ser a estrela de Belém, como vocês quiserem”. (1993: 11).

Segundo Kotscho, *apud* Bucci (1993), o jornalista da *Folha de S. Paulo*, Andrew Greenlees, autor da matéria que trazia a declaração de Lula que “o vermelho da bandeira do PT significava o sangue de Cristo” publicada em 02/05/93, nem estava prestando atenção no que o candidato petista falava. Mas aquela frase interessou-lhe e iria servir para a matéria que queria fazer.

Kucinski (1998: 118) se refere a esse episódio no livro de sua autoria – **Síndrome da antena parabólica**, relatando que “os editores dos jornais nacionais e da TV excluíram de suas pautas as caravanas de Lula, exceto para desqualificá-las ou amplificar incidentes técnicos, para transmitir a desorganização”. E, completa dizendo que “deram tratamento ridículo a uma referência de Lula ao ‘sangue de Cristo’, e uma manchete desmesurada a uma conversa informal na qual Lula chamou o presidente Itamar de ‘filho da puta’”.

O episódio em que Lula foi acusado de ofender o então presidente Itamar Franco, em maio de 1993, o candidato do PT, visitava uma favela em Teófilo Otoni – MG, e estava impressionado com a pobreza do lugar, quando outro jornalista da *Folha de S. Paulo*, Fernando Molica, perguntou a Lula se já estava sabendo de denúncias que circulavam na mídia envolvendo o então ministro da fazenda, Eliseu Resende.

Conforme afirma Kotscho, *apud* Bucci (1993) Lula não sabia de nada – não tinha acesso às informações, não dava tempo de ver televisão. Havia só o relatório que os assessores de São Paulo, Clara Ant e Edson Campos enviavam diariamente para as Caravanas e que às vezes chegava com atraso.

Quando foi explicado o ocorrido, Lula em conversa informalmente com assessores e jornalistas disse: “Vocês estão vendo isso aqui, o filho da puta do Itamar Franco tinha tudo na mão para fazer um bom governo e mudar essa situação, aí colocou o Eliseu Resende no governo”. O jornalista da *Folha* imediatamente ligou para a direção do jornal e relatou o



que ocorreu. Virou manchete da *Folha de S. Paulo* em 08/05/93: “Lula xinga presidente e Eliseu em MG”.

Kotscho afirma ainda sua surpresa, pois, ele mesmo viu o relatório que o repórter enviou à *Folha de S. Paulo*, explicando as circunstâncias, como a coisa aconteceu, e que Lula tinha negado que tivesse qualquer intenção de ofender Itamar. Só que o jornal já tinha resolvido fazer manchete com o episódio.

Na opinião de Kotscho, *apud* Bucci (1993: 11) “os jornalistas, hoje, são quase teleguiados para encontrar elementos que comprovem a tese que já está pronta dentro da redação”. Antes o repórter tinha as informações na rua, ficava sabendo das coisas e levava para o jornal. Hoje acontece o contrário. “As pessoas se reúnem na redação, decidem uma coisa, bolam uma tese e o repórter vai para a rua justificar aquilo”. Os jornalistas só procuram alguém para dizer aquilo que os veículos onde eles trabalham querem publicar.

Foi o que aconteceu com Mário Rosa, repórter da *Veja*, ao cobrir a Caravana da Cidadania, com a tese já pronta, fez a matéria “O marketing da miséria”, publicada na edição de 12 de maio de 1993. Justificando sua postura o repórter da revista disse a Kotscho que escrevia para três mil leitores da *Veja*. Kotscho perguntou: “como três mil, se são 700 mil, pelo menos os leitores, considerada a tiragem da publicação?” Mário Rosa respondeu: “o resto não me interessa, escrevo para o top da elite. Vim aqui fazer uma análise psicológica do Lula”. (1993: 19-20).

O que esses episódios revelam? É legítimo supor que a maioria dos repórteres que foi cobrir a campanha de Lula, na Caravana da Cidadania, começou a ser cobrada pelas redações em relação às matérias que estavam pouco críticas e muito petistas. O episódio das referências sangue de Cristo foi consequência dessas pressões.

Kotscho diz lembrar-se de um anúncio de televisão da *Folha de S. Paulo* em que uma foto era mostrada num detalhe reticulado e, só depois, com a câmara se afastando; percebia-se que ali estava a cara de Hitler. O texto da propaganda dizia que é possível mentir, dizendo apenas parte da verdade. “Pois isso acontece diariamente no jornalismo. Basicamente, você pinça a frase do contexto e constrói a sua tese”. (1993: 11).

Há um outro episódio que revela a tentativa da imprensa de desqualificar Lula. Na edição da *Folha de S. Paulo*, do dia 21 de abril de 1994, o jornal publicou uma matéria, cuja manchete de página inteira era a seguinte: “Lula declarou admirar Hitler e Khomeini”<sup>2</sup>. Na verdade, ela foi produzida fraudando uma antiga entrevista de Lula concedida à revista *Playboy*, por meio do corte de uma frase em que Lula declarava exatamente o contrário, que “Não, não admirava Hitler”. Essa matéria foi publicada num período pré-eleitoral, em que Lula se preparava para disputar a eleição com Fernando Henrique Cardoso.

Esses episódios revelam uma atitude preconceituosa da grande imprensa em aceitar um líder popular. É importante observar que foi a própria burguesia, desejosa do fim da era dos governos militares que, em parte, foi a responsável pela ascensão de Lula como líder dos trabalhadores. Isto ocorreu de acordo com Paraná (2003: 25) porque os segmentos hegemônicos, principalmente do setor produtivo “necessitavam de um ‘interlocutor de confiança’ para encampar seu projeto de abertura democrática”.

Segundo essa interpretação, os grandes empresários tinham em Lula um interlocutor ideal, que para eles, por ser uma liderança popular que surgia da categoria metalúrgica, possuía a virtude de não se interessar pelas questões mais amplas da política nacional.

Nesse período Lula foi aclamado pela mídia, suas declarações eram consideradas brilhantes e seu rosto estampava as capas das principais revistas e jornais nacionais. Mas a

<sup>2</sup> KRIEGER, Gustavo e BONASSA, Elvis César. Lula declarou admirar Hitler e Khomeini. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 21 abr. 1994, p. 1-6.

partir do momento em que ele passou a questionar o sistema econômico vigente, especialmente a distribuição de renda no país, e fundou um partido e uma central sindical que representavam os trabalhadores, a situação mudou inteiramente.

Na sociedade brasileira ainda impera a mentalidade de que a educação superior é um atestado de *status* e também de autoridade. Para Velho (1997: 48) “o sucesso traduzido em dinheiro ou diplomas é a ascensão social que pode conferir um novo tipo de prestígio. (...) A combinação entre o prestígio associado a uma ordem tradicional e o prestígio decorrente de ascensão social no mundo exterior pode constituir fonte de poder político na sociedade brasileira (...)”.

Por sua falta de escolaridade, em princípio Lula é visto por uma parcela da sociedade como um político sem autoridade e valor. E de certo modo, por uma questão cultural, como o preconceito, para alguns segmentos sociais o ator político Lula, nunca tenha deixado de ser o operário metalúrgico. Também pelo fato de o país ter sido sempre governado pelas elites, a iminência de um líder popular numa sociedade excludente, talvez, fosse um problema político.

Corria o mês de agosto de 1994. Em pleno período de campanha presidencial, Lula estava à frente nas pesquisas de opinião. Foi nesse momento que a atriz Ruth Escobar disse uma frase durante um almoço em homenagem a Fernando Henrique Cardoso, que ficou famosa e evidencia essa percepção: “nesta eleição há duas opções, a escolha é entre um encanador e um Jean-Paul Sartre<sup>3</sup>”.

No período eleitoral de 1994, a campanha tucana de Fernando Henrique Cardoso foi anunciada de acordo com uma pesquisa de opinião pública encomendada ao Instituto

---

<sup>3</sup> Jean-Paul Sartre (Paris, 21 de junho de 1905 – Paris, 15 de abril de 1980) foi um filósofo existencialista francês do início do século XX.

Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE, que identificou preconceitos contra Lula.

Como ressalta Kucinski (1998: 130) Marisa, a mulher de Lula, foi quem melhor sintetizou a construção dos elementos simbólicos na campanha eleitoral de 1994: “Fizeram de Fernando Henrique um príncipe e de Lula um sapo”.

Para esse autor, preconceitos perseguem Lula desde que foi candidato nas eleições, pela primeira vez, em 1982, concorrendo ao cargo para governador de São Paulo. “Sempre houve resistência da mídia em aceitar o salto de Lula do plano da liderança operária ao plano da liderança política”. (1998: 122).

Quando o jornalista italiano Mino Carta, ainda era editor da revista *Istoé*, nos anos 80, ele já percebia a resistência da grande imprensa em aceitar Lula como uma liderança política em potencial. No editorial da revista publicada em 19/03/80, há um depoimento do jornalista, dizendo que “espalhava-se o vezo, de que Lula seria bom líder sindical e mau político, como se um líder sindical não exercesse papel político”. Para o jornalista, tratava-se de equívocos gerados pela falta de sensibilidade política e que tal vezo ou costume vicioso era estimulado não só pelo governo, mas também compartilhado em largas faixas da oposição e na imprensa.

### **3 - A prática jornalística**

Como já foi observado, na maioria dos casos, o jornalista vem dos segmentos apontados como das classes médias. Ele carrega em si os valores e hábitos desses segmentos. Além dessa questão, há condições impostas à profissão que tem a ver com a própria natureza da prática jornalística como a celeridade e a pressão. Entretanto, nada disso pode justificar a falta de reflexão e a superficialidade com que, freqüentemente, o jornalista trata a matéria. Geralmente esse profissional ignora os recursos que possui como agente de transformação social.

A busca do conhecimento teórico sobre a *praxis* jornalística pode auxiliar o profissional a vencer os obstáculos que surgem no dia-a-dia da redação. Mesmo com os limites impostos à profissão, o jornalista pode deixar sua marca no trabalho em exercício – ainda que tenha a obrigação de seguir a linha editorial da empresa em que trabalha.

O profissional dessa prática social terá maior ou menor grau de independência no local em que trabalha em função de alguns fatores, como por exemplo, a segurança em relação ao emprego. Por sua vez, essa segurança, conforme explica Barros Filho (2003: 106) “dependerá da posição por ele ocupada dentro da empresa, de seu prestígio dentro do campo jornalístico (como editorialista, colunista [...], etc.) e do grau de concentração da mídia em geral, uma vez que, quanto maior a concentração dos meios de difusão de informação, menor o número de empregadores potenciais”.

As redações são fortemente caracterizadas pela hierarquia, tais como, editores, subeditores, que são fiéis aos proprietários, fazendo com que a cobertura não infrinja os interesses dos donos de veículos de comunicação. Sabe-se que a rotatividade nos jornais é cada vez maior, ou seja, as demissões se transformaram em um exercício rotineiro de intimidação e controle social. De certo modo, as matérias assinadas passaram a ser alvo de

conquista, mediante demonstrações de lealdade à empresa e confiabilidade, com sérias implicações no *ethos* do jornalista.

A posição que o repórter ocupa dentro da instituição jornalística está estreitamente ligada ao poder que ele possui. O conjunto de circunstâncias que possibilita aos indivíduos diferentes disposições e oportunidades é o que Bourdieu (1998) chama de “campos de interação”. De uma forma mais ampla, poder é a capacidade de ação, no sentido de alcançar os objetivos, de interferir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências.

“No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhes são disponíveis; recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses”. Campo, para Bourdieu (1997), é um espaço social que possui estrutura própria. Cada campo, apesar de possuir uma autonomia relativa, mantém relações com outros campos. Os diferentes campos sociais têm objetivos específicos, disputas, hierarquia, princípios, funcionamento e estruturação que lhes são próprios.

Segundo as palavras do próprio autor: “um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças”. (1997: 57).

A sociedade é dividida em vários campos, como, por exemplo, o jornalístico, o político e o econômico. O campo de mídia tem um grande poder sobre a sociedade, ele domina, ao mesmo tempo em que é dominado, pelos campos político e o econômico. O campo jornalístico apresenta pontos de confluência com outros campos sociais, ou seja, em parte, ele estrutura e, em parte, é estruturado por esses campos. Um jornalista da área da política, que tem como fonte principal um certo parlamentar, ao entrevistá-lo com assiduidade, contribuirá para um aumento da visibilidade desse político.

Existe uma concorrência no campo da comunicação para ver quem dá as notícias primeiro. Bourdieu (1997: 106) enfatiza que “na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem, altamente perecível que são as notícias, a concorrência pela clientela tende a tomar a forma de uma concorrência pela prioridade, isto é, pelas notícias mais novas (o furo)”.

Pesquisas revelam, que grande parte dos jornalistas, possui um segundo emprego, mediante o baixo piso salarial da categoria – trabalhando também como assessor de imprensa e relações públicas, levando sob alguns aspectos, à perda da demarcação ética do jornalismo no espaço público.

No país, as gerações mais antigas desses profissionais, podendo citar, Mino Carta, Alberto Dines, Jânio de Freitas, entre outros, – de senso crítico mais apurado, e mais arraigadas à ética do jornalismo liberal que prevaleceu no decorrer das décadas de 1960 e 1970, foram demitidas em redações diferentes, a partir da última grande greve dos jornalistas, em 1979. Seria uma estratégia das grandes empresas jornalísticas de implementar uma novo modelo, mais controlado, menos propício à crítica?

Possuir uma dinâmica profissional consciente exige uma criticidade apurada. Como argumenta Paccola (2003), a forma como os jornalistas vêem a prática da sua profissão, remete-nos à hipótese de que eles têm pouca consciência sobre o pleno exercício da profissão no dia-a-dia. Deduz-se que são pessoas que fazem pouca reflexão sobre a prática jornalística cotidiana e não possuem embasamento teórico suficiente para uma análise mais aprofundada do papel que desenvolvem na sociedade.

#### **4 – A opção por *Veja e Istoé***

Como se trata de uma pesquisa cuja perspectiva se aproxima dos chamados “Estudos de Análise de Avaliação de Atitudes”, foram selecionados os exemplares das revistas *Veja* e *Istoé*, que abordam cada episódio específico da trajetória política de Luís Inácio Lula da Silva, ao longo de três décadas, buscando compreender através da análise das matérias publicadas nesses períodos, o modo, como essas revistas contribuíram para a construção da identidade do ator político Lula.

A Análise de Avaliação de Atitudes, conforme argumenta Bardin (1977) objetiva medir as atitudes do locutor quanto aos objetos de que ele fala. A noção da linguagem em que esta análise se baseia é chamada representacional. Ou seja, considera-se que a linguagem representa e reflete diretamente aquele que a utiliza. Para a autora, pode-se “contentar com os indicadores manifestos, explicitamente contidos na comunicação para fazer inferências a respeito da fonte de emissão”. (1977: 155).

Foi utilizado a teoria do jornalismo como ator político de Héctor Borrat, mediante a análise comparativa da atuação da revista *Veja* e da revista *Istoé*. Conforme escreve Borrat (1989: 67) “la concepción del periódico como medio de comunicación masiva da por supuesto que ese medio es un actor puesto en interacción con otros actores del sistema social”.

A escolha por *Veja* e *Istoé* se deve ao fato dessas revistas dominarem efetivamente o mercado. *Veja* é considerada a revista semanal brasileira de maior tiragem e inserção na classe média no país, seguida de *Istoé*. Esse foi o motivo principal quanto ao critério de escolha, o que justifica, por exemplo, também não ter incluído no estudo, a semanal *Carta Capital*, que apesar de se destacar por ter uma postura de análise mais crítica dos fatos, fica a dever em termos de posição de mercado. Além disso, *Carta Capital* foi lançada em 1994, ou seja, a revista não abarca a cobertura política de alguns episódios importantes, em



questão, nesse trabalho, como o período da liderança sindical de Lula, a fundação do PT e da CUT e das eleições em 1982, 1986 e 1989. Considere-se também o fato de que a posição no mercado é decisiva com relação a um assunto de extrema importância para a opinião pública.

*Veja* teve a sua edição de estréia em 1968. Já *Istoé* foi lançada em 1976 e inicialmente era mensal. No ano seguinte, passa a ser semanal e começa a concorrer diretamente com *Veja*. Os dois periódicos se inspiraram segundo o padrão de modelo de texto da revista norte-americana *Time*.

O corpus do trabalho é representado pela cobertura política de *Veja* e *Istoé*, nos momentos-chave da carreira de Lula. Assim, este estudo analisa a construção do ator político Lula, por tais publicações – atentando para mudanças ou continuidades nas atitudes manifestas nessas revistas, buscando uma reflexão a respeito das tensões presentes no espaço da visibilidade midiática.

Foram selecionados exemplares das revistas *Istoé* e *Veja* com as principais matérias sobre o ator político Lula, em períodos distintos, que abrangem os anos 1978, 1979 e 1980, referentes aos períodos da sua liderança sindical e a criação do Partido dos Trabalhadores (PT). O ano de 1983 – correspondente ao surgimento da Central Única dos Trabalhadores (CUT). Os anos de 1982 e 1986 – as matérias, do período, que vai de junho até o momento das eleições. E, nos anos 1989, 1994, 1998 e 2002 a partir de junho até o momento das eleições presidenciais.

Para realizar a análise proposta foram utilizadas vinte e seis matérias selecionadas de *Veja*, correspondendo a vinte exemplares da revista. Os pleitos de 1989 e 2002 foram realizados em dois turnos – em 1989 nas seguintes datas: primeiro turno em 11/11/1989 e o

segundo turno em 17/12/1989. Já em 2002, os turnos foram realizados respectivamente em 6 de outubro e 27 do mesmo mês.

A publicação referente a 4 de julho de 2001, apesar de não estar inserida no período propriamente eleitoral, foi selecionada por se tratar da primeira edição de *Veja* que conferiu maior prioridade ao tema das eleições presidenciais de 2002, revelando Luís Inácio Lula da Silva como um forte candidato à presidência da República.

Em relação à revista *Istoé* foram utilizadas cinquenta e três matérias selecionadas, correspondendo a quarenta e cinco edições referentes aos principais episódios da trajetória política de Lula.

Bardin (1977: 155) explica que “uma atitude é uma pré-disposição, relativamente estável e organizada, para reagir sob forma de opiniões (nível verbal), ou atos (nível comportamental), em presença de objetos (pessoas, idéias, acontecimentos, coisas, etc.) de maneira determinada”.

Em outras palavras, nós possuímos opiniões sobre as coisas, as pessoas, os fenômenos, e as expressamos em nossos julgamentos pessoais, ou seja, através de juízos de valor. De acordo com Bardin (1977: 155) “uma atitude é um núcleo, uma matriz muitas vezes inconsciente, que produz (e que se traduz por) um conjunto de tomadas de posição, de qualificações, de descrições e de designações de avaliação mais ou menos coloridas”. O objetivo da análise de asserção avaliativa encontra-se na localização das bases destas atitudes por trás das dispersões das manifestações verbais.

Com relação às eleições presidenciais brasileiras, vários autores mostram, através de seus estudos, uma atuação forte da mídia na disputa eleitoral, como Carly B. Aguiar (1995) – **Imprensa e eleições 89: imagens e atores da política**; Jorge de Almeida (1998) – **Lula, Serra e a disputa pelo discurso da “Mudança” em 2002**; Venício de Lima (2001) –

**Mídia: teoria e política;** Antônio Fausto Neto (2003) – **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral;** Antônio Canelas Rubim (2003) – **As imagens de Lula presidente;** entre outros.

Este último revela como estratégias político-midiáticas diferentes guardam uma consonância com os distintos cenários eleitorais ocorridos no país, mas sempre atuando, de forma visível ou sutil, contra a candidatura de Lula. Segundo as palavras de Rubim (2003: 44) “é fácil recordar o alinhamento da quase totalidade da mídia brasileira no pleito de 1994, ao assumir e fazer a propaganda gratuita e paga, do Plano Real, passaporte de Fernando Henrique Cardoso para sua vitória presidencial” Para o autor, houve um silenciamento deliberado na eleição de 1998, quando Fernando Henrique Cardoso ganhou sua reeleição através de uma disputa que praticamente não existiu, inclusive na mídia, fato que deixou clara a convergência de interesses entre o governo e as empresas de comunicação midiática.

No primeiro capítulo é apresentado um estudo sobre mídia e política, abordando a importância dos meios de comunicação massivos na política e destacando a centralidade na mídia, na sociedade atual. Nos dias de hoje, os meios de comunicação de massa se transformaram em espaço central das disputas do poder. Sabe-se que a exposição massiva e explícita dos atores sociais, acontecimentos, etc pela mídia, isto é, a visibilidade midiática, é uma significativa forma de projeção dos atores políticos, aos olhos do público, através dos noticiários da grande imprensa, da televisão ou do rádio.

No segundo capítulo é destacada a biografia de Luis Inácio Lula da Silva – a sua infância, o primeiro emprego e as diversas etapas de sua formação política.

No terceiro capítulo é analisada a relação entre Lula e a mídia, sendo destacadas as percepções de Lula da Silva em relação ao jornalismo. Também foi feito um estudo sobre a

imprensa no Brasil pós-64, abordando a transição política, com o objetivo de contextualizar o papel da imprensa de referência nacional, em um momento histórico político tão relevante no país. É importante ressaltar que parte desse período coincide com o advento da liderança sindical de Luís Inácio Lula da Silva, no final da década de 70 e início de 80.

No quarto capítulo foi analisada a construção do ator político Lula pelas revistas semanais *Veja* e *Istoé*, observando as mudanças nas atitudes de tais revistas com relação a Lula; como elas o perceberam, quando este ainda era uma liderança sindical, e em que sentido essa percepção foi se transformando, à medida em que o ator político vai ampliando a sua liderança política, em âmbito nacional.

Para entender como foi a construção do ator político Lula é essencial compreender a relação entre a política e a mídia.

## **Capítulo 1**

### **1 – Mídia e política**

A mídia se transformou em palco e espaço central das disputas pelo poder, no campo da política, tornando-se um ponto fundamental para a compreensão do modo como o poder político é exercido no mundo contemporâneo.

Neste capítulo foram retomadas algumas questões tratadas na introdução para serem aprofundadas e alguns conceitos, tais como: o de **campo** em Bourdieu (1997), **ator político** em Borrat (1989) e o de **preconceito** em Bobbio (2002). Para compor a base teórica, será discutida também a visibilidade da política, passando pela abordagem da questão da imagem.

Do ponto de vista da política institucional, os veículos de comunicação de massa, particularmente a imprensa, desempenham um papel essencial para a divulgação dos temas que farão parte da agenda política. Para Miguel (2002), o contato entre os líderes políticos e sua base e a relação dos cidadãos com o universo das questões públicas sentiram muito o impacto da evolução tecnológica da mídia. Num contexto social mais amplo, ela não se apresenta apenas como um espaço neutro, onde a disputa política acontece, mas também como um ator que interfere no jogo político, como já foi apontado.

É importante levar em conta as diversas maneiras através das quais os personagens do jogo político partidário atuam no espaço midiático e disputam seus interesses. No jornal a tentativa dos atores políticos administrarem a visibilidade constitui-se num campo de estratégias e contra-estratégias que compõem o jogo político.

## **1. 1 – A centralidade da mídia**

Vários autores enfatizam a centralidade dos meios de comunicação de massa no mundo contemporâneo. Thompson (1999: 106) afirma que “a mídia se envolve ativamente, na construção do mundo social”. Ao levar as imagens e as informações para os indivíduos localizados nos mais distantes contextos, ela modela e influencia o curso dos acontecimentos.

Luis Felipe Miguel (2002) destaca a importância geral dos meios de comunicação de massa, averigua que não só é necessário o reconhecimento que a mídia é um fator central da vida política contemporânea, como também admite que não é possível mudar esse fato. Para o autor o prodigioso desenvolvimento da mídia, ao longo do século XX, modificou todo o ambiente político.

Braga (2001) também enfatiza a importância da mídia no mundo atual, que se dotou de um vasto aparato tecnológico voltado para a veiculação de mensagens, de fruição estética e de entretenimento.

O papel dos jornalistas no aprofundamento do debate político indica a necessidade de uma maior reflexão sobre a ação da mídia. O conceito de **campo** fundamentado por Bourdieu ajuda a compreender a interação entre mídia e política, duas esferas que atuam baseadas em lógicas diferentes, mas que interferem uma na outra. Bourdieu (1990: 164) define campo político como: “o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher”.

O jornalismo, como campo, poderia ser explicado como um sistema social voltado para a produção de notícias. Para Gomes (2004: 53) pode-se dizer que o campo do jornalismo se apresenta de forma imanente – “trata-se de um espaço social onde se busca,

controla e distribui um recurso ou valor específico em função do qual as práticas e representações se ordenam como sistema”. O jornalismo como campo, legitima e estabelece a essência da ação no exercício dessa profissão, ou seja, determina e configura seus interesses próprios.

O surgimento da comunicação de massa é uma característica central das sociedades modernas. Ele está inteiramente interligado ao desenvolvimento do capitalismo industrial. O advento da circulação de notícias na sociedade capitalista e sua comercialização, conforme argumenta Marcondes Filho (1984: 13), “estão ligados à própria introdução do novo modo de produção, na fase mercantilista: a notícia não somente acompanha o trânsito de mercadorias, mas torna-se, também, uma delas na criação dos mercados e feiras do capitalismo iniciante”.

Com a comunicação de massa, a transmissão cultural, torna-se cada vez mais mediada por um conjunto de instituições interessadas na mercantilização e circulação ampliada das formas simbólicas. Para Thompson (1995: 105) uma análise satisfatória da ideologia em tais sociedades deve estar baseada, ao menos em parte, numa compreensão da natureza e do desenvolvimento da comunicação de massa. Nas palavras do próprio autor, “a secularização da vida social e do poder político criou condições para a emergência e difusão das ideologias”. Nesse contexto, “ideologias” têm o significado de sistemas seculares de crenças que possuem uma função mobilizadora e legitimadora.

No final do século XVIII e começo de século XIX iniciou-se a era das ideologias – o socialismo, o comunismo, o liberalismo, o conservadorismo e o nacionalismo. Thompson (1995: 109) afirma que “foi no espaço da esfera pública que o discurso das ideologias apareceu, constituindo sistemas organizados de crenças que ofereciam interpretações coerentes dos fenômenos políticos e sociais.”

Desde que Gutenberg criou a imprensa, no ano de 1438, em Estrasburgo, na Alemanha, os meios de comunicação vêm passando por transformações radicais, impactando consideravelmente os padrões tradicionais de interação social. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa surgiram inéditas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais – formas que são completamente distintas das que tinham prevalecido durante a maior parte da história da humanidade. Assim, surgem novos e complexos padrões de interação humana através do espaço e do tempo.

Com a evolução da mídia, as relações interpessoais transcenderam o ambiente físico, ou seja, as pessoas podem interagir umas com as outras, ainda que não estejam presentes no mesmo ambiente, tempo ou espaço. É o que Thompson (1999: 38) chama de “mundanidade mediada” – “nossa compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal, e de nosso lugar dentro dele, está sendo modelado cada vez mais pela mediação das formas simbólicas”.

A globalização modificou consideravelmente as condições sob as quais desenvolvem-se a teoria e a prática da política. Como explica Otávio Ianni (2001: 62), “alteram-se as formas de sociabilidade e os jogos das forças sociais, no âmbito de uma vasta, complexa e contraditória sociedade civil mundial em formação”. Esse é o novo palco da política, como teoria e prática, onde as instituições tradicionais estão sendo revistas “já que outras e novas instituições e técnicas da política estão sendo criadas, praticadas e teorizadas”.

Ianni (2001: 35) recorre à emblemática figura do clássico príncipe de Maquiavel e de Gramsci para denominar o príncipe do nosso século, o qual denomina *príncipe eletrônico*. “Em lugar de *O príncipe* de Maquiavel” (o líder político que centraliza em si o



poder para governar) e de “*O moderno príncipe*, de Gramsci” (o partido político, representante de reivindicações sociais) – “assim como de outros “príncipes” pensados e praticados no curso dos tempos modernos, cria-se *O príncipe eletrônico*, que simultaneamente suborna, recria, absorve ou simplesmente ultrapassa os outros”.

O príncipe eletrônico é o *àgora*<sup>4</sup> eletrônico, no qual todos estão representados, sem o risco da convivência nem da experiência. É ele quem dá sentido e representação às relações presentes na sociedade contemporânea. Conforme explica Ianni (2001: 73) “trata-se de uma figura que impregna amplamente a política, como teoria e prática. Impregna o imaginário de indivíduos e coletividades, grupos e classes sociais, nações e nacionalidades, em todo mundo”.

## **1. 2 – Os meios de comunicação como “atores” políticos**

Por tudo que foi considerado é inegável que a imprensa possui um papel fundamental na construção de um ator político. Entretanto, como dizem alguns autores, ainda é raro entre os cientistas sociais, aqueles que tratam os meios de comunicação a partir desta condição de atores privilegiados do sistema político, porque tem como noção a construção de atores políticos individuais.

---

<sup>4</sup> Segundo o Novo Dicionário Aurélio o termo *àgora* vem do grego ( Agorá) S. f. Praça das antigas cidades gregas, na qual se fazia o mercado e onde se reuniam, muitas vezes, as assembléias do povo. (Cf. agora.)

Para Abreu (2003: 14) “embora a participação da mídia em todos os acontecimentos políticos, econômicos, sociais e culturais seja incontestável, parece evidente a dificuldade de integrá-la nas análises do sistema de poder e nos estudos de práticas profissionais”. Em parte, essa dificuldade está relacionada com os próprios conceitos e modelos de interpretação das ciências sociais, formulados em uma época que antecede à importância assumida pela mídia na vida política.

A política atual vive uma fase completamente diferente de como era antes da consolidação dos meios de comunicação. Os partidos e as redes de entidades sociais representativas, que eram os canais tradicionais de mediação entre a sociedade e o governo perderam espaço para os meios de comunicação.

A mídia é, hoje em dia, o principal instrumento de prestação de contas dos políticos e dos governos. Eles são cobrados e chamados a prestar contas de seus atos através do noticiário e reportagens nos veículos de massa. Existe uma dependência dos políticos em relação à mídia, pois ela é a principal fonte de informação na sociedade, além de compor o mercado de opinião, em que as pessoas se nutrem para formar as suas opiniões políticas.

Conforme argumenta Figueiredo (2000: 46) “como partícipes do mercado de informação os empresários e profissionais da notícia são atores públicos”. Empresários, editorialistas, articulistas, editores, diretores de redação, e, circunstancialmente, repórteres transpassam a linha de atores públicos e se tornam atores políticos, quando eles enquadram as notícias, os eventos e os outros atores políticos segundo algum valor político.

Retomando a argumentação de Borrat sobre ator político (1989: 67) “si por actor político se entiende todo actor colectivo o individual capaz de afectar el proceso de toma de decisiones em el sistema político, el periódico independiente de información general há de ser considerado un verdadero actor político”. Sendo assim, os meios de comunicação,

como um todo, tornam-se atores políticos, quando seus proprietários e editores decidem qual linha ou orientação política deve ser apoiada ou rebatida.

Pode-se falar numa relação de complementaridade, entre a esfera da política e um sistema de mídia, bem como perceber aí a existência de conflitos: em certos contextos, a mídia pode estar desqualificando ou dificultando o trabalho dos políticos, enquanto estes podem estar reclamando que a mídia não abre espaços de informação para as suas propostas. Desse modo, a influência que os meios de comunicação de massa podem exercer na formação de opinião política do cidadão depende, em parte, das regras de concessão da mídia.

### **1.3 – A visibilidade da política**

Para entender a trajetória da construção do ator político Lula faz-se necessário refletir sobre a questão da visibilidade pública no contexto da mídia. Desde sua atuação como sindicalista, Lula ganhou grande notoriedade tornando-se uma das lideranças políticas brasileiras, porque falava em nome de setores mais importantes da economia brasileira até há poucos anos. Nessa profissão dialogava com empresários que representavam alas nobres do setor produtivo que é a indústria automobilística.

Na era contemporânea, a administração da visibilidade através da mídia é um fator inevitável da política. É uma atividade que não se restringe somente aos períodos eleitorais de campanhas, mas que demanda um certo cuidado sobretudo na arte de governar. Para se conduzir um governo, há uma exigência constante de tomada de decisões em relação ao que, deve ou não, tornar-se público.

A evolução tecnológica dos meios de comunicação tornou o poder visível de várias maneiras, e o fez numa dimensão jamais imaginada. Atualmente, a visibilidade mediada é efetivamente global em alcance. Para Bobbio (1986: 88), ela não depende apenas da apresentação em público de quem está investido do poder, mas também da proximidade espacial entre o governo e o governado. “Mesmo se as comunicações de massa encurtaram as distâncias entre o eleito e os seus eleitores, o caráter público do parlamento nacional é indireto, efetuando-se, sobretudo através da imprensa”.

Os veículos de comunicação com o seu poder de controlar o fluxo de imagens e de informações desenvolve um papel essencial na configuração dos fatos que compõem a vida política. O conteúdo das mensagens dos meios de comunicação de massa se torna público, ou seja, visível à população que pode estar situada nos mais diversos contextos sociais.

Segundo Miguel (2002):

Nas sociedades formalmente democráticas em que vivemos, é corrente a divisão da política em “bastidores”, as salas secretas em que se fazem os acordos e se tomam as grandes decisões, e “palco”, o jogo de cena representado para os não-iniciados, isto é, para o povo em geral. O que ocorre no palco serviria apenas para distrair a platéia e manter a estabilidade do sistema, perpetuando o mito da democracia como “governo do povo”. Por motivos óbvios a mídia pertence a este segundo espaço – mas os fatos políticos relevantes ocorreriam no primeiro, nos “bastidores”. (MIGUEL, 2002, P. 161).

A imprensa de referência dominante está sempre ao lado do poder econômico. A manipulação e a soberania se manifestam na mídia, quando os empresários da grande

imprensa, visando interesses próprios no jogo político, transferem num processo hierarquizado aos jornalistas da empresa, o controle da pauta, apuração e edição da informação política com o objetivo de concederem-se vantagens na arena política.

Os proprietários da grande imprensa procuram usar o poder e acima de tudo comandar de forma ilegítima a opinião pública e a esfera civil. Para Miguel (2002), a influência dos meios de comunicação também é particularmente sensível num momento crucial do jogo político –, a definição da agenda.

A pauta de questões relevantes, postas para a deliberação pública, é em grande parte condicionada pela visibilidade de cada questão nos meios de comunicação. (...) O impacto da definição de agenda pelos meios é perceptível não apenas no cidadão comum, que tende entender como mais importantes as questões destacadas pelos meios de comunicação, mas também no comportamento de líderes políticos e de funcionários públicos, que se vêem na obrigação de dar uma resposta àquelas questões. (MIGUEL, 2002, p.171).

De acordo com a hipótese da agenda *setting*, as pessoas agendam suas conversas e assuntos em função do que é veiculado pela mídia. É a hipótese segundo a qual os meios de comunicação, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias – não impõem às pessoas como pensar, mas têm êxito dizendo o que pensar. Ou seja, a mídia ao descrever a realidade ou narrar acontecimentos, sugere, direta ou indiretamente, ao público, uma lista sobre o que é necessário para ter uma opinião ou discutir.

É papel dos veículos de comunicação, como os jornais e as revistas semanais, oferecerem sua matéria prima – informação aos cidadãos, de modo que possam adquirir o conhecimento e a reflexão quanto à política nacional. Principalmente em período eleitoral, para que se conscientizem sobre os planos de governo, os programas que adotam, tudo aquilo que possa proporcionar recursos necessários à informação. Esse direito é fundamental para garantir o exercício pleno da cidadania.

Com o desenvolvimento da mídia, houve uma grande mudança na vida social das pessoas, tanto no âmbito político, como no privado. “A publicidade (visibilidade) dos acontecimentos ou dos indivíduos nos domínios público e privado não está mais diretamente ligada com a partilha de um local comum”. (THOMPSON, 1995, p.314).

Devido aos meios técnicos da comunicação de massa, o domínio privado das sociedades modernas – particularmente a intimidade das casas dos cidadãos – tornou-se o local principal da publicidade mediada. As pessoas podem ter suas vidas privadas transformadas em acontecimentos públicos através dos meios de comunicação de massa; e acontecimentos públicos podem ser compartilhados em situações privadas, como acontece quando os problemas de Estado são vistos ou lidos na privacidade doméstica da vida privada, por exemplo, a TV Senado.

Atualmente a visibilidade precisa ser gerida cuidadosamente, tendo o reconhecimento de que esse é um aspecto essencial da política institucionalizada. Para Thompson (1995):

A relação entre líderes políticos e sujeitos se tornou crescentemente mediada pela comunicação de massa. (...) Políticos astutos exploram essa circunstância em proveito próprio (...) através do gerenciamento da visibilidade. Em virtude da própria natureza da comunicação de massa, essa atividade de gerenciamento não está localizada no tempo e no espaço (...) pois a arena mediada da política moderna é de caráter potencialmente global. (THOMPSON, 1995, p. 321).

Na sociedade contemporânea, a arena mediada da política moderna está aberta, e é acessível, fato que não existia antes do advento da comunicação de massa – em que os

atores políticos podiam limitar a atividade de gerenciar à visibilidade em torno de um círculo relativamente restrito.

Pela própria natureza da comunicação de massa, as mensagens transmitidas pela mídia podem ser recebidas de maneiras que não são diretamente monitoráveis e controláveis pelos comunicadores.

Portanto, com as características da mídia, na sociedade contemporânea, os atores políticos correm o risco de serem destruídos por uma simples ação mal refletida. A destituição do poder pode ser uma questão de momento. Através da visibilidade mediada há sempre um risco de exposição negativa.

Conforme argumenta Thompson (1995: 322) “hoje, líderes políticos podem procurar manipulá-la continuamente, mas eles não podem controlá-la totalmente. A visibilidade mediada é uma condição inevitável da política institucionalizada na era moderna, mas ela tem conseqüências incontroláveis para o exercício do poder político”.

É importante ressaltar nesse estudo que o ator político Lula também é vítima dessa visibilidade indesejada. A mídia enfatiza muito questões da sua vida, como a origem humilde e a baixa escolaridade, que ainda são alvos de preconceito na sociedade brasileira.

## **1. 4 - Imagem pública**

Atualmente, é comum ouvirmos falar, de que parte considerável da disputa política, tem sido usada pela imagem dos atores políticos. E, também que na arena política, vem se incorporando a idéia de que grande parte do jogo político se resolve através do monitoramento da imagem.

Essa questão não pertence apenas à sociedade contemporânea. A preocupação com a imagem faz parte da vida pública desde tempos remotos. O historiador da Universidade de Cambridge, Peter Burke (1994), em **A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV**, relata como foi o processo da construção da imagem de Luis XIV (1638-1715), que abrange o período histórico da segunda metade do século XVII até o início do século XVIII.

A imagem real deveria ser considerada uma produção coletiva. Pintores, escultores e gravadores contribuíram para ela. O mesmo aconteceu com os alfaiates do rei, seu cabeleireiro e seu professor de dança, com os poetas e coreógrafos dos balés da corte, e os mestres-de-cerimônias que supervisionaram a coroação, as entradas reais e outros rituais. (BURKE, 1994, p. 58).

A construção da imagem pública de Luís XIV serviu de modelo para vários monarcas de sua época. E a preocupação com a construção da imagem tem influenciado “monarcas” de outras épocas também. Com a abertura política no Brasil, e as primeiras eleições presidenciais após 30 anos de ditadura militar, entraram em cena os profissionais da imagem (publicitários, profissionais de marketing, relações públicas, jornalistas, produtores, etc), que passaram a atuar juntamente com militantes e com os políticos na campanha eleitoral. O processo de construção de imagem pública tem sido cada vez mais profissionalizado, através da utilização do *marketing* político.

A transformação da imagem de Luís Inácio Lula da Silva na campanha presidencial de 2002, pelo publicitário Duda Mendonça, teve um papel fundamental no resultado das urnas. O publicitário foi o responsável pelas estratégias utilizadas para aprimorar a imagem do candidato do PT, diante do grande eleitorado, inserindo mudanças no tom do discurso de Lula, no visual e no estilo dos programas eleitorais no rádio e na televisão.

Pode-se dizer que a imagem é determinante para a eleição de um candidato, pois existe uma grande preocupação dos políticos com o processo de sua própria representação,



para a construção de uma imagem pública positiva, devido ao reconhecimento da importância que isso representa na sociedade contemporânea que é marcada por uma intensa e central participação dos meios de comunicação de massa.

No reinado de Luís XIV que durou 72 anos, ele era visto por grande parte dos homens de sua época como um ser sagrado. Sua corte era tida como um reflexo do cosmo que circulava em torno do Rei Sol. “As imagens visuais do rei eram capazes de romper a barreira à comunicação imposta pelo analfabetismo, e algumas delas, em especial as estátuas, tinham extrema visibilidade” (BURKE, 1994, p.196). Há quase três séculos da época do Rei Sol, as representações dos líderes políticos atuais passaram por muitas mudanças, decorrentes de transformações políticas, sociais, tecnológicas etc. Certamente, dessas mudanças, a mais importante foi o processo de legitimação dos governantes através da eleição pelo povo. Hoje, nossos governantes disputam o voto popular, ao passo que Luís XIV representava Deus.

Como escreve Burke (1994: 213), “Luís proclamava seu poder a Deus, não ao povo. Não precisava cultivar eleitor nenhum. Seus meios de comunicação não eram de massa. (...) O contraste entre os líderes do século XVII e os do século XX não é um contraste entre retórica e verdade. É um contraste entre dois estilos de retórica”.

As novas formas pelas quais a política estabelece a relação com a comunicação de massa necessariamente exigem um manejo da arte de produzir representações, tanto por parte da política que “força” a sua entrada nas esferas da comunicação, quanto por parte dos profissionais da comunicação no tratamento dos materiais e personagens envolvidos nos acontecimentos políticos. (GOMES, 2004, p. 298).

Carl Schmitt (*apud* Bobbio, 1986: 87) num trecho da sua *Verfassungslehre*, capta com precisão a ligação entre princípio de representação e caráter público do poder,

inclusive entendendo a representação como uma forma de “fazer presente”, de “tornar visível” o que de outra maneira estaria oculto. “A representação apenas pode ocorrer na esfera do público. Não existe nenhuma representação que se desenvolva em segredo ou a portas fechadas... Um parlamento tem um caráter representativo apenas enquanto se acredita que a sua atividade própria seja pública”.

Dessa forma, sessões secretas, acordos e decisões de qualquer comitê podem ser muito significativos e importantes, mas não podem jamais ter um caráter representativo. “Representar significa tornar visível e tornar presente um ser invisível mediante um ser publicamente presente. A dialética do conceito permanece no fato de que o invisível é pressuposto como ausente e ao mesmo tempo tornado presente”. (Carl Schmitt *apud* Bobbio, 1986: 88)

Se representação significa o ato ou efeito de representar(-se), o sentido conotativo de teatralidade fica evidente nesse termo, pois em suas principais acepções o ponto de convergência é a encenação como forma de presentificação de uma ausência. A mídia possui essa característica no sentido de que está sempre relatando, expondo, apresentando e representado os fatos que não podem ser vivenciados face-a-face pelos sujeitos receptores.

A representação não significa apenas representar a realidade, o conceito quer dizer também, constituí-la. Há um cenário de representação específico da política – “aquele que se refere à construção pública das significações relativas à política ou o Cenário de Representação da Política”. (LIMA, 2001, p. 182).

## **Capítulo 2**

### **2 - Lula – uma história, muitas vidas**

Neste trabalho é indispensável falar sobre a biografia de Luis Inácio Lula da Silva, para contextualizar os episódios marcantes de sua vida política. Além de resgatar a sua origem – a infância pobre, o processo de migração de sua família do nordeste para o pólo industrial mais rico do Brasil, o ABC paulista, a fim de compreender a construção do ator político Lula pelas revistas semanais *Veja e Istoé*.

Sua história coincide com a de inúmeros nordestinos que, expulsos da terra pelo latifúndio ou condenados à fome pela “indústria da seca”, rumam para São Paulo em busca de melhores condições de vida. Compreender a história de Lula e da família Silva, é como argumenta Paraná (2003: 25), “compreender a história recente do Brasil no mais amplo sentido que o termo compreensão possa traduzir. Há inscritos em sua história de vida, em sua cultura, em sua personalidade, “textos” que evidenciam, traduzem os processos políticos, econômicos, sociais pelos quais país passou”.

Apresentar alguns traços de Luís Inácio Lula da Silva é também identificar o perfil de todo um segmento social. Sua vida se confundiria com a de milhões de brasileiros, excluídos socialmente, não fosse a forma como conduziu o seu caminho. Lula se destacou como uma das figuras mais representativas de liderança política popular, comprometida com a transformação da sociedade brasileira ao longo de sua história. Sua atuação tem sido tão marcante, desde que surgiu na cena política, que é impossível desvinculá-lo da história recente do país.

Estudiosos ressaltam que na primeira metade da década de 70, surgiu no mais importante centro industrial brasileiro – o ABC paulista – o novo sindicalismo combativo, oposto ao peleguismo estatal-patronal e independente das tendências históricas da esquerda.

Nesse contexto, Lula emerge na condição de presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, como a liderança sindical mais representativa.

É instigante compreender como um retirante nordestino pôde se transformar num dos maiores líderes de massa do Brasil. A história de Lula apresenta-se cheia de sacrifícios e também de vitórias – uma vida na qual o trabalho ocupou o ponto central.

## **2. 1 - Genuinamente brasileiro**

Luiz Inácio Lula da Silva nasceu no ano de 1945 em Vargem Comprida, hoje Caetés – pequeno vilarejo do sertão pernambucano, castigado pela seca. Tratado por “Lula” desde a infância, alguns autores contradizem-se quanto à data da incorporação do apelido ao nome. Uns afirmam ter ocorrido em 1982, por razões eleitorais, outros dizem, porém, que desde a época do sindicato isto já tinha ocorrido.

Sobre a data exata do seu nascimento, em depoimento ele conta que:

Até hoje é a maior polêmica porque meu pai me registrou dia 6 de outubro, então eu tenho duas datas de nascimento. Na verdade eu prefiro acreditar na memória de minha mãe, que diz que eu nasci no dia 27 e, como eu gosto mais do signo de escorpião, eu fiz essa opção. No documento estou registrado como nascido em 6 de outubro. (PARANÁ, 2003, p. 45).

E, por coincidência, 57 anos depois, na eleição em que se elegeu presidente do Brasil, os dois turnos do pleito foram nos dias 6 e 27 de outubro.

Seu pai, Aristides Inácio da Silva, que era lavrador, deixou o filho recém nascido com a esposa, Eurídice Ferreira de Melo, em Pernambuco, para trabalhar na estiva do porto

de Santos, carregando sacas de café. Luis Inácio só foi conhecer o seu pai aos 5 anos de idade, quando este voltou à Vargem Comprida para rever a mulher e os filhos.

Em 1952, sua mãe Eurídice também migrou com os filhos para o Estado de São Paulo. Foram 13 dias de viagem de pau-de-arara – como é chamado o caminhão coberto com varas longitudinais na carroceria, às quais os passageiros se agarram – muito usado no transporte de retirantes nordestinos para São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Esse episódio marcou para sempre a vida de Lula, que tinha na época apenas sete anos. “Nós saímos de lá do Nordeste, minha mãe e sete filhos. Sete, porque o meu irmão Jaime tinha ido na frente. E chegando aqui esse irmão mais velho descobriu que meu pai tinha outra mulher. Então ele começou a escrever pedindo para minha mãe vir, dizendo que era meu pai quem queria que a minha mãe viesse para cá”. (PARANÁ, 2003, p. 49)

Em depoimento a Denise Paraná, Lula fala sobre a coragem de Dona Eurídice, mais conhecida como Dona Lindu, que conseguiu criar sozinha os filhos em São Paulo:

Eu fico dando graças a Deus a coragem da minha mãe. Sabe o que eu fico pensando? Como é que uma mulher analfabeta daquela – minha mãe não sabia fazer o “o” com um copo – bota sete filhos embaixo da saia e vem para São Paulo, numa perspectiva de encontrar com o marido que ela não sabe o que está fazendo da vida?... E consegue se separar desse marido. E consegue criar sete homens. Porque, se é verdade que a marginalidade está ligada à pobreza, minha mãe é o oposto disso. Minha mãe conseguiu, num momento de miséria muito grande, criar cinco filhos que se transformaram em homens pobres, mas honrados, e três mulheres que não tiveram que se prostituir. Acho que isso é uma coisa muito nobre. (PARANÁ, 2003, p. 60).

O primeiro trabalho de Lula foi aos sete anos de idade nas ruas de Santos, vendendo tapioca, amendoim e laranja. Paralelamente ao trabalho cursava a escola primária do Grupo Escolar Marcílio Dias. Após quatro anos de moradia em Santos, em 1956, Dona Lindu mudou-se com os filhos para São Paulo, depois de separar-se do marido, Aristides, que

tinha o temperamento violento, revelando-se inadequado tanto como marido, quanto como pai.

Em São Paulo a família foi morar em um cômodo nos fundos de um bar, cujo único banheiro era partilhado por ela e pelos bêbados. Luís Inácio recorda que, aos onze anos, não tinha nenhuma noção da desigualdade social, exceto a vergonha de não ter em casa uma cadeira para oferecer às visitas. Ele recorda que morava na Vila Carioca, na rua Albino de Moraes. “Era uma rua de muita gente pobre, ficava num bairro que não tinha asfalto, não tinha guia, não tinha sarjeta, era uma lama preta. E a gente morava nos fundos de um bar que era uma coisa melancólica”. (PARANÁ, 2003, p. 71).

Aos doze anos, ele começa a trabalhar como auxiliar de tinturaria, telefonista, além de fazer “bicos” como engraxate. Quando completou quatorze anos, ingressou numa metalúrgica, através da qual teve a possibilidade de fazer o curso de torneiro mecânico no Serviço Nacional da Indústria (Senai).

Paralelamente ao curso profissionalizante, trabalhava na fábrica de parafusos Marte. Passados três anos, já diplomado, Lula torna-se operário de uma grande empresa metalúrgica – a Villares, localizada no Estado de São Paulo, em São Bernardo do Campo. De acordo com Frei Betto (1989: 18) “foi então que, pela primeira vez, entrou em contato com a greve, tendo participado de piquetes e assistido a um confronto entre empregados e o patrão que, portando uma arma, acabou morto pela massa enfurecida”. Esse fato iria ficar para sempre em sua memória, como exemplo dos arriscados desvios a que pode incidir uma greve sem direção política.

Conforme afirma Paraná (2003: 24) “ao entrar no Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, Lula era um trabalhador totalmente despolitizado”, mas a

experiência do dia-a-dia aliada ao seu potencial – se encarregaram de transformá-lo. Aos poucos ele foi-se tornando uma liderança muito respeitada.

Ele era visto pelos empresários interessados no processo de redemocratização do Brasil e por seus representantes no governo como um “sindicalista de confiança” – como alguém que partilhava de uma ideologia comum a deles. Segundo Paraná (2003):

Estes empresários desejosos do fim da era dos governos militares foram, em parte, responsáveis pela ascensão de Lula como líder dos trabalhadores, na medida que necessitavam de um “interlocutor de confiança” para encampar seu projeto de abertura democrática. (...) Esse foi o período em que Lula foi acalentado pela grande imprensa, a imagem de seu rosto e suas palavras foram impressas e reproduzidas aos milhares. (PARANÁ, 2003, p. 25).

Lula, assim como tantos outros trabalhadores, foi vítima de um país extremamente injusto quanto à respeitabilidade aos direitos essenciais dos seres humanos e à falta de cidadania para as classes excluídas. Na fase de incremento da produção industrial, quando o governo Kubitschek endividava ainda mais os cofres públicos para tornar realidade o seu sonho de construir Brasília, Lula e tantos outros metalúrgicos sentiam na carne a superexploração do trabalho. “Chegava a operar a prensa da Metalúrgica Independência das 7 horas da noite às 7 da manhã, sem condições de, durante o dia, repousar o suficiente no cômodo em que vivia”. (FREI BETTO, 1989, p. 18).

O “país do futuro” como era chamado o Brasil, vivia um período histórico em que, apesar do incremento industrial, havia muito mais concentração do que distribuição de renda. Data dessa época o acidente de trabalho em que o dedo mínimo de Lula foi decepado. Para Paraná (2003: 484), “o dedo que falta na mão de Lula é emblemático das faltas talhadas no corpo e no espírito dos brasileiros. Lula é o retrato do país das faltas, das ausências, daquilo que deveria ter sido, mas foi decepado, abortado, interrompido”.



Em 1964, os militares adotaram uma política econômica extremamente recessiva, provocando a falência de empresas de médio e pequeno porte. Com essa situação o desemprego foi generalizado. Lula foi atingido por essa crise, que o obrigou a procurar emprego de fábrica em fábrica, até que em janeiro de 1966, ingressou-se nas indústrias Villares, de São Bernardo do Campo.

## **2. 2 – A liderança sindical no ABC paulista**

Lula teve os primeiros contatos com o sindicalismo por influência de seu irmão José Ferreira da Silva – conhecido como Frei Chico, por causa do calvície semelhante ao corte circular do cabelo, na parte mais alta da cabeça, que se faz nos frades. Ligado ao Partido Comunista Brasileiro, Frei Chico insistia para que Lula lesse os boletins clandestinos que eram distribuídos nas fábricas.

No final dos anos 60, a recessão dera lugar ao “milagre brasileiro” – o extraordinário crescimento econômico alimentado artificialmente pelo fluxo de empréstimos externos. No ABC paulista, a indústria automobilística vivia uma fase de expansão – seus operários especializados usufruíam de um padrão de vida semelhante ao da classe média. De acordo com Frei Betto (1989: 23) “a conjuntura, portanto, não favorecia as atividades sindicais motivadas pelas tendências de esquerda, mais interessadas em denunciar a repressão policial-militar sobre os guerrilheiros oriundos da universidade do que nas próprias condições da classe trabalhadora”.

Atraído pelo irmão, Frei Chico, em 1967, Lula entra na sede de um sindicato pela primeira vez. Em 1969, na eleição para escolha da nova diretoria do Sindicato dos

Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, Lula é indicado por Frei Chico para compor a chapa. Sem deixar a fábrica, ele ocupa uma função de suplência.

Em 1972 passa a fazer parte da diretoria executiva, e assume a responsabilidade pelo departamento jurídico. Pensando em contribuir para elevar o nível cultural da categoria metalúrgica, Lula inaugura uma escola supletiva de nível ginásial no Sindicato.

É eleito, em 1975, a presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema com 92% dos votos. Sob a sua gestão, o Sindicato mudou o caráter de reivindicação salarial – trocando a exigência de antecipação do salário pela de reposição.

O grande empresariado de São Bernardo do Campo e Diadema, surpreso com as novas reivindicações, resolve conceder antecipação salarial de 15 a 20%, o que foi considerado pelo Sindicato uma vitória parcial. Havia também a questão da conquista política, em nível nacional, pois os trabalhadores romperam o silêncio imposto pela ditadura militar e começaram a questionar os índices de inflação divulgados pelo governo.

Em 1977, houve uma crise no setor industrial automobilístico, ocorrendo demissões dos empregados. Era o fim do “milagre brasileiro”. No mês de agosto desse ano, a imprensa revelou um relatório secreto do Banco Mundial, que desmentia os índices inflacionários oficialmente anunciados pelo governo. De acordo com o Banco Mundial, em 1973 a variação de preços no Brasil chegou a 22,5%, enquanto o governo divulgou que não passava de 14,9%. A fundação Getúlio Vargas, que fixava os índices oficiais do governo, tentou contestar o Banco Mundial e acabou por revelar que a inflação oficial de 1973 fora de 20,5%. Era o reconhecimento público da manipulação oficial das estatísticas.

Lula constatou através do Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos) que os metalúrgicos haviam tido uma perda no período de 1973-1974, de 34,1%. O Sindicato, imediatamente, começou a fazer uma intensa campanha pela

reposição salarial, recebendo também o apoio de outros sindicatos. Iniciava o confronto com o governo, que perdera a credibilidade junto aos trabalhadores. Nesse período, ainda não fazia parte dos seus planos a criação de um partido. Fazia questão de declarar que era apolítico e que preferia “preparar a classe trabalhadora para saber optar”.

## **2.3 – PT – um partido surgido da base**

Em 1978, Lula foi reeleito presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, com 98% dos votos. Depois de uma década sem greves operárias no Brasil, novas formas de luta despontaram, como as operações-tartarugas – redução do ritmo da produção pelos trabalhadores, por exemplo.

Ao participar do congresso dos trabalhadores de empresas de petróleo, em Salvador, Bahia, em julho de 1978, Lula comunicou pela primeira vez a idéia da criação de um partido dos trabalhadores. No país iniciava-se o processo de “abertura lenta, gradual e segura”, que sinalizava o fim da ditadura.

Conforme escreve Frei Betto (1989: 43), “o mesmo Lula, que até junho de 1978, confessava não estar interessado em fazer política, agora surpreendia a esquerda e a direita propondo o PT, Partido dos Trabalhadores”. Ele costumava dizer que a esquerda colocava o proletariado no centro de suas teorias, mas era incapaz de suportar a idéia de que a vanguarda do proletariado seria também formada pelos próprios proletários.

Em janeiro de 1980, cerca de 80 parlamentares reuniram-se em São Bernardo do Campo, para discutir a proposta do PT, Partido dos Trabalhadores que obtivera a adesão das mais expressivas lideranças sindicais do país.

Convencido de que os trabalhadores precisavam ter seus próprios representantes na esfera política, em 10 de fevereiro de 1980, Lula junto a outros sindicalistas, intelectuais, representantes da Igreja progressista, militantes de grupos de esquerda e de movimentos populares, entre outros, fundam o Partido dos Trabalhadores (PT).

O PT nasceu numa época em que o debate sobre a democracia era o tema central. A ditadura militar preparava a transição “lenta, gradual e segura” aos moldes das democracias burguesas da América Latina, de exclusão política dos movimentos sociais. “Construir uma sociedade igualitária, onde não haja explorados nem exploradores” – é o que diz o Manifesto do Partido. Em 1982 já se encontrava estabelecido em todos os Estados brasileiros, com cerca de 400 mil militantes.

O partido nasceu com uma proposta de organização dos sistemas políticos, com base na inserção político-institucional de novos atores; reestruturação da representação de interesses, fundada na noção de representação política orgânica; e apresentação de uma forma de governo popular e um projeto de sociedade socialista e democrática (MENEGUELLO, 1989).

O avanço das lutas populares permitira que os operários industriais, assalariados, funcionários públicos, moradores da periferia, trabalhadores autônomos, camponeses, mulheres, negros, estudantes, índios e outros setores explorados e marginalizados da sociedade brasileira pudessem se organizar politicamente para defender seus interesses.

Portanto, o PT possui vínculos de origem com os movimentos sociais, principalmente com o movimento sindical surgido no final da década de 70. Esses novos setores populares, através da participação e associação formaram uma visão mais crítica com relação às esquerdas tradicionais.

Conforme argumenta Meneguello (1989), como proposta política, desde o início o PT se apresentou como um partido ideologicamente plural, não filiado a qualquer doutrina, inclusive a marxista. Seu projeto era essencialmente classista, apoiado em um idéia imprecisa do socialismo, mas que tratava de associar a construção do socialismo ao cotidiano das lutas sociais, tendo como horizonte a construção de uma nova cidadania e a estruturação democrática.

Assim o Partido dos Trabalhadores surgia da vontade de independência política desses setores populares, historicamente cansados de servirem de massa de manobra em mãos de políticos e partidos comprometidos com a manutenção de uma ordem política e econômica atrelada aos donos do grande capital.

Os anos 78-80 foram marcados pelo movimento dos metalúrgicos da Região do ABC paulista, que se constituiu em um momento significativo no processo histórico brasileiro. Nesse período foram deflagradas três importantes greves de âmbito nacional, em plena ditadura militar – a primeira em 1978, depois a de 1979 e a de 1980. Essa última, ocorrida em abril e maio foi indiscutivelmente um marco no movimento sindical.

Após inúteis tentativas de quebrar o bloqueio dos patrões e do governo, que se recusavam a aceitar as novas reivindicações da campanha salarial, o Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema marcou o início da greve para 1º de abril de 1980. Como aconteceu em 1979, a zero hora da data marcada, 140 mil metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema cruzaram os braços. De acordo com Frei Betto (1989: 47) “os empresários recorreram à Justiça, interessados na decretação da ilegalidade do movimento e, surpresos, viram o Tribunal Regional do Trabalho declarar-se incompetente para julgar a greve”. Em 17 de abril de 1980, os juízes trabalhistas, pressionados pelo governo federal em novo julgamento declararam ilegal a paralisação.

A greve de 80 já estava no seu 29º dia quando começou a fraquejar. A imprensa noticiou que a partir do 30º dia, os patrões iriam demitir por abandono de emprego. Ainda assim, ela resistiu até 11 de maio, quando completou 41 dias.

Rodrigues (1999: 77) afirma que “as grandes greves, precedidas de assembleias plebiscitárias dos operários do Estádio de Vila Euclides, em São Bernardo do Campo, mostraram a existência de um outro ator, até aquele momento excluído do cenário político, o trabalhador brasileiro”.

As grandes greves desempenharam um papel fundamental na transição política do país, naquele momento – as classes trabalhadoras queriam participar e ter uma presença mais significativa nas novas regras do jogo que estavam surgindo no Brasil.

Sob forte esquema repressivo, que compreendia todo ABC paulista, Lula e outros dirigentes sindicais foram presos no dia 19 de abril de 1980. Apesar de ficarem incomunicáveis nos primeiros dias, eles conseguiram, de dentro do DOPS – Departamento de Ordem Política e Social – estabelecer canais de comunicação com a Comissão de Mobilização, responsável pelo comando do movimento grevista.

Além disso, na prisão, Lula e seus companheiros acompanhavam toda a mobilização do movimento grevista através do rádio e dos jornais. E os empresários recusavam-se a negociar. Foi aí que os sindicalistas prisioneiros resolveram fazer greve de fome. Depois de seis dias sem comer, atenderam ao apelo de Dom Cláudio Hummes para que suspendessem o protesto.

No dia 20 de maio, com a prisão preventiva revogada, os líderes sindicais recuperaram a liberdade. Em novembro de 1981, Lula foi condenado a 3 anos e 6 meses de prisão, com direito de recorrer em liberdade ao Superior Tribunal Militar – que posteriormente anulou o processo.

Nesse período surge uma nova classe trabalhadora no cenário político do país, que depois de muitos anos de regime autoritário, trouxe para o espaço público a participação dos trabalhadores no combate ao autoritarismo burocrático militar do final da década de 70 até meados dos anos 80.

Se a grande greve de 80 não representou nenhum ganho material para os metalúrgicos, não há dúvida de que influiu de modo decisivo para criar maior consciência de classe entre a categoria. O movimento, de caráter reivindicatório, passou a se dirigir para o campo do poder. Esse processo foi fundamental para o surgimento do Partido dos Trabalhadores – PT e da Central Única dos Trabalhadores – CUT.

Em agosto de 1983, Lula lidera a criação da Central Única dos Trabalhadores (CUT). A iniciativa de se criar uma central sindical no país foi incrementada a partir de 1977, quando os empresários lançaram a Conclap (Conferência Nacional das Classes Produtoras). Segundo Frei Betto (1989:71) “interessados em também se fortalecer, os trabalhadores promoveram um série de encontros intersindicais em todo o Brasil”.

A primeira Conclat (Conferência Nacional da Classe Trabalhadora) foi realizada em agosto de 1981, ocorrendo a aprovação da proposta de se criar uma comissão que deveria estruturar a CUT. “Porém, os meses seguintes comprovaram a impossibilidade de compatibilizar as duas concepções, a reformista de Joaquinção (Joaquim dos Santos Andrade) presidente da entidade sindical dos metalúrgicos da capital paulista, que defendia um sindicalismo de resultado, e a combativa de Lula-Jair Meneguelli, favorável à liberdade e autonomia sindicais”. (FREI BETTO, 1989, p. 71).

Em agosto de 1983 foi aprovada a criação da CUT – quando ocorreu o 1º Congresso Nacional da Classe Trabalhadora em São Bernardo do Campo, reunindo 5 mil representantes de sindicatos rurais e urbanos. Devido a Lula estar na presidência nacional

do PT, não integrou a diretoria encabeçada por Jair Meneguelli, embora sua presença e apoio político concorressem para implantar, em nível nacional, a nova central Sindical.

Em 1982, com o lema “Terra, Trabalho e Liberdade”, o PT participa de sua primeira campanha eleitoral – Lula candidata-se ao governo do Estado de São Paulo. Embora não tenha vencido as eleições, o candidato do PT ficou em quarto lugar. O vencedor foi Franco Montoro, do PMDB. No entanto, o ator político Lula conseguiu uma vitória política bastante significativa – a soma dos votos concentrados em sua candidatura foi de 1 milhão e 200 mil, no Estado mais rico do Brasil.

Na campanha eleitoral de 1982, Frei Betto (1989: 67)) relata que “o intenso trabalho dos militantes conseguira cumprir a exigência de promover filiações partidárias capazes de tornar o PT presente em, no mínimo, 20% dos municípios de nove Estados do Brasil”. De sua formação até a transição para o regime democrático (1985), a identidade política do Partido dos Trabalhadores foi dirigida por uma orientação fortemente classista.

Como argumenta Meneguello (2003: 43) “foi a partir da definição dos pontos básicos da Plataforma Eleitoral Nacional para as eleições de 1982, no 2º Encontro do partido, que a tônica da proposta petista seria melhor definida: reforma agrária radical, desconcentração da propriedade privada e governo de trabalhadores”. Mas foi somente em 1989, com a participação na primeira eleição presidencial direta do novo regime, que se estabeleceram as primeiras transformações das bases políticas e programáticas do Partido dos Trabalhadores. No 6º Encontro Nacional definiu-se a rejeição aos moldes do partido leninista, partido único e burocrático, e se afirmou a idéia do socialismo com democracia.

Nas eleições de 1986, consolida-se o caráter representativo da sua militância política do Partido dos Trabalhadores. Lula disputa uma vaga na Câmara Federal e torna-se o deputado mais votado naquele pleito, com 651.763 votos.



## **2. 4 – Os pleitos da derrota: 1989, 1994 e 1998**

A eleição presidencial de 1989 foi a primeira pelo voto direto desde 1960, quando Jânio Quadros se elegera. Sua importância também se dá por ser o primeiro pleito realizado depois de trinta anos de ditadura militar – período marcado pela repressão política, em que a população do Brasil foi cerceada em seus direitos de expressão e impedida de exercer a sua cidadania.

Esse acontecimento democrático, importante na história contemporânea brasileira, foi uma etapa fundamental para a superação do regime militar – caracterizado pelo autoritarismo e repressão.

Durante o período pré eleitoral instaurou-se uma enorme polêmica sobre a capacidade do povo escolher seus candidatos através do voto. Para Aguiar (1995: 180) “a imprensa foi certamente, um dos segmentos da esfera pública discursiva em que o pensar de 1989 foi articulado e alcançou maior visibilidade”. Entretanto, havia um conservadorismo arraigado na imprensa.

Conforme argumenta Aguiar (1995: 182): “Nenhum dos grandes jornais, desde os primeiros momentos da trajetória da superação do regime autoritário, evoluiu para uma posição constante de porta-voz dos segmentos comprometidos com a luta da redemocratização da sociedade, embora tenham sido registradas parcerias episódicas”.

Surgiam novos partidos políticos nesse período, mudando o antigo quadro – que era polarizado entre os dois partidos oficiais: o Movimento Democrático Brasileiro, MDB e a Aliança Renovadora Nacional, Arena. Havia também a atuação de organizações clandestinas como pequenos grupos radicais da luta armada.

O Partido dos Trabalhadores tinha decidido, no seu 5º Encontro Nacional, realizado em 4 de dezembro de 1987 e confirmado no 6º Encontro Nacional, realizado em 16 de junho de 1989, lançar Luís Inácio Lula da Silva candidato à Presidência da República. Lula disputou a eleição com vários candidatos, entre eles: Ulisses Guimarães – PMDB; Leonel Brizola – PDT; Mário Covas, PSDB; Paulo Maluf – PPB; Aureliano Chaves – PFL; Guilherme Afif Domingues – PL; Roberto Freire, PCB; Fernando Gabeira, PV; Enéas Carneiro, PRONA; Fernando Collor de Melo, PRN –; entre outros.

Em 1989, o Brasil passava por um processo de transição econômica e política. Havia grandes expectativas por parte da sociedade quanto ao fim da corrupção e à mudança na distribuição de renda do país. Aguiar (1995: 190) ressalta que “a recusa do existente, a ser expurgado e purificado, redundou na celebração do “novo”, que se acreditou, era vindo (...). Uma espécie de grau zero da história, que se atualiza, nas falas que erigiram o instante eleitoral como um momento de ruptura na sociedade Brasileira”.

Nesta atmosfera de ruptura com o antigo, o pleito de 1989 se revelava como um marco inicial na vida política brasileira em direção à redemocratização.

As grandes transformações internacionais reforçavam esse sentimento principalmente a *Perestroika* da União Soviética e as transformações no Leste Europeu, mostradas na mídia, como comenta Aguiar (1995):

O sentimento de que nada seria como antes, também se alimentou de um cenário mais amplo, marcado pelas transformações políticas internacionais, principalmente as deflagradas pela *perestroika* soviética e pelas mudanças no Leste Europeu. Mostradas dia-a-dia pelos meios de comunicação de massa, reforçavam a idéia de que os tempos eram “fortes e a hora era grande”. Para muitos olhos e ouvidos, as notícias soavam quase proféticas, como “boas novas de grande alegria”, levando a pensar que o seriam “para toda a terra”. (AGUIAR, 1995, p. 191).

Foi nesse cenário político que aconteceu a primeira candidatura a presidente de Luís Inácio Lula da Silva. A disputa eleitoral de 1994 se deu dentro de um quadro em que a sociedade estava ávida por mudanças que levassem o Brasil a sair da crise que existia desde o combate contra a ditadura e que originou o surgimento de várias organizações populares, como o PT e a CUT.

Para Almeida (1998: 139) “no início da campanha não existiam posições consolidadas sobre um projeto nacional e sim um grande espaço para a disputa, confrontação e afirmação de projetos”. Conforme mostravam as pesquisas de opinião, “não havia, enfim, uma situação que se pudesse afirmar como de consolidação de ideário neoliberal, nem mesmo de uma hegemonia passiva deste projeto, apoiada por uma “maioria silenciosa”.

No ano de 1993, o sociólogo Fernando Henrique Cardoso havia sido designado ministro da Fazenda pelo então presidente Itamar Franco. Skidmore (1998: 310) afirma que “o Brasil permanecia o único país latino-americano que não havia conseguido controlar a inflação”. A equipe econômica de FHC formulou uma estratégia complexa para combater a inflação, criando o Plano Real. Inicialmente o Plano foi recebido com muito ceticismo, devido às tentativas anteriores de estabilização no Brasil.

Houve uma série de fatores que contribuíram para o sucesso inicial do Plano Real, como explica Skidmore (1998: 313) – “o alto nível de reservas cambiais estrangeiras que a equipe de Fernando Henrique Cardoso havia herdado, as quais (cerca de US\$ 40 bilhões em

julho de 1994) constituíam as maiores reservas do Brasil em sua história e estavam entre as maiores do mundo”. E, também a imensa colheita agrícola no ano, que pôde manter os alimentos com preços baixos. A campanha eleitoral de Fernando Henrique Cardoso foi dominada pelo aparente sucesso do Plano Real, apesar de não ter sido assim no princípio.

Luís Inácio Lula da Silva, novamente candidato pelo PT, era o favorito nas pesquisas, o que levava a crer que este finalmente iria vingar a sua derrota em 1989 – afinal não foi por falta de advertência do Partido dos Trabalhadores, que se constatou em Collor um aventureiro que não traria nenhum benefício ao Brasil. O *impeachment* do candidato do PRN pôde confirmar a previsão do PT. Pela lógica do partido seria mais justo Lula conquistar o poder.

Assim, a campanha eleitoral de 1994 tem início com Luis Inácio Lula da Silva mais popular, liderando as pesquisas de opinião nas intenções de voto – chegando a ser apontado como o vencedor do primeiro turno. Não havia no início de 1994, nenhum representante forte da direita ou do centro disposto a enfrentar a liderança de Lula. De acordo com Almeida (1998):

A elite política e social dominante vinha construindo a sua alternativa, buscando uma terceira via entre Lula e as candidaturas mais à direita e/ou já desgastadas. Sem partidos, nomes e um projeto nacional com base de massas, seguia as pistas deixadas pelas pesquisas de opinião que indicavam que o eleitorado queria mudanças, não uma cara totalmente nova (pois estava marcado pela experiência negativa de Collor), mas honesto, que conhecesse os problemas do país, que trabalhasse muito e combatesse a corrupção. (ALMEIDA, 1998, p.141) .

Fernando Henrique Cardoso era quem melhor representava esse perfil. Conforme comenta Almeida (1998: 142), “o Plano Real foi elaborado para eleger o presidente, mas o candidato também foi escolhido e torneado para eleger o plano”. Por esse motivo, a elite dominante mais unida do nunca, prosseguiu construindo a rejeição a Lula e ao seu partido, com vários tipos de ataque como, por exemplo, a divulgação de imagens negativas do PT e

da CUT e também de preconceitos em relação à incapacidade de um representante da classe trabalhadora governar.

A princípio todos esses ataques pareciam não afetar a imagem do candidato do Partido dos Trabalhadores, pois ele continuava a subir nas pesquisas. Mas, posteriormente foi confirmada a eficácia de tais ataques.

Fernando Henrique renunciou ao Ministério da Fazenda no início de 94 (a lei exigia a renúncia de todos os candidatos que detinham postos oficiais), e decidiu entrar na disputa em março. Até julho de 1994, o PT estava ainda confiante, e considerava Lula praticamente o presidente eleito. Mas o Plano Real foi ocupando o espaço da esperança que antes era representada por Lula. “A esquerda passou a transmitir uma imagem emocional negativa deixando de ser a esperança, para parecer pessimista e “do contra”. Fernando Henrique Cardoso tinha um programa, transmitia emoção positiva através da esperança gerada pelo Real”. (AMEIDA, 1998, p. 144).

Dessa forma, a credibilidade de Fernando Henrique foi construída, com o apoio da mídia, sem resistência. O candidato do PSDB prometia, além do controle da inflação, com a nova moeda, a estabilidade.

Como já foi dito, inicialmente, Lula teve uma crescente aceitação ante a população por representar a mudança que tantos ansiavam e, ironicamente caiu em popularidade por ser uma ameaça à nova moeda, que surgia como uma mudança concreta.

Para Almeida (1998):

A candidatura de Lula tinha um programa. Não tinha um plano de estabilização, mas um programa nacional, mais consistente e definido antes daquele apresentado por FHC. Mas, ao menos nos espaços da grande mídia, e aos olhos dos eleitores/espectadores, este não apareceu em sua globalidade, de modo a mostrar uma lógica que integrasse seus diversos aspectos. (ALMEIDA, 1998, p. 145).

Embora, Lula tenha liderado as pesquisas de opinião por muitos meses consecutivos, com enorme margem de vantagem sobre seus opositores como candidato à Presidência do Brasil, é derrotado no primeiro turno. O vencedor, o candidato do PSDB, Fernando Henrique Cardoso, conquistou 34.350.217 votos, 44% dos votos válidos –, Lula somou 22% do eleitorado, com 17.112.255 votos.

De acordo com Skidmore (1998: 322) em meados de 1997, “o Brasil parecia em animação suspensa tanto econômica como politicamente”. Em seu principal objetivo, o Plano Real havia sido muito bem-sucedido, diminuir drasticamente a inflação. Entretanto, ele não atendeu às necessidades sociais brasileiras, pois não conseguiu trazer a economia nacional de volta para o caminho do forte crescimento.

Em 1997, havia a crise no Leste da Ásia com a queda nas bolsas de valores e no valor da moeda. Nas eleições presidenciais de 1998, com o objetivo de evitar a identificação de Lula e do PT com situações calamitosas, a campanha petista silenciou o que era uma clara realidade: a economia nacional estava falida. Fernando Henrique Cardoso fazia um novo acordo com o Fundo Monetário Internacional, FMI. E, o PT estrategicamente buscava dissociar Lula de imagens que poderiam fazer ligação a riscos e incertezas.

Conforme escreve Skidmore (1998):

Fernando Henrique investia em si mesmo como a solução política do Brasil. Ao requisitar a aprovação da emenda constitucional que legitimava um segundo mandato presidencial sucessivo, ele estava, na verdade, adiando para depois das eleições de 1998, se vencesse, um ataque a problemas tão importantes como o lento crescimento e as chocantes desigualdades sociais do país. (SKIDMORE, 1998, p. 324).

Novamente sai vitorioso, o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, no primeiro turno da eleição presidencial de 1998, com 35.923.259 votos contra 21.470.442 de Luiz Inácio Lula da Silva, representando 43,1% contra 25,8% dos votos válidos.

## 2.5 – A eleição da vitória: 2002

O desgaste da política econômica em vigor, desde 1994, aliado a uma conjuntura internacional de críticas ao projeto neoliberal, contribuíram para o favorecimento da candidatura de Lula em 2002.

As pesquisas eleitorais revelaram que em 2002, contrariamente a 1994 e 1998, o eleitorado estava insatisfeito e temeroso tanto com o desemprego quanto com a violência. O tom discursivo dos candidatos à Presidência da República revelava-se sob uma perspectiva transformadora e não de continuidade – pode-se dizer que o pleito de 2002 se deu em um clima de mudança. Muitos autores fizeram referência a esse “clima de mudança” em trabalhos apresentados na 12ª COMPÓS, realizada no período de 3 a 6 de junho de 2003, no Grupo de Trabalho “Comunicação e Política”. Entre eles, destacaram-se, Luís Felipe Miguel (2003), Jorge Almeida (2003), Marcus Figueiredo e Alessandra Aldé (2003).

A eleição de 2002 também pode ser vista como o resultado de um longo processo, que começou com a crise do regime militar e a volta das eleições – tendo Lula como um forte concorrente em todos os pleitos (1989, 1994 e 1998). O processo democrático, novamente em curso, foi caracterizado por importantes momentos políticos, que expressavam os anseios de mudança da população no campo democrático e popular, como por exemplo: a luta pela anistia, pelas eleições diretas, o pleito eleitoral de 1989, o *impeachment* de Collor, a primeira eleição de FHC – quando o Plano Real e sua nova moeda apareciam como a mudança em curso.

Lula propôs um pacto social com o que chamou de “forças vivas da nação”. Aliando o Partido dos Trabalhadores ao Partido Liberal, criou uma aliança capital-trabalho, numa candidatura que se movia mais ao centro do que nas eleições anteriores. Além do Partido dos Trabalhadores e do Partido Liberal, do qual provinha o candidato à vice-presidência José Alencar, a “Coligação Lula Presidente” contava com o Partido de Mobilização Nacional, com o Partido Comunista do Brasil e com o Partido Comunista Brasileiro.

No pleito de 2002, Lula concorre pela quarta vez à Presidência do Brasil, e vence batendo o recorde de votos das eleições no país. Torna-se o 17º presidente eleito pelo voto direto no Brasil. Conquista 52.788.428 votos contra 33.366.430 votos de seu opositor José Serra (do Partido da Social democracia Brasileira) que tinha o apoio do então presidente Fernando Henrique Cardoso. Somaram 61,3% contra 38,7% dos votos válidos do resultado dessa eleição que foi decidida em segundo turno.

## **Capítulo 3**

### **3 – A transição política e o papel do jornalismo**

A transição do regime militar para a democracia foi muito longa no Brasil, durou cerca de 16 anos, passando por conjunturas políticas diferentes. Atravessou três governos, o primeiro, do general Ernesto Geisel, de 1974 a 1979, na seqüência, o general João Baptista



Figueiredo, de 1979 a 1985, seguido do presidente José Sarney, que abrangeu o período de 1985 a 1990.

Portanto, a transição teve início em 1974, e seu desfecho, em 1990, a partir da posse de um presidente eleito pelo voto direto. Quando Geisel deixou o poder em 1979, o caminho para a transição estava preparado – em suas palavras, esta deveria ser “lenta, gradual e segura”. Nesse contexto, a atuação da imprensa se deu de forma diferenciada ao longo de um período tão extenso e de conjunturas distintas, tendo um importante papel político.

No final do governo Geisel, já não havia mais censura à imprensa, prisões e nem torturas de prisioneiros políticos. No governo do general João Baptista Figueiredo foi intensificada a cobertura à redemocratização, sendo decretada uma anistia mais ampla, a volta do pluripartidarismo e a eleição direta para governadores de Estado. Além disso, no final do seu mandato, a presidência foi entregue para um civil. Em agosto de 1979, o Congresso passou uma lei de anistia que aplicava a todos os crimes políticos, do governo e da oposição.

No governo de José Sarney foram removidas as últimas leis autoritárias, tais como, a proibição de partidos comunistas e a eleição indireta do presidente da República. Uma volta à política aberta demandava uma nova Constituição e partidos políticos livres. Dessa forma, o Congresso foi transformado em Assembléia Constituinte que promulgou uma nova Constituição em 1988.

Conforme escreve Skidmore (1998: 269) “foi preciso um ano para a redação da Constituição de 1988, resultado de um dos mais intensos esforços de *lobbying* da história do Congresso brasileiro”. Os lobistas representados pelo movimento sindical, grupos esquerdistas da Igreja e a comunidade de direitos humanos tiveram um papel decisivo. Do

ponto de vista das instituições políticas, ao término do governo Sarney, o país estava democratizado.

Como já foi dito anteriormente, em cada um desses mandatos governamentais, o papel do jornalismo foi diferente, tendo uma atuação distinta sobre os mesmos. Na primeira fase, a imprensa se comportou como aliada estratégica de Geisel. Singer (1994: 179) argumenta que talvez a imprensa tenha sido o principal suporte do presidente aberturista fora das Forças Armadas. “A imprensa, então uma das instituições mais visíveis e poderosas do bloco democrático (a outra era a Igreja católica), funcionou como o aríete que abriu as primeiras brechas no muro autoritário, desempenhando rol crucial no início da transição”.

Durante o mandato do general João Baptista Figueiredo, o cenário econômico brasileiro encontrava-se desanimador, pois herdara do governo Geisel a crise da dívida intensificada. Contudo, o general Figueiredo foi ajudado por um outro aspecto. Skidmore (1998: 259) relata que “uma nova geração de oficiais do exército havia emergido, graduando-se na academia militar em 1964. Não mais ativistas anti-Getúlio ou mesmo anti-Jango, estavam preocupados com a imagem de sua profissão entre seus compatriotas”. As histórias das crueldades de torturas atingiam todo o exército. Oficiais chegaram a deixar de usar seus uniformes em público por medo do ridículo. Dessa forma, a linha dura estava perdendo apoio onde ele mais contava – nas fileiras dos oficiais do exército.

Na esfera civil, uma forte campanha havia começado para restaurar a eleição presidencial de 1985. Milhões de brasileiros, adeptos dessa campanha usavam camisetas com os dizeres: “Eu quero votar para presidente”. A campanha teve início com o PMDB, sendo endossada pela Igreja católica e logo transformou-se em um entusiástico movimento com comícios regionais que, de acordo com Skidmore (1998: 260), alcançaram 500.000 pessoas no Rio de Janeiro e 1 milhão em São Paulo.

Era uma efusão de espírito cívico sem precedentes desde que os militares tomaram o poder duas décadas antes. Mas infelizmente houve uma enorme desilusão pública. O esforço foi insuficiente no Congresso, controlado pelo governo, onde os proponentes das eleições diretas ficaram apenas a 22 votos da maioria necessária de dois terços. Sendo assim, um outro presidente seria eleito indiretamente.

Para Singer (1994: 179) “na presidência de Figueiredo, a imprensa deixa de ser um ator tão proeminente, passando a desviar o cenário com outras forças pró-democracia, como sindicatos e movimentos populares”. Ainda assim, desenvolveu um enorme papel de mobilização quando tentou, através da convocação de eleições presidenciais diretas, impulsionar o lento cronograma implantado pelos militares para alcançar a plenitude democrática.

Durante a presidência de José Sarney, seu mandato estava diante de duas grandes tarefas: reconstruir a democracia depois de quase duas décadas e solucionar uma crise inflacionária por que o país passava. Com o objetivo de se fortalecer, Sarney, pressionou o Congresso para prolongar seu mandato de quatro para cinco anos. Skidmore (1998: 269) afirma que “uma intensa barganha e uma liberal distribuição de concessões de estações de televisão para congressistas conseguiram a prorrogação do mandato que queria”.

“A imprensa abandonou posturas mais explícitas de aliança e mobilização política no governo civil de Sarney”, conforme comenta Singer (1994: 179). E, reassumiu o tradicional papel de fiscalizadora de governos e instituições que lhe é atribuído em regimes democráticos. “Do ponto de vista da imprensa, a transição tinha encerrado com a entrega do poder aos civis em 1985”.

Para compreender a atitude que se pretendia neutra da grande imprensa na última fase da transição é necessário ter em mente que no país nunca chegou a firmar-se uma imprensa

partidária. Singer (1994: 179) argumenta que “a imprensa brasileira se desenvolveu sob a hegemonia de concepções e métodos empresariais. Visto desde esse ângulo, o fato excepcional é que durante certo período na transição tinha havido por parte de grandes órgãos de comunicação impressa um engajamento parapartidário na luta contra o autoritarismo”.

Uma postura mais neutra, adotada pela imprensa no período do governo Sarney seria uma espécie de volta à normalidade. Sendo assim, a imprensa de início apoiou o projeto de uma abertura “lenta, gradual e segura”, aliando-se a Geisel e se posicionando a serviço do combate à linha dura.

A imprensa do eixo Rio e São Paulo, destacando-se as revistas semanais, *Veja e Istoé*, e os principais jornais de circulação nacional como *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, foi basicamente a que atuou na transição. Esses veículos que formam a imprensa de referência dominante são propriedade de diferentes grupos empresariais privados, voltados para o mercado.

Nenhum deles tem ligações partidárias explícitas. Ainda que a questão das ligações políticas de cada órgão seja motivo de controvérsia no Brasil, todos eles mantêm uma doutrina de apartidarismo e independência editorial. As seis publicações do ponto de vista ideológico são liberais.

*Veja e Istoé* consolidaram-se durante a transição e houve uma grande ascensão da *Folha de S. Paulo* no ranking dos jornais. A *Folha*, durante a transição, passou a ocupar o primeiro lugar em circulação no país.

Pode-se dizer, de um modo geral, que a imprensa de referência dominante apoiou o golpe que instalou o regime militar no país, em 1964. Entretanto, o apoio ao novo regime não durou muito tempo. O extinto *Correio da Manhã*, sediado no Rio de Janeiro, que era na

época um dos principais jornais do Brasil, poucas semanas depois do golpe começava uma campanha contra a violação dos direitos humanos.

Para Weffort (1984: 37), nos embates que precederam o golpe de 1964, o *Estado de S. Paulo* desempenhou algumas das funções essenciais de um partido. “Em 1964, o *Estadão* estava ligado – embora apenas por vínculos de amizade e de opção pessoal de alguns dos seus diretores – à União Democrática Nacional (UDN)”.

Veículos como *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil* aumentaram suas críticas em relação ao governo militar a partir de 1968, quando foi implantada a censura à imprensa e o regime entrou em sua fase mais repressiva. A revista *Veja*, que nasceu nessa época, seguiu os passos dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*.

No período que abrange 1968 a 1973, veículos de comunicação ficaram sob censura direta. Tanto *O Estado de S. Paulo* como *Veja* procuraram exercer resistência aos cortes impostos pelos censores do governo. Esses veículos publicavam no espaço censurado material que advertia ao leitor de que ali deveria conter texto que fora proibido. *O Estado de S. Paulo* começou a publicar trechos das poesias do clássico português Luís de Camões e receitas de cozinha no lugar das notícias censuradas.

Outros órgãos de comunicação, como o *Jornal do Brasil*, ficaram sob censura indireta, o que resultou numa prática de auto-censura, formando uma comunicação através de códigos.

A primeira medida liberalizante, tomada pelo presidente Ernesto Geisel, ao assumir o seu mandato, em 1974, foi a de iniciar um processo de relaxamento da censura, concluído em 1977. Com essa postura, Geisel parece ter ganho o apoio da imprensa de referência dominante. Conforme argumenta o conhecido jornalista que vivenciou o período de

abertura, Cláudio Abramo (1988: 89), “pode-se dizer que, no projeto de abertura, houve um acordo tácito entre os militares e os donos de jornais”.

A *Folha de S. Paulo* teve um importante papel nesse período, abrindo espaço para os opositores do regime militar. Com o surgimento da revista *Istoé* em 1976, foi ampliado o campo de oposição ao regime. Nessa época, a imprensa foi vítima de vários atentados terroristas produzidos pela extrema-direita como reação à abertura. Com o fim do regime militar, a imprensa voltou a ter o papel de aliada estratégica do governo.

Se os grandes protagonistas da imprensa, no período de 1974 a 1978 foram *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Veja*, entre 1979 e 1985, a *Folha de S. Paulo* será a grande estrela. Para Singer (1994: 184) “a *Folha* impôs uma linha de exigências ‘maximalistas’ (eleição presidencial direta em 1985, rejeição ao oposicionista Tancredo Neves por ter sido eleito no Colégio Eleitoral, posição favorável a uma Assembléia Constituinte independente) que deram maior repercussão aos movimentos civis que se opunham à lentíssima transição planejada pelos militares”.

Com tal posicionamento, apesar de ver suas propostas derrotadas, a *Folha de S. Paulo* ganhou muito prestígio e leitores. Sendo assim, o resto da grande imprensa se viu obrigada a seguir os passos da *Folha*. Nesse sentido, a imprensa novamente influenciou o processo de democratização.

Como resultado desse processo, o general João Baptista Figueiredo se viu acuado e foi obrigado a deixar o governo em 1985. Se um político (Sarney) ligado ao regime militar foi quem assumiu o poder, fê-lo apenas por uma fatalidade, já que Tancredo Neves ficou gravemente doente às vésperas da posse. Ainda assim, não foi alterado o caráter oposicionista do novo bloco no governo.

No final de 1983 e início de 1984, a imprensa de referência dominante teve um papel fundamental no processo de aceleração da transição. Nesse período, o grande problema era o de saber se os militares perderiam o controle da transição para movimentos civis redemocratizantes – já que o único momento da transição em que houve mobilização em massa foi o movimento das “Diretas-já”.

A *Folha de S. Paulo* foi quem primeiro percebeu a força desse movimento popular pelas “diretas”, no final de 1983. Desde então passou a ser o porta-voz da reivindicação de eleições presidenciais diretas, adotando uma linha editorial a favor das “Diretas-já”. Conforme escreve Singer (1994: 185), “a decisão da *Folha* naquela altura foi importante para multiplicar uma iniciativa até então marginal no cenário político. Quando, mais tarde, em meio a uma grande mobilização da opinião pública, a decisão mostrou-se acertada, os demais órgãos aderiram à campanha”.

Na primeira fase da transição política, a imprensa foi a grande aliada dos militares aberturistas. Na segunda fase, ela é caracterizada pela aliança feita com setores democráticos da sociedade contra o regime militar.

A terceira e última fase da transição tem início com a posse de José Sarney, em 15 de março de 1985 – um governo civil eleito por via indireta. Com a posse do novo governo acabaram as grandes mobilizações de redemocratização, que marcaram o período anterior. Nesse período a atuação da imprensa é caracterizada por uma aparente neutralidade, na medida em que as novas disputas políticas assumiam cada vez mais o caráter de divergências partidárias. E a imprensa procurou demonstrar que não se comprometia com nenhum partido ou facção.

### **3. 1 – Lula e a mídia**

Como já foi dito neste trabalho, há uma série de conflitos registrados entre a mídia e Lula, com exceção do período em que este atuava como líder do movimento sindical do ABC paulista. Nesse período a imprensa de referência dominante tratava-o com simpatia, mas depois que começa a projetar-se como político, há uma desqualificação constante de sua liderança. Mesmo considerando que a imprensa defende os interesses de classe representados pelos proprietários do jornal, é preciso levar em conta que são os



profissionais, isto é, repórteres, redatores, aqueles que explicitam tais interesses no cotidiano jornalístico.

Por que um líder sindical não poderia aspirar a cargo político? A resposta a essa pergunta nos remete a questões como o preconceito e o estigma que refletem principalmente a cultura da classe média – sendo que a maioria dos jornalistas pertence a tal classe.

Conforme comenta Velho (1997: 44), “em todo e qualquer grupo tribal, tradicional ou moderno, definem-se e classificam-se categorias sociais sejam famílias, clãs, linhagens, classes, grupos de *status* etc. (...)”. Para o autor o fato de um indivíduo ser judeu, católico, cigano, índio, negro, umbandista etc, coloca-o como parte de uma categoria social que dependendo do contexto poderá ser valorizada ou ser objeto de discriminação ou estigmatização.

A grande imprensa atribuiu o massacre de bóias-frias pela Polícia Militar, em Leme (RJ), ao Partido dos Trabalhadores. “Em 1982, quando Lula concorria à sua primeira eleição, como candidato ao governo do Estado de São Paulo, candidatos estaduais do PT foram acusados de terem disparado os tiros que mataram bóias-frias na cidade do Leme, durante uma ação de repressão policial. Foi a própria polícia que atirou”.(KUCINSKI, 2000, p.108-109).

Outros episódios de combate da mídia ao PT, basearam-se em fatos que posteriormente se revelaram infundados como ficou nítido com as notícias que se seguiram a certas coberturas. Um exemplo que demonstra isso claramente foi a acusação de que o partido teria participado do seqüestro do empresário Abílio Diniz, em plenas eleições presidenciais de 1989. Através desses episódios pode-se perceber que existe uma verdadeira batalha entre a grande imprensa e o Partido dos Trabalhadores.

Para Abramo (1997: 307), a grande imprensa continua tendo, em relação ao PT, uma atitude de militância política. “O Partido não é visto como uma realidade a ser descrita e analisada com isenção e eventualmente criticada. Mas como um adversário a ser combatido o tempo todo, mesmo em detrimento da verdade, se necessário. Combatido pelo silêncio, pela omissão, pelo mutismo. Ou pela distorção e pela manipulação”.

Conforme explica Kucinski (1998) “enquanto nas democracias liberais é principalmente por meio da mídia que os protagonistas sociais informam-se e debatem suas idéias, no Brasil a mídia desempenha papel mais ideológico do que informativo”. Ou seja, é mais direcionado à difusão de um consenso previamente acordado com as elites em espaços reservados. Essa função de controle é facilitada pelo monopólio da propriedade pelas elites e por uma cultura jornalística acrítica e autoritária.

Em certas questões favoráveis às elites dominantes, impera uma imposição do consenso – faltando à mídia brasileira reflexão e crítica ao sistema vigente. Kucinski (1998: 6) argumenta que “constrói-se, assim, uma lógica totalitária, na qual o governo não pode errar porque o caminho que escolheu, por definição é o único possível”. É como se o consenso delimitasse o padrão de cobertura jornalística.

A mídia brasileira possui as seguintes características, para Kucinski (1998):

a) Um alto grau de concentração de propriedade dos meios de comunicação, em especial o controle de tipos diferentes de mídia por um mesmo grupo; b) o sinergismo entre os vários tipos de mídia (rádio, televisão e mídia impressa) no plano operacional, sem o que não haveria o predomínio de uma visão em detrimento das demais; c) intensa mediação infra-mídia (...), fenômeno pelo qual jornalistas apóiam-se uns nos outros por medo dos riscos da cobertura individualizada e para adicionar legitimidade aos seus relatos; d) alto grau de promiscuidade entre jornalistas e o *establishment*, incluindo as fontes oficiais, os lobbies dos grupos de pressão, que hoje caracterizam a cena brasileira e as assessorias das grandes empresas. (KUCINSKI, 1998, p.7).

Como essas características podem ser verificadas no processo de construção do ator político? Conforme argumenta Abramo (1997: 326) os grandes órgãos de comunicação

vêm usurpando a função do Estado. “As grandes empresas de comunicação não se contentam em tentar substituir as instituições de ação política. Cada vez mais, pretendem exercer o papel que cabe aos organismos de representação política: partidos, organizações, associações e sindicatos”. Para o autor a imprensa procura apresentar-se como a “verdadeira” intermediação entre a sociedade civil e o Estado, dizendo ao governante o que ele deve fazer para o povo e dizendo ao povo o que ele pode pedir ao governante.

### **3. 2 – As percepções de Lula quanto à mídia**

Circulam no Brasil cinco jornais de referência nacional: *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *O Estado do S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *Gazeta Mercantil*. Desses jornais, a *Gazeta Mercantil* é o único que não é gerido como propriedade familiar. Na opinião de Kucinski (1998: 8) esses diários são criticados por ainda utilizarem os métodos e valores iniciais da colonização brasileira. “Rivalizam entre si, dois a dois, no Rio de Janeiro e em São Paulo, numa representação emblemática das rixas e vendetas típicas da configuração oligárquica da posse da terra”.

Os jornais diários brasileiros somam no total cerca de seis milhões de exemplares em circulação, uma cópia por 26 habitantes, em contraste com uma cópia por quatro habitantes na Grã-Bretanha. E apenas uma média de 40 diários são economicamente independentes. A circulação total dos cinco jornais de referência dominante não chega a dois milhões de exemplares, concentradas nas classes A e B. O país possui mais de cinco mil municípios, centenas de autarquias federais, entretanto, os leitores desses diários, em sua maioria, são os próprios protagonistas das notícias: a elite dirigente.

Como Lula percebe o campo da imprensa de referência dominante no país? De que modo encara o fato de que a maioria do contingente jornalístico o rejeita como ator político? Finalmente, como vê o cenário que legitima e consolida esse estado de coisas?

Desde que Luís Inácio Lula da Silva juntamente com outros líderes sindicais criou o Partido dos Trabalhadores, foram registrados muitos conflitos entre o ator político e a imprensa. Há várias reflexões de Lula sobre essa questão. Quando ele era um líder sindical, recebia um bom tratamento por parte dos jornais e revistas do eixo Rio/São Paulo. Mas a partir do momento em que começa a se organizar politicamente, passa a ser tratado com discriminação por jornalistas e órgãos de comunicação.

As observações de Lula que de algum modo são publicadas revelam sobretudo sua percepção do caráter elitizado da mídia brasileira, e de que tal característica reflete uma sociedade que exclui aqueles que não detêm o poder econômico.

Conforme a percepção de Lula: “antigamente quando você criticava um jornalista por alguma matéria injusta ou equivocada, ele responsabilizava o dono do jornal. Hoje, o que você constata é que não é mais uma coisa só do dono do jornal, é uma coisa que está introjetada no jornalista”. (KUCINSKI, 2000, p. 14). Para o ator político Lula, o jornalista é neoliberal, principalmente o que ganha um bom salário e é incapaz de analisar os fatos sob a ótica do povo.

No livro de Bernardo Kucinski, **As cartas ácidas da campanha eleitoral de Lula de 1998**, Luís Inácio Lula da Silva registra algumas dessas avaliações em relação à grande imprensa. Para ele “(...) os grandes jornais são como agências de notícias, pautam praticamente a imprensa nacional, ou seja, você chega ao Acre e vai dar uma entrevista e o jornalista vem com umas perguntas que seriam feitas pelo Estadão, ou pela *Folha de S. Paulo*, pelo *Jornal do Brasil* ou pelo *O Globo*”. (KUCINSKI, 2000, p. 12).

Lula revela que considera evidente o papel monopolizador da grande imprensa em nível nacional. Como produtores de informação, a imprensa do eixo Rio/São Paulo, formada pelas revistas semanais de informação *Veja e Istoé* e pelos principais jornais de circulação nacional como *O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de S. Paulo e Folha de S.Paulo* constitui fonte geradora de sistemas de representação da realidade.

Esses jornais são lidos diariamente pelos profissionais da imprensa e servem de pauta para outros veículos de comunicação, como o rádio, TV e revistas semanais além de serem utilizados pelas assessorias de imprensa de políticos e empresários. No Brasil, a grande imprensa exerce um papel fundamental na definição da agenda do que é discutido na sociedade. Esse processo inicia-se na mídia impressa, devido ao seu caráter documental.

Para Kucinski (1998: 8) “o processo de definição da agenda (...) funciona de modo a legitimar determinadas discussões e desqualificar outras. É um pré-requisito do processo mais geral de construção do consenso”. O papel da definição da agenda nacional é tão forte na política editorial dos jornais que as manchetes dos principais jornais brasileiros são com grande frequência idênticas.

Lula também manifesta a sua impressão sobre o caráter autoritário do jornalismo que se faz no Brasil: “quando você assiste a um programa de televisão ou ouve o noticiário no rádio, lê um artigo, pode até ter a impressão de que está num país onde a imprensa age democraticamente, onde a imprensa é livre, onde se tem acesso a tudo. Mas infelizmente, não é assim (...)”. (KUCINSKI, 2000, p. 13).

Conforme argumenta Abramo (1997: 326) “a imprensa não se restringe a ‘legislar’, dizendo o que deve ser feito. Diz ainda mais: quando e como as políticas devem ser implantadas (...), como se o executivo fosse dispensável. E vai além: acusa, julga, absolve e

condena autoridades e cidadãos, às vezes com a arrogância e a prepotência de um Poder Judiciário sem controle externo”.

Sobre a questão da mídia às vezes condenar autoridades e cidadãos com a prepotência de um poder judiciário, como argumentou acima Abramo, Lula também faz uma importante reflexão, ressaltando que há uma certa má-fé e muita displicência no jornalismo. “O jornalista tem que ter cuidado, especialmente quando escreve sobre alguém, quando acusa, porque sua responsabilidade é muito grande. É muito fácil lançar uma mancha sobre uma pessoa. Depois não tira mais, porque uma parte da sociedade está predisposta a encampar aquela visão, aquela acusação”. (KUCINSKI, 2000, p. 13). Para o ator político Lula “a mídia não pode acusar nominalmente uma pessoa de praticar um mal, sem ter as provas disso”.

## Capítulo 4

### 4 – As revistas semanais de informação

Baseado na teoria dos periódicos formulada por Borrat, é possível dizer que as revistas semanais são um tipo específico de atores do sistema político brasileiro. Neste trabalho, por intermédio das análises comparativas da atuação das revistas semanais *Veja* e *Istoé*, na apresentação de Luís Inácio Lula da Silva, nos principais episódios de sua trajetória política, foi identificada a maneira como elas participaram do processo de construção do ator político. Ambas “apoiaram” o líder sindical, mas rejeitaram o líder político.

Para Kucinski (1998), nas funções de determinação da agenda e produção do consenso, as semanais de informação atuam como “usinas de uma ideologia” atribuída às classes médias, inclusive no reforço de seus preconceitos. No contexto da mídia nacional, a grande imprensa possui o poder de influenciar e exercer o papel de formadora de opinião da classe média. Mas é provável que as revistas semanais de informação se sobressaiam, dentre a mídia, como as principais “usinas ideológicas” dos conceitos e preconceitos da respectiva classe.

Kucinski (1998: 17) comenta que as revistas semanais “ao contrário do jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores distintos do universo dos protagonistas das notícias e mantêm com esse público fortes laços de lealdade”.

Ao dispor de mais tempo para interpretar o fato, a revista semanal de informação não busca extremos de imparcialidade. *Istoé*, por exemplo, conforme escreve Vilas Boas (1996: 86) “adota em seus textos construções estilísticas menos ousadas do ponto de vista da linguagem, mas de conteúdo fundamentado nos vários testemunhos dos fatos”.

Além de ser visualmente mais sofisticada que o jornal, a revista pode produzir textos mais criativos, com o uso de recursos estilísticos que geralmente são incompatíveis com a celeridade do jornalismo diário. Um mesmo texto pode conter informação, análise, interpretação e ponto de vista. Outro fator a diferencia sobremaneira do jornal, como destaca Vilas Boas, “o de assumir mais declaradamente o papel de formadora de opinião”.

As revistas semanais não têm a pressa da informação para o dia seguinte, como acontece com o jornal, por exemplo. Em notícias de grande repercussão ou nas grandes crises, elas podem se dar ao luxo de abrir mão da cobertura extensiva, pois o jornal e a televisão já estão fazendo isso. As revistas aproveitam esses fatos para buscar outros, a fim de investir num detalhe que passou despercebido, ou seja, elas preenchem os vazios

informativos deixados pelas coberturas de outros meios, pois possuem mais tempo para o aprofundamento das análises de acontecimentos. Portanto, são mais interpretativas e documentais do que os outros veículos.

A narrativa de um texto de revista é também um documento histórico. Pode tornar-se artigo de coleção, bem próxima do livro. Há autores que chegam a exacerbar as características da revista. Scalzo (2003: 14), por exemplo, argumenta que “enquanto o jornal ocupa o espaço público, do cidadão, e o jornalista que escreve em jornal fala sempre com uma platéia heterogênea, muitas vezes sem rosto, a revista entra no espaço privado, na intimidade, na casa dos leitores”.

Na realidade, o que é mais importante e qualquer leitor constata cotidianamente é que a revista, pelo seu formato, talvez, perca mais no ambiente dos seus leitores. Comumente não é descartada de imediato como os jornais.

Para Fausto Neto (1989: 76) “uma das características das estratégias enunciativas construídas pelas revistas, se constitui, por exemplo, na transformação de alguns sujeitos atores em verdadeiras vedetes”. Para isso, os meios de comunicação usam as regras dos chamados olímpicos da indústria cultural, pelo destaque de sua qualidade, de traços de personalidade e gestos singulares.

Outra forma que as diferencia dos jornais é a de preencherem no país uma necessidade relevante de leitura, pela sua longevidade e alcance nacional, principalmente entre as classes médias, que não têm o costume de comprar jornais diários.

Como escreve Kucinski (1998: 33), existem três condições que são responsáveis pela importância das revistas semanais de informação na esfera pública nacional: em primeiro lugar, uma circulação relativamente alta e de caráter nacional – “cerca de 1,1 milhão de exemplares no caso de *Veja* –, sendo cada exemplar lido, em média, por quatro pessoas;



*Istoé* tem mais 330 mil exemplares de circulação (...); em segundo lugar, a durabilidade desse tipo de mídia, que depois de lida vai para as salas de estar dos médicos e dentistas, e para as bibliotecas das escolas, onde são usadas por meses em trabalhos escolares e, em terceiro, uma vitalidade econômica, que as torna relativamente imunes às pressões dos governos.

#### **4.1 – *Veja*, a pioneira**

*Veja* foi a primeira semanal de informação de caráter essencialmente jornalístico que surgiu no Brasil. O seu lançamento aconteceu em 11 de setembro 1968 e foi inspirada no modelo da revista americana *Time*, criada em 1922 por Henry Luce. Até então, prevaleciam no mercado editorial as revistas semanais ilustradas, com fotos enormes e textos mais enxutos.

Um ano antes da publicação de *Veja*, em 1967, saíram nos principais jornais e revistas brasileiros um anúncio com o seguinte título: “Você quer ser jornalista?” A publicidade explicava que a editora Abril estava à procura de pessoas com curso superior e idade inferior a 30 anos para trabalhar como redatores de uma “revista semanal a ser publicada

em breve”. Na época, a regulamentação da profissão ainda não existia, o que ajudou a colocar a idéia em prática.

Como escreve Vilas Boas (1996: 83) “das 1,8 mil pessoas que responderam ao anúncio, 250 foram classificadas. Durante seis meses fizeram um curso teórico-prático. No corte final, 50 foram aproveitadas por *Veja* e, dentre estas, algumas foram enviadas para sucursais em outros estados”. O grupo de profissionais contratados, em sua maioria vindos da imprensa diária, tiveram dificuldades de adaptação à produção do estilo pretendido pelos dirigentes da revista.

Souza, *apud* Vilas Boas (1996: 83) relata que o produto *Veja*, de início, não vendeu. “A revista era complicada demais, tinha texto demais e era um texto difícil de ler. (...) Então tínhamos que aprender a fazê-la, aprender a torná-la mais atraente. Era como construir uma carroceria com o caminhão andando”.

Em meados da década de 70, iniciou-se na revista *Veja* uma tendência à padronização, efetivada anos depois. Conforme argumenta Vilas Boas (1986: 34) “era como se a revista tivesse sido feita, do princípio ao fim, pela mesma pessoa. Nesse período não havia o espaço que há hoje para o texto mais autoral”.

Do ponto de vista da empresa, a revista é ainda mais representativa em relação à tiragem – é a quarta maior revista semanal do mundo. Ela só é superada pelas americanas *Time*, *Newsweek* e *U. S. News and World Report*. Como explica Gabriela Sandoval, responsável pelo setor de Atendimento ao leitor, a tiragem semanal da revista em média é de 1.250.000 exemplares e tende para uma linha de pensamento neoliberal, dirigindo-se essencialmente ao público de classe média.

A publicação possui uma carteira de 940 mil assinantes, constituída basicamente pela classe mencionada. Em relação aos leitores de *Veja*, 52% são mulheres; 68% (3.415.000)

dos leitores pertencem às classes A e B; 47% têm entre 20 e 39 anos; 55% possuem nível superior; 80% dos leitores têm casa própria; 80% possuem automóvel em casa; 51% têm TV a cabo e 28% costumam correr ou andar.

*Veja* se destaca como uma revista de referência em sua categoria, em nível nacional. O conteúdo de suas matérias atinge um universo ainda maior de leitores, que entram em contato com o veículo em escolas, consultórios médicos, etc. Conforme comenta Vilas Boas (1996: 81) “em *Veja* encontramos, de modo mais marcante, o que Muniz Sodré considera a chave para o entendimento dos padrões editoriais do jornalismo de revista: sensação, sucesso e relaxamento”.

A revista possui em seu quadro a colaboração de articulistas fixos como o economista Cláudio de Moura Castro, o historiador e administrador Stephen Kanitz e a escritora Lya Luft que se revezam na coluna Ponto de vista. O economista Gustavo Franco e o cientista político Sérgio Abranches, que se alternam na coluna Em foco. Diogo Mainardi tem uma coluna semanal com o seu nome, no caderno Artes e espetáculos. A coluna Ensaio encerra a revista e é assinada pelo jornalista Roberto Pompeu de Toledo, editor especial. Portanto, é razoável supor que seja notável a influência que essa revista exerce sobre a formação da opinião na classe média brasileira.

Seu poder de manipulação pode ser constatado em momentos-chave da política do Brasil, como vem sendo apontado por vários estudiosos. Kucinski, por exemplo, registrou que *Veja* foi fundamental na disseminação do medo da classe média ante uma possível vitória de Lula. A ironia é que a mesma publicação foi fundamental no incremento do debate público que culminou no processo do *impeachment* de Collor, adversário vencedor de Lula nas eleições de 1989.

Um das explicações como lembra o próprio Kucinski é que Collor cometeu na época, o crime capital de ter confiscado as poupanças dessa mesma classe média. E, mais do que isso, o pesquisador acha que na queda de Collor, o processo foi conduzido essencialmente pela revista semanal *Veja*, sem esquecer da participação de *Istoé*.

## **4. 2 – O surgimento da revista *Istoé***

*Istoé* é o carro-chefe da Editora Três – um dos maiores grupos editoriais de revistas do Brasil. Sua edição de estréia aconteceu em maio de 1976. Para concorrer com o modelo padronizado de *Veja*, a revista investiu na personalização dos textos, trazendo em suas páginas um grande número de matérias assinadas. Sem prender-se a uma unidade de estilo, identificava os autores de seus textos – foi o primeiro semanário de autor do Brasil.

Inicialmente, a publicação era mensal – trazia matérias econômicas, entrevistas, notícias internacionais, cultura e análise de comportamento. *Istoé* oferecia aos leitores uma profunda análise do momento pelo qual passava o país. O Brasil vivia o 12º aniversário da

ditadura militar. A revista teve sua publicação mensal até março de 1977. Em seu décimo número passou a ser semanal, permanecendo assim até a conclusão deste estudo.

O jornalista italiano Mino Carta, que também fora o primeiro editor de *Veja*, ocupava o cargo de editor-chefe da revista. A redação era formada pelos jornalistas Armando Salem, Fernando Sandoval e Tão Gomes Pinto, além de diversos colaboradores.

As matérias de *Istoé*, no início, se diferenciavam daquelas publicadas por *Veja* pela forma mais profunda com que eram tratados os assuntos, aproximando-se mais da linguagem científica. A presença da produção acadêmica na revista, desde o seu primeiro número, foi muito além da colaboração convencional.

Foi uma presença sistemática, em muitos campos e temas onde não era, dado o momento histórico, pertinente transitarem acadêmicos. O país vivia a transição política, o caminho para a redemocratização, que deveria ser “lenta, gradual e segura, nas palavras do então general presidente Ernesto Geisel, que governou o Brasil, de 1974 a 1979.

Durante os anos do Ato Institucional nº 5, 1968-1979, tanto a imprensa como a universidade estiveram submetidas à repressão, no caso da primeira, particularmente à censura. E na realidade, a questão era geral, sendo que o jeito de continuar escrevendo e pesquisando foi desenvolver uma linguagem codificada, que não despertasse os censores daquele período.

Novas possibilidades se abriram para que a linguagem codificada pouco a pouco fosse abandonada. E a revista contribuiu para que se reaprendesse o que havia sido a norma em outros períodos da vida política brasileira: a livre e insistente intervenção dos intelectuais no debate público através da imprensa.

*Istoé* foi pioneira no país a constatar o novo sindicalismo – um fenômeno que trazia um interesse inédito para o esgotado e monótono discurso político nacional, mesmo depois da volta dos anistiados e da reforma partidária.

De acordo com M. Goreti de Queirós, responsável pelo setor de Atendimento ao leitor, no início da década de 1980, nas mãos de outros editores, *Istoé* perdeu em parte sua combatividade. Enquanto isso, a Editora Três transformava o mensário *Senhor* em semanário de política e economia. Adquirida da Carta Editorial, a revista *Senhor Vogue* teve seu primeiro exemplar em abril de 1978. Em setembro de 1981, já em poder da Editora Três, tornou-se simplesmente *Senhor*. Com a redação composta por Nei Carvalho, Joaquim Rodrigues Matias, Celso Ramaglio, a revista passou a veicular reportagens essencialmente econômicas.

Em julho de 1988, a Editora Três recuperou a marca *Istoé*, e ocorreu então a fusão entre a tiragem razoável desta e o prestígio da revista *Senhor*. Surgiu, desse modo, *Istoésenhor*, que em quatro anos triplicou a tiragem e o faturamento publicitário. Investigativa e analítica, ela entrou em campo como uma revista de interesse geral e de espírito crítico. Mostrou-se atenta sobretudo aos movimentos do poder e exerceu sobre ele a marcação que compete ao exercício do bom jornalismo.

*Istoésenhor* iniciou a sua circulação no período de transição política. Nessa época, a redação era formada pelo editor-chefe Mino Carta e pelos jornalistas Nelson Letaif, Antônio Carlos Prado, Bob Fernandes, Carlos José Marques, Francisco Viana, entre outros. Dentre os destaques da atuação da revista, está a sua contribuição de forma decisiva na apuração dos fatos que levaram ao *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello, aprovado em 29 de setembro de 1992 com a votação da Câmara e consumada a decisão, exatamente dois meses depois, pelo Senado, em 29 de dezembro.

Em 1º de julho daquele ano, *Istoé* publicou, com exclusividade, uma entrevista, com Francisco Eriberto França, motorista do então presidente, depoimento fundamental para comprovação dos fatos denunciados e até então sem provas testemunhais ou documentais.

Em 21 de abril do ano seguinte, a revista passa por uma reformulação editorial. A inovação prioriza três grandes blocos de informações: notícias da semana, as reportagens que tratam de temas nacionais e internacionais com maior profundidade e, por último, a crítica cultural e artística.

Na primeira semana de agosto, ainda em 1993, Mino Carta, diretor de redação de *Istoé*, deixa a revista.

No primeiro semestre de 1996, *Istoé* passa por outra reestruturação, o diretor executivo Hélio Campos Mello é nomeado o novo diretor de redação. E, sob sua direção, em 2001, a revista protagonizou momentos importantes na história política contemporânea do Brasil. Publicou transcrições de fitas gravadas em um encontro entre o senador Antônio Carlos Magalhães e os procuradores da República.

A consequência desse encontro provocou a renúncia do político conservador baiano, um dos homens mais poderosos do país. Marcou o que parecia ser o fim de uma era, de alguém que reinou durante décadas com astúcia e truculência, e saiu do Senado pela porta dos fundos, mas, o recurso da renúncia, permitiu que voltasse nas eleições seguintes pelo voto do seu Estado.

No momento em que se realiza este estudo, *Istoé* propagandeia que se transformou na sétima maior revista semanal de informação do mundo em tiragem. Mas também comemora o reconhecimento no campo editorial, já que, segundo M. Goreti de Queirós, por duas vezes consecutivas, 1994 e 1995, recebeu o Prêmio Caboré, por ter sido considerada o Veículo de Comunicação do ano no Brasil.

Neste mesmo momento, o diretor de redação atual é Hélio Campos Mello. As editorias da revista estão divididas em: Brasil e Política, Economia Negócios, Internacional, Saúde e Comportamento, *Istoé* Cidadania, Artes e Espetáculos, A semana e Ciência e Tecnologia. Cada editoria conta com um editor responsável e um número de repórteres a ele subordinado.

### **4.3 – *Veja* e o ator político Lula**

Nesta parte examina-se como foi o processo de construção do ator político Lula, em *Veja*, procurando identificar estratégias e atitudes às quais a revista lançou mão nessa operação de produção de significados, no âmbito do espaço público discursivo.

Como se trata de uma pesquisa do tipo “análise de avaliação” foram selecionados os exemplares da revista, que abordaram cada episódio específico da trajetória política de Lula, ao longo de três décadas, buscando compreender, através da descrição e análise das matérias publicadas, o modo como ela contribuiu para a construção da identidade desse ator político.



No período que abrange a liderança operária de Lula, 1978-1980, foram analisadas as edições que abordam sua atuação no movimento sindical de São Bernardo do Campo e Diadema. Um dos critérios utilizados para a escolha das publicações foram as matérias de capa de *Veja*.

A década de 80 foi muito importante para este ator político, como já foi mencionado. Nessa época ocorreu a sua prisão e também foi criado o Partido dos Trabalhadores. No período em que concorreu às eleições para o governo do Estado de São Paulo, em 1982, e posteriormente, no ano de 1986, para deputado federal, foi constatado que *Veja*, deu pouca cobertura a tais episódios. Quanto às candidaturas de Lula à presidência em 1989, 1994, 1998 e 2002, foram selecionadas as edições a partir de junho, mês, no qual é de fato oficializado as campanhas eleitorais.

O episódio das greves do ABC paulista, no período de 1978 a 1980, foi muito importante no contexto político brasileiro. O país vivia a transição do autoritarismo para a democracia.

Durante a primeira greve dos metalúrgicos, em 1978, a censura aos meios de comunicação ainda persistia, através do Ato Institucional nº 5 – que desde 13 de dezembro de 1968, sob o regime do então presidente general Artur da Costa e Silva, havia entrado em vigor. Ao contrário dos atos institucionais anteriores, este não tinha prazo para expirar e durou até o início de 1979.

Importantes órgãos da imprensa, como o jornal *O Estado de S. Paulo* e inclusive a revista *Veja*, ficaram sujeitos à censura prévia, ou seja, isto significava que seus textos deveriam passar por um censor do Exército.

A edição da revista de 24/05/78, páginas 91-95, na matéria “A primeira grande greve”, *Veja* relata que o movimento afetou mais de duas dezenas de empresas, inclusive

com paralisações totais. Em relação à censura, o semanário se refere aos telefonemas dados pelo Departamento de Polícia Federal às rádios e televisões do país proibindo a divulgação de qualquer notícia sobre as greves.

O semanário deu uma cobertura relativamente grande a Luís Inácio da Silva. Com um quadro intitulado: “A semana mais agitada na vida de Lula” – há uma descrição em, que a revista procura obter, como efeito de linguagem, a impressão de que está traçando um perfil psicológico do líder sindical. Vale a pena observar a escolha de adjetivos e advérbios, cujo teor de sentido pintam um quadro de uma pessoa primitiva, grosseira, repulsiva, enfim:

Olhos vermelhos, denotando poucas horas de sono, barba por fazer, sem tempo para trocar de camisa, Lula deixou a *Scania*, na manhã de terça-feira, com metade do primeiro dos dois maços de *Hollywood* que fuma por dia e com uma quase incontrolável emoção. “Quando 2000 operários levantaram a mão, aceitando a intermediação do sindicato e suspendendo a greve até sexta-feira, vivi o momento mais feliz de minha vida”, contou ele. (...) Lula estava faminto e irritado. “Os patrões estão irredutíveis. (...)”, esbravejou.

Apoio de fato – Lula começava a experimentar uma sensação de angústia que não o abandonaria até o final de semana. Diante do mau resultado, do primeiro encontro, ele passou a temer tanto violências contra os companheiros como o espectro da derrota.

(...) No sindicato a confusão era completa. As conversas e os telefonemas se confundiam com boatos de depreciações, atentados e violências nas fábricas ou de iminentes intervenções no sindicato. Entre xícaras e xícaras de chá e café, servidas a cada 5 minutos, Lula despejava sonoros palavrões como respostas aos boatos sempre desmentidos.

(...) No meio tempo, choviam telefonemas de solidariedade. Com dois deles, vindos de outros Estados, Lula sensibilizou-se. (...) E, já num tom de aberto desabafo, deixava escapar outros temores.

(...) Em casa, a inquietação não era menor. A mulher de Lula (...) passou por um momento de pânico (...). Um carro parou em frente ao portão e um dos ocupantes tocou insistentemente a campainha. (...) Não passava de mais um repórter em busca de declarações exclusivas. Na saída da reunião da DRT, acossado pelos repórteres, Lula atravessou a sala direto em direção ao banheiro. “Pêra aí”, berrou ele, abrindo caminho. “Eu não uso calça plástica”. (*Veja*, 24 maio 1978, p. 92-93: A primeira grande greve).

Atente-se para expressões como: “olhos vermelhos”, “denotando poucas horas de sono”, “dois maços de Hollywood que fuma por dia”, “uma incontrolável emoção”,

“faminto e irritado”, “esbravejou”, “sensação de angústia”, “despejava sonoros palavrões”, “sensibilizou-se”, “deixava escapar outros temores”, “berrou”. Para reforçar o perfil negativo *Veja* destaca na matéria, erros gramaticais, cometidos ou supostamente cometidos por Lula.

A capa da revista da edição seguinte, de 31 de maio de 1978, ilustra um operário de braços cruzados, com a manchete: “A agonia da lei de greve”. Esta se refere à lei de greve nº 4330, em vigor desde junho de 1964. Embora reconhecido pela Constituição, o exercício do direito de greve deveria obedecer a um longo ritual burocrático, conforme explica a lei nº 4330, para ser admitido como legítimo. E, ainda, não se admitia greve por motivos políticos ou de solidariedade. Ou seja, esta lei ficava restrita, na prática, a casos especialíssimos ou óbvios.

Nessa mesma edição, na matéria, p. 68-73, cujo título, “Em paz, mas em greve”, a revista destaca uma frase de Lula: “Essa 4330 já era”, referindo-se à lei de greve em vigor desde 1964. O semanário elogia o presidente dos sindicatos dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema, Luis Inácio da Silva, ressaltando qualidades como: “bem informado” e “hábil”. Percebe-se pela narrativa do veículo, uma certa simpatia por Lula, talvez pela contribuição que a sua corajosa liderança trouxe naquele momento histórico da política nacional, caracterizado pelo autoritarismo e repressão.

“O fim de um vôo cego – Uma greve de 18 dias custou ao ABC cerca de 20 bilhões de cruzeiros, e ao movimento sindical a carreira de Lula, o seu mais famoso líder”, anunciava a matéria de *Veja* de 23 de abril de 1980, p. 20-23. Nessa reportagem o semanário evidencia as intenções de Lula em galgar novos degraus na política, ao fazer um balanço dos três anos de sindicância do líder operário, em um box, com um sugestivo título: “Da fábrica à chefia do PT”, ou seja, fica evidenciado pela revista que Lula é um operário-

chefe, mas não um presidente. *Veja* narra as mudanças ocorridas com Lula desde a primeira greve, em março de 1978.

Percebe-se uma certa ironia, no texto da revista, ao se referir ao Lula da primeira greve em 78, que desconfiava de políticos e intelectuais, não queria estudantes em assembleias operárias, recusava alianças com a Igreja e acreditava que “a solução dos problemas do trabalhador não estava nos partidos, mas em sua própria classe”. No entanto, após três anos e três greves, segundo a revista, “mais gordo”, Lula mudou. Passou a ser a estrela-guia do Partido dos Trabalhadores, o PT.

E, sarcasticamente a revista define como é formado o PT: “um conglomerado de sindicalistas de esquerda, alguns poucos parlamentares, grupos fundados por universitários e padres de linhagem radical”. *Veja* deixa de informar a seus leitores que o Partido dos Trabalhadores tem em seus membros importantes intelectuais reconhecidos do porte, por exemplo, dos professores Antônio Cândido e Marilena Chauí, respectivamente sociólogo e crítico de literatura e filósofa. Ambos são membros fundadores do partido.

Ao referir-se “a padres de linhagem radical”, a revista também omite e distorce os dados, ignorando a presença no PT de filiados tipo o teólogo Leonardo Boff. E também outras figuras emblemáticas com reconhecimento internacional por se destacarem como ativistas de direitos humanos, como o já falecido, Dom Helder Câmara, que reconheceram a existência do PT como importante instituição em favor da emancipação social.

Enfim, a matéria vai transcorrendo, “num clima” de enganou-se quem pensava que Lula iria cumprir a promessa feita em 1978, que ao encerrar o seu mandato de dirigente sindical, iria voltar para a Villares. Ela cita o *Jornal do Brasil*, que acusou Lula, em editorial, de liderar uma “sedição sindical”.

O texto finaliza narrando que resta a Lula o PT, pois certamente o partido o terá como um forte candidato a deputado federal, em 1982. E, com um distanciamento irônico destaca que para sobreviver no Congresso, Luís Inácio da Silva terá de revelar qualidades políticas que ainda não mostrou – “a julgar pelos rumos desastrosos da greve dos metalúrgicos de 1980”.

A primeira tentativa eleitoral de Lula, deu-se em 1982, para o governo do Estado de São Paulo. O ex-líder metalúrgico acabara de trocar o sindicalismo pela política. O orçamento da campanha petista de tão apertado, fazia com que as viagens fossem feitas de ônibus e o candidato se via obrigado a dormir em colchonetes espalhados nas casas de militantes.

Entretanto, Lula possuía três trunfos que o faziam apostar numa votação encorajadora: liderava um partido que representava a grande novidade do cenário político brasileiro, contava com o apoio dos trabalhadores, de setores da Igreja progressista e era respeitado por vários intelectuais, como o sociólogo Fernando Henrique Cardoso e o professor Antônio Candido, um dos críticos literários mais renomados do país.

E, apesar de não ter sido eleito, ficando em quarto lugar, com 11% nas urnas, recebeu 1.144.648 votos. Na edição de *Veja* de 25 de agosto de 1982, p. 23-24, a matéria com o título “O salto de Montoro”, se refere ao ator político Lula da seguinte maneira: “(...) Lentamente, Lula começa a fazer ajustes de imagem que podem torná-lo menos assustador aos olhos do eleitorado mais conservador. Por exemplo, abandonou o boné negro que lhe outorgava um ar de estivador de cais nos filmes americanos. Se passar a usar ternos, ganhará eleitores”.

É perceptível o tom sarcástico e irônico com que Lula é tratado pela revista. Expressões usadas no texto como, “menos assustador”, o “boné negro que lhe outorgava

um ar de estivador de cais”, denotam desprezo e desrespeito. Ao escrever “ar de estivador”, estaria *Veja* intencionada em relembrar ao leitor as origens humildes de Lula? Quando seu pai, Aristides Inácio da Silva, migrou para Santos (SP), tinha como profissão a de estivador. A revista também poderia estar enfatizando a característica de ex-trabalhador braçal em Lula, ou seja, ele “serve” para trabalhar com a força física, mas não para atuar no campo do exercício intelectual. Percebe-se, através dessa matéria, que *Veja* adota um padrão de abordagem do líder petista que revela uma decisão de ignorá-lo, simplesmente, como um personagem da história política contemporânea brasileira.

A edição de *Veja*, 26/11/86, veiculou uma matéria sobre as eleições de 1986, p. 53-63, com o título “As regras do jogo”. Na reportagem de oito páginas, Lula foi pouco mencionado. É citado como o deputado mais votado, entre os sindicalistas.

A eleição presidencial de 1989 foi muito importante na história política do país. Ela se destacou como a primeira pelo voto direto, desde 1960. E também a primeira realizada depois de trinta anos de ditadura militar – período caracterizado pela repressão política em que os brasileiros foram impedidos de exercer a sua cidadania. Surgiam novos partidos políticos, renovando o antigo quadro – que era representado pelo Movimento Democrático Brasileiro – MDB e a Aliança Renovadora Nacional, Arena. O Partido dos Trabalhadores havia decidido lançar Luís Inácio Lula da Silva candidato à presidência da República.

Em 1989, o país vivia um processo de transição econômica e política. A população desejava o fim da corrupção e uma mudança na distribuição de renda no Brasil. Num clima de ruptura com o antigo, a eleição de 1989 se revelava como um salto inicial na vida política brasileira rumo à redemocratização.

No pleito de 1989, Luís Inácio Lula da Silva, é apontado diversas vezes por *Veja* como despreparado e ignorante. As propostas políticas do petista são desqualificadas, sendo alegadas como ilógicas e desconexas.

Assim, em *Veja* de 6 de setembro de 1989, na reportagem de capa, intitulada “Um operário vai à luta”, o programa de governo do candidato petista é apresentado como um projeto irracional.

Nexo, lógica e razão – (...) Pode-se demonstrar, com clareza, que o programa do candidato operário não passa de um projeto irracional, porque planeja elevar os salários à margem do mercado, desconexo, pois quer reduzir os gastos do governo sem medir as consequências de uma quebra na taxa de juros, e ilógico, pois sua inspiração em matéria de dívida externa vem do mesmo governo Sarney que o PT tanto gosta de atacar. A dificuldade, nessa questão, é que existem outros candidatos na campanha que possuem propostas racionais, que fazem nexo e são muito lógicas. Ocorre que também elas já foram testadas, tanto por este governo como por seus antecessores, e também contribuíram para levar o país para o buraco. (*Veja*, 6 de set. 1989, p. 39).

A matéria aborda explicitamente e também de forma indireta, a falta de um diploma universitário do candidato do PT, como uma deficiência que o incapacita definitivamente para o cargo de Presidente do Brasil, como se um título de especialista fosse credencial indispensável para ocupar tal cargo.

A publicação de *Veja* de 15 de novembro de 1989, em “PRN – Na porta de entrada”, destaca no candidato Fernando Collor de Melo qualidades de liderança até mesmo em seu discurso “apolítico”, ressaltando que “ele subiu sozinho os primeiros degraus das pesquisas”. A revista enfatiza prefixos que realçariam a força do “cruzado” que vai banindo o mal por onde passa.

Além desse reforço material, em dinheiro e aeronaves, Collor foi apontado como o grande protegido da Rede Globo nessas eleições. Jatinhos e cobertura da televisão não atrapalham ninguém, mas é preciso lembrar que todas as apostas em Collor só começaram depois que ele subiu sozinho os primeiros degraus das pesquisas, auxiliado apenas por sua cruzada antimarajá, seu discurso anti-Sarney e sua pregação antipolíticos. Seria ajudado, nessa fase da corrida pelos votos, por aquilo que muitos eleitores definiram como um toque de sinceridade no candidato. Collor dizia também ao eleitorado que era um candidato sem

compromissos com o poder e com o dinheiro. (Veja, 15 nov. 1989, p. 53: PRN – Na porta de entrada).

(...) Fernando Collor de Melo, a bordo de sua invenção batizada como PRN e sem nenhum suporte dos partidos tradicionais, que ele ajudou a destroçar em sua subida, entra na reta final como o favorito das eleições. (...) Há três anos, era um político inteiramente desconhecido e, mesmo eleito governador, tornou-se gerente de um Estado inexpressivo na orquestra federal. Com sua campanha contra os marajás em Alagoas e uma briga a cada mês com o governo do presidente José Sarney, isso tudo misturado com arrojo e uma sensibilidade política apurada – só isso –, Collor de Melo conseguiu conquistar o eleitorado brasileiro. (Veja, 15 nov. 1989, p. 50: PRN – Na porta de entrada)

Observa-se na escolha do vocabulário e no arranjo textual, um tom entusiástico ao falar de Collor, o que demonstra um apoio explícito ao candidato oponente de Lula. O texto apresenta Collor nos moldes dos personagens das Novelas de Cavalaria: cavaleiro cruzado, bravo, valente e confiante na sua missão salvadora!

A revista procura mostrar como o Lula radical, representante da classe trabalhadora, seria “implacável” com a elite financeira, caso se elegeesse à presidente da República.

Lula também promete assustar muitos endinheirados que gostam de sonegar impostos ou apreciam a especulação financeira. “Seremos implacáveis com esses”, diz ele. Pode-se supor que há uma grande fantasia moralizante nessas ameaças, mas a verdade é que o PT deverá fazer a anatomia das camadas dirigentes do país, para se colocar na `posição do menino pobre contra o menino rico`. Em resposta, Collor levantará a bola e manterá a discussão acesa, com um coquetel de críticas às administrações petistas e às idéias do próprio Lula, que deverão ser apresentadas como manifestações do atraso e de tudo aquilo que não dá certo, em comparação ao seu próprio modernismo social-democrata. Com risco de cansar os espectadores pela repetição, Collor continuará a empinar a caça aos marajás e a malhar o presidente José Sarney. O segundo round da briga promete. (Veja, 15 nov. 1989, p. 50: PRN – Na porta de entrada).

Constata-se, em várias matérias de *Veja*, referentes à campanha de 1989, que o semanário confronta um Lula arcaico, “perigoso”, comunista a um Collor moderno, caçador de marajás. Conforme argumenta Aguiar (1995: 185-186), a imagem do candidato Fernando Collor de Mello foi construída por *Veja* como o “salvador da pátria”. Para a autora, “o que a revista disse, principalmente, por meio de imagens visuais, ensaístas,



colunistas e editorialistas disseram verbalmente, apelando, principalmente, para uma vinculação entre a figura do candidato e uma suposta idéia de modernidade. Collor era o herói salvador que tinha o poder de implantar a modernidade”.

“Agora, o combate que decide a sorte do Brasil – Presidente Collor ou presidente Lula”, anunciava a capa de *Veja*, veiculada em de 22 de novembro de 1989. A matéria de capa, cujo título, “A briga pela faixa”, com a seguinte frase de apoio, “No confronto final, o metalúrgico Lula e o ex-governador Collor terão de mostrar ao eleitor quem é o verdadeiro candidato do não”, apresentou uma definição de Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Melo, confrontando o “metalúrgico” e o “ex-governador”. Nela, há uma foto de Collor com a legenda:

A força do primeiro lugar. Collor tem formação universitária, teve pai senador – o alagoano Arnon de Mello – e já foi prefeito biônico da extinta Arena, deputado do PDS e governador pelo PMDB. Rejeitado pelo partido, contudo, construiu sua campanha praticamente sozinho, montado numa legenda alugada, pregando uma caçada aos marajás, martelando os políticos tradicionais e o governo do presidente Sarney. Ganhou disparado. (*Veja*, 22 de nov. 1989, p. 48: A briga pela faixa).

A legenda com a foto de Lula, possui a seguinte descrição:

A força do segundo lugar. Lula foi retirante nordestino, seu diploma é de madureza ginasial, trabalhou como torneiro mecânico e começou na política como sindicalista no ABC paulista. Apesar das críticas à gestão do PT nas prefeituras que ganhou no passado, ele ainda simboliza o protesto contra tudo o que está aí, fez uma campanha apoiado na militância ativa dos partidos de esquerda que o apóiam e conseguiu tirar a segunda vaga de um político tradicional, o gaúcho Leonel Brizola. (*Veja*, 22 de nov. 1989, p. 49: A briga pela faixa)

Nessa mesma edição da revista, em “Segundo lugar – A arrancada de Lula”, a matéria ressalta na página 54, que caso o “torneiro-mecânico” seja o sucessor do presidente José Sarney, provocaria uma reviravolta sem precedentes nos costumes políticos nacionais. E, faz uma abordagem explicitamente preconceituosa na abordagem do petista, quanto à sua origem humilde e à sua escolaridade: “(...) Agora, se levar a melhor sobre o seu adversário no segundo turno das eleições, o primeiro colocado Fernando Collor, pode

acontecer de os maiores empresários do país serem obrigados a marcar audiência para serem recebidos no 3º andar do Planalto por um operário barbudo, que fala português errado e não tem o dedo mínimo da mão esquerda”.

Também na referida matéria, com o entretítulo, ‘hora do voto – Lula em 15 de novembro: glória em Pernambuco e desgraça nas prefeituras do PT’. “Vamos fazer uma revolução pelo voto”, incita ao longo do texto o medo na classe média:

Uma boa fatia da classe média também vê em Lula aquele sinal de que as coisas podem ficar ainda piores do que já estão e que seu padrão de vida será arrojado. Por fim, muitos brasileiros pobres acham que um político como Lula pode acabar criando uma grande confusão no país – e, em sua sábia percepção, para não falar em sua experiência, eles sabem que as confusões sempre acabam caindo na cabeça de quem é pobre. (*Veja*, 22 nov. 1989, p. 55).

No pleito de 1989, pode-se observar através das matérias de *Veja* o recurso de prognosticar uma vulnerabilidade do PT, diante de possíveis crises. Há também uma evocação do risco da ingovernabilidade e da violência no caso de uma eventual vitória de Lula, através de associações do Partido dos Trabalhadores com badernas, invasões do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (MST) e guerrilhas.

*Veja*, de 29 de novembro de 1989, dedica a sua capa a Lula. A manchete diz: “Lula e o capitalismo, as mudanças que o PT promete dividem o Brasil”. O fundo da capa é negro, a foto mostra um Lula sério, com as mãos cruzadas. Numa tarja vermelha em cima, no canto esquerdo da capa, lê-se: “Tensão em Porto Alegre. Feridos e lojas depredadas numa tarde de violência”.

Para Emiliano José (1996: 29), esta edição de *Veja* talvez seja uma das mais ricas para se evidenciar o caráter partidário da imprensa. A sugestiva capa dessa edição, conforme analisa o estudioso, pode ser associada a um Brasil de luto – devido ao fundo preto. Quanto à tarja vermelha, é possível ser remetida ao comunismo. E a violência em

Porto Alegre – “com a eventual ascensão daquele temido sujeito cujas propostas de mudança dividem o Brasil”.

A matéria de capa, “A hipótese de Lula”, comenta que o petista divide o eleitorado com suas propostas econômicas e acende uma discussão sobre os rumos e riscos do capitalismo no Brasil. Para a revista, o candidato operário seria uma “grande e nervosa novidade”. Essa classificação evidencia a parcialidade com que a publicação conduziu a matéria. Ela faz projeções e descrições negativas em relação aos projetos e expectativas políticas e sociais com uma possível vitória de Lula. No *lead* da matéria, pode-se ler:

Desde terça-feira da semana passada, quando o TSE anunciou oficialmente o nome dos dois vencedores de 15 de novembro, o país convive com uma grande e nervosa novidade – a hipótese de que o candidato operário Luís Inácio Lula da Silva, do PT, consiga promover uma virada nas últimas três semanas da campanha, derrote Fernando Collor de Mello na eleição decisiva de 17 de dezembro e se torne o 41º presidente da República. (*Veja*, 29 nov. 1989, p. 52)

Ainda nessa mesma matéria, há um box, na página 53, com o título, “Os empresários e o PT”, e a seguinte frase: “A hipótese de Lula vir a se tornar o presidente do Brasil provoca a apreensão na maioria dos homens de negócios”. São destacados temores de tais homens, em vários setores, como comércio, indústria, multinacionais, bancos e agropecuária.

O Partido dos Trabalhadores é descrito como uma legenda em que “(...) se abrigam sindicalistas com variados graus de agressividade, líderes grevistas e seitas esquerdistas que adoram fazer elogios ao sandinismo da Nicarágua, ao comunismo cubano de Fidel Castro e à luta de classes (...)”. (*Veja*, 29 nov.1989, p.52).

É importante também destacar a forma como o semanário identifica Luis Inácio Lula da Silva – um operário, sem curso superior, confrontando-o com Fernando Collor de

Melo, segundo a versão da revista, preparado politicamente e moderno. O candidato petista é apresentado, como arcaico e retrógrado, mesmo em seu aspecto físico:

“Barba – (...) Na fisionomia, o candidato Luís Inácio Lula da Silva só guarda algum traço semelhante com os dos presidentes do início do século – a exemplo de Rodrigues Alves, que tinha um bem aparado cavanhaque, Lula tem barba”. (*Veja*, 29 nov. 1989 p. 53).

Esse exemplar de *Veja* deixa inscrito sua rejeição a Lula. E o faz explicitando motivos para o leitor/eleitor sentir medo e insegurança em relação ao então candidato do PT. A narrativa do semanário revela temores diante da eleição presidencial de 1989, caso Lula seja o vitorioso. E constrói uma identidade deste ator político através de uma abordagem estereotipada. Ele é apontado como despreparado e ignorante pela revista. Além de *Veja* desqualificar suas propostas, alegando falta de lógica e razão em relação às mesmas.

Na edição que antecede a eleição, 13 de dezembro de 1989, *Veja* apresenta “Cenas secretas”, como título da matéria sobre o debate entre os dois candidatos Fernando Collor de Melo, do PRN, e Luís Inácio Lula da Silva, do PT, exibido no dia 3 de dezembro pelas quatro principais redes de televisão do país.

Um trecho da reportagem analisa como foi o desempenho de Collor no debate em relação ao vocabulário: “Como Lula, Collor também cometeu erros gramaticais. Ocorre que suas falhas são as mesmas de pessoas que possuem diploma universitário, e por esse motivo acabaram passando em branco, garantindo que o candidato fosse poupado de piadas, obrigatórias quando se trata dos discursos de seu adversário”. (*Veja*, 13 dez. 1989, p. 55: Cenas secretas)

Nessa publicação, além de reforçar o preconceito no leitor/eleitor devido à falta de estudo de Lula, persiste também a característica ideológica do semanário, com relação à

difusão do medo e insegurança quanto a uma eventual vitória do líder petista. Pode-se observar que o título da matéria de primeira página faz referência a termos da simbologia do campo militar: “Batalha final para mudar o Brasil – o que pode ocorrer no país com Lula e Collor”.

No pleito seguinte, em 1994, a disputa eleitoral, ocorreu num contexto nacional, em que a sociedade necessitava de mudanças que levassem o país a sair da crise que existia, desde o período de combate contra a ditadura, que originou o surgimento de algumas organizações populares, como o PT e a CUT.

Ainda no governo do presidente Itamar Franco, o então ministro Fernando Henrique Cardoso, junto com a sua equipe econômica, formulou o Plano Real, para combater a inflação. Ao se candidatar à eleição em 1994, Fernando Henrique teve a sua campanha dominada pelo aparente sucesso do Plano Real.

A publicação de *Veja*, em 15 de junho de 1994, veicula a capa intitulada: “Por que o partido de Lula brilha e assusta”. Na matéria, cujo título é “O PT brilha e também mete medo” há uma série de acusações ao Partido dos Trabalhadores, entre elas, a de promover agitação. Segundo a revista, o PT seria um partido associado à idéia de desordem: “Em caso de vitória de Lula, existe a possibilidade de elevação da temperatura social do país, como greves e invasões de terras numa escala como nunca se viu”.

Para a revista, quanto mais clara se torna a vantagem de Lula no Ibope (39% das intenções de voto, contra 17% de Fernando Henrique Cardoso) “mais nebulosas ficam suas possíveis linhas de ação no governo”. *Veja* critica a postura do PT que preferiu ficar mudo diante do Plano Real, que a partir de 1º de julho seria o carro-chefe da candidatura tucana de Fernando Henrique Cardoso.

Em 12 de outubro de 1994, a revista veicula uma matéria com a manchete: “Lula tropeçou na moeda”, com o subtítulo explicando: “Depois do real, a campanha do PT se transformou numa viagem amarga, sem rumo e sem ânimo”.

A matéria começa com a seguinte abertura ou *lead*, como se usa no linguajar das redações: “Em três meses, Luís Inácio Lula da Silva passou da condição de ás das eleições, cortejado por todos, para a de carta fora do baralho”. O segundo parágrafo da matéria diz:

As vitórias produzem cenas que todos gostam de lembrar. As derrotas produzem momentos de feiúra que seria melhor esquecer. Na contagem regressiva para o 3 e outubro de 1994, o espectro da derrota foi tomando conta da campanha de forma persistente e sistemática. Nos últimos comícios, Lula costumava ser visto, nos palanques, com uma latinha de refrigerante na mão. Dentro, uma mistura de conhaque e vinho. Ou então de conhaque e uísque. (Veja, 12 out. 1994, p. 64: Lula tropeçou na moeda).

A imagem que *Veja* veicula sobre Lula é de um ator político desacreditado e derrotado. Ela usa a palavra espectro, que designa fantasma, sombra, ou seja, morte. E faz insinuações de que Lula é alcoólatra. Há um outro trecho da matéria que associa a imagem do petista à de alguém que não tem moderação na bebida alcoólica. O tom do discurso que *Veja* assume no texto é visivelmente depreciativo em relação a Lula, e antiética.

(...) Quinze dias antes do pleito, um assessor que acompanhou Lula durante 24 horas do dia sentou-se para uma conversa informal. Depois de duas doses uísque, ele disse: ‘Não dá mais para esconder. Essa coisa de operário e do partido operário não funciona. O PT não vai ganhar uma eleição enquanto não tiver um candidato de classe média’. O próprio Lula acabou se mostrando cada vez mais incomodado com o tema. Passou os últimos comícios reclamando do “preconceito” do eleitor contra sua candidatura. Acabou assumindo a atitude típica de um vendedor fracassado que, sem bons argumentos para convencer a freguesia da qualidade de suas mercadorias, resolve dizer que o cliente é que tem mau gosto. (Veja, 12 out. 1994, p. 64-65).

Apesar de Lula liderar as pesquisas de opinião pública até meados de junho de 1994, quando o Ibope lhe dava 39% das preferências contra 17% para Fernando Henrique Cardoso, ele é derrotado no primeiro turno. O candidato do PSDB é o vencedor, com 34.350.217 votos contra 17.112.255 de Lula. Conforme argumenta Meneguello (2003), o Partido dos Trabalhadores fez uma má avaliação das possibilidades que o Plano Real e a

estabilidade monetária criavam para segmentos significativos da população. Na visão da autora, isso impediu que o partido adquirisse uma capacidade de aglutinação maior, em nível nacional.

Como já foi pontuado nesse trabalho, de acordo com alguns autores, é como se houvesse por parte da mídia, em relação à eleição de 1998, um silenciamento proposital, quando Fernando Henrique Cardoso se reelegeu em uma disputa que quase não existiu, “deixando exposta uma convergência de interesses entre o governo e as empresas de comunicação midiática”.

Em “Uma festa indispensável”, na publicação de *Veja*, em 16 de setembro de 1998, ela comemora seu aniversário de 30 anos. Nessa matéria há uma foto que ocupa meia página, mostrando Fernando Henrique Cardoso e sua esposa, a socióloga dona Ruth Cardoso, ao lado de Roberto Civita, presidente e editor da Editora Abril, a mesma que publica *Veja*. Há uma troca de elogios na matéria, segundo a revista, Fernando Henrique Cardoso é um campeão em aparições – já foi capa doze vezes e entrevistado para as Páginas Amarelas em sete ocasiões. O presidente retribui o elogio dizendo que acompanha *Veja* desde seu primeiro número e que “de lá para cá só faz tornar-se mais informativa, o que é ótimo”.

Na ocasião da publicação de *Veja* em 7 de outubro de 1998, já havia sido confirmada a reeleição, no primeiro turno, do presidente Fernando Henrique Cardoso, de acordo com dados dos institutos de pesquisa. A capa da revista é dedicada a Fernando Henrique, que aparece eufórico, com os polegares para cima e o título: “Agora é guerra”. Essa publicação é sugestivamente comemorativa da reeleição do presidente.

Ao candidato Lula é reservada uma matéria intitulada: “E agora, companheiro?” e a seguinte chamada: “Só resta um caminho a Lula: criar um novo PT que, livre dos

sectarismos, se alie à esquerda contemporânea na busca pela ‘terceira via’”. Estaria a revista sugerindo o apoio do Partido dos Trabalhadores a Fernando Henrique Cardoso?

Percebe-se que *Veja* deu uma enorme cobertura ao candidato do PSDB, enquadrando-o de forma entusiasta e amplamente favorável à sua reeleição. A disputa eleitoral de 1998 foi caracterizada, como comentam alguns estudiosos, pela falta de debates.

Pode-se notar que não houve nenhum debate entre os candidatos presidenciais, seja pela recusa de Fernando Henrique Cardoso, ou pela falta de interesse das redes de televisão. Essa situação levou o colunista *da Folha de S. Paulo*, Nelson de Sá, a escrever no Caderno Especial “Eleições 98” do jornal, em 2 de outubro de 1998, um balanço da campanha eleitoral, intitulado: “Acaba a campanha mais curta e despolizada”.

Aguiar (2004: 279) comenta que “nas eleições que deram os dois mandatos a Cardoso, a grande imprensa considerou dispensável o próprio debate sucessório, na medida em que jogou pesado na marginalização de qualquer confronto mais profundo de programas de governo dos candidatos”.

Em relação às eleições anteriores, especialmente a de 1989, Lula obtém uma ampliação de apoios, em 2002 – resultado de vários fatores, entre eles, talvez se possa destacar, a composição da chapa com o Partido Liberal, a partir da escolha do vice, o empresário nacionalista, José Alencar, de um segmento mais tradicional. É possível que essa questão tenha minimizado as resistências de setores mais conservadores à candidatura do ator político Lula.

Meneguello (2003) ressalta que “já em 2001, o PT entendeu reconhecer o momento histórico de apresentar um projeto de grande potência para o país, e apontou para a aliança



com setores do empresariado nacional para a rearticulação da economia, resgate da estabilidade, reforço do mercado nacional e combate ao desemprego”.

O PT e a Frente de oposições ao governo de Fernando Henrique Cardoso foram, de certo modo, favorecidos pela crise internacional que já começava desde o início de 1999. Com relação à avaliação do Plano Real e do governo Fernando Henrique, os índices mostravam uma queda acentuada de popularidade ao longo dos anos.

Dados do instituto de pesquisa Datafolha, mostravam que entre janeiro de 1995 e novembro de 2001, a avaliação positiva de Fernando Henrique Cardoso havia caído de 75% para 24% e a avaliação do plano real de 75% para 42%.

Assim, em 2002, Luís Inácio Lula da Silva concorre pela quarta vez à Presidência da República, vence seu adversário José Serra, e conquista a vitória batendo o recorde de votos das eleições no Brasil, com 115 milhões de eleitores, tornando-se o 17º presidente eleito pelo voto direto no país.

*Veja* de 4 de julho de 2001, apesar de não constar do período eleitoral, foi selecionada, por se tratar da primeira publicação que deu maior destaque às eleições presidenciais de 2002, mostrando Lula como um forte candidato. Sendo assim, faltando ainda um ano e três meses para o pleito, mas, já “num clima” de eleições 2002, *Veja* apresenta na capa dessa edição, uma foto do rosto de Lula, sob o título “Lula *light*”, e a seguinte chamada: “Na tentativa de parecer simpático e escapar da quarta derrota, o candidato do PT fala agora de alianças amplas e defende a estabilidade da moeda”.

Em “A quarta tentativa – Lula abrandando o discurso, o PT fala em alianças e o eleitor se diz simpático a idéias associadas a partidos de esquerda”, de nove páginas, 38-46 há nessa matéria uma retrospectiva das três eleições presidenciais a que Lula se candidatou: 1989, 1994 e 1998. *Veja* começa a matéria procurando mostrar que também nos pleitos

anteriores, Lula, inicialmente, estava em posição de vantagem, e no entanto, na reta final, acabou perdendo.

Através das reconstituições dos três últimos pleitos, a revista busca mostrar que apesar de Lula estar novamente com posição de destaque, isso não é motivo que deva ser interpretado como novidade. Conforme a matéria, no mês de março de 1989, segundo o Datafolha, Lula possuía 18% das intenções de voto e que a sua vitória era líquida e certa, mas, “deu Collor”. Em junho de 1994, uma pesquisa do Ibope divulgou que o candidato do PT chegou a 39%, contra 17% do ex-ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso, na corrida ao Palácio do Planalto. De acordo com *Veja*, alguns analistas até afirmavam que Lula venceria sem risco, mas “deu FHC”. Em junho de 1998, tudo indicava, através de um empate técnico entre os candidatos Luis Inácio Lula da Silva e Fernando Henrique Cardoso, que o primeiro teria condições para levar a disputa ao segundo turno. “Deu FHC”, no primeiro turno. E, em junho de 2001, as pesquisas novamente apresentam Lula em primeiro lugar na corrida presidencial.

*Veja* conclui, que, como o candidato do PT perdeu nas três outras ocasiões em que disputou a Presidência, possivelmente o resultado se repetirá em 2002.

Para o semanário, a diminuição da “antipatia do eleitor” pelo ator político foi uma questão importante, uma vez que Lula sempre se posicionou bem nas disputas anteriores, mas também aparecia com altos índices de rejeição junto ao eleitor. Outro fato instigante da matéria é que *Veja* começou a apresentar uma tendência a se voltar para o questionamento da sinceridade da imagem de Lula, mostrando-o como fruto de uma intervenção de marketing.

Quase um ano após a matéria *Lula Light*, a revista *Veja* de 22 de maio de 2002, de novo utiliza-se do recurso da reconstituição histórica das eleições de 1989, 1994 e 1998, para responsabilizar o sucesso de Lula, em 2002, a um tratamento artificial da sua imagem.

A edição de *Veja*, de 19 de junho de 2002, tem como título de capa: “O Brasil pode virar uma Argentina”. Nessa publicação, o semanário faz um questionamento em relação aos atributos de “Estadista” do petista, com insinuações de que este não tem capacidade de administrar crises, e afirma que isso contribui para a desestabilização financeira, o que deixa os eleitores inseguros diante da possibilidade de turbulência no país.

A revista faz associação entre a situação presente de “colapso da Argentina” e uma suposição futura de “turbulência no Brasil”, levando-se à conclusão de que Lula não terá capacidade para administrar a crise.

Ao se aproximarem as eleições, *Veja* de 31 de julho de 2002 publica a matéria “Lulalice no país das maravilhas”, recorrendo à metáfora e à ironia, para criticar o projeto de governo de Lula. A revista procura mostrar que:

As metas do PT são generosas. Mas algumas são realizáveis só no campo da fantasia. (...) O candidato do PT à Presidência da República, Luís Inácio Lula da Silva, divulgou na semana passada as metas de seu programa de governo relativas à expansão de empregos e à melhoria das condições dos trabalhadores. (...) É um plano perfeitamente realizável – no País das Maravilhas de Alice, a personagem de Lewis Carroll. (*Veja*, 31 jul. 2002, p. 30: Brasil – Lulalice no país das maravilhas).

Na ilustração da matéria, os candidatos à Presidência estão caracterizados de acordo com as personagens da história “Alice no país das maravilhas”. *Veja* apresenta Lula como Alice. Sabe-se que essa personagem do escritor Lewis Carroll é uma menina ingênua, que não compreende o mundo em que vive, e portanto, é incapaz de governá-lo.

A revista ridiculariza as propostas de governo de Lula, abordando-as como ingênuas e sem senso de realidade:

O preocupante é que, mais do que fazer jogo de cena, eles realmente parecem acreditar que basta pronunciar fórmulas, como ‘vontade política’, ‘política industrial’ ou ‘desprivatização’ do Estado (a mais nova invenção de Lulalice e seus amiguinhos), para que dessa cornucópia transborde um rio de dinheiro capaz de fazer o sertão virar mar. (...)

A Alice do País das Maravilhas tinha um biscoito mágico que a fazia aumentar e diminuir de tamanho. Já que não existia esse tipo de aditivo na vida real, a única maneira de um candidato aumentar a sua estatura, caso seja eleito, é encolhendo o tamanho do Estado. (...) o capitalismo de Lulalice, enfim, não dá para brincar de Banco Imobiliário (...). (Veja, 31 jul. 2002, p. 31: Brasil – Lulalice no país das maravilhas).

**Veja, 23 de outubro de 2002**



Embora o objetivo desse trabalho não seja o de analisar as capas das revistas, que valeria um estudo a parte, por pertencer a um outro campo de estudo da mídia, vale a pena

chamar a atenção para a capa da publicação de 23 de outubro de 2002, a última antes do segundo turno das eleições Presidenciais, intitulada “O que querem os radicais do PT”. Conforme informação da própria revista, bateu recorde em relação à reportagem mais comentada em uma semana, com 964 cartas e 2 550 cartas sobre a edição dessa mesma publicação.

Na capa há uma imagem de um cão ferocíssimo, espécie de pit-bull com três cabeças raivosas: Marx, Trotsky e Lenin, caricaturados, envolvidos por uma coleira cravejada de metais ponteados e uma pequena placa pendurada, gravada uma estrela vermelha, símbolo do PT. Abaixo a inscrição “O que querem os radicais do PT”.

A forma como a publicação insinuou a demonização do Partido dos Trabalhadores, com a caricatura grotesca que ilustrou a capa – um cão monstruoso de três cabeças, semelhante ao cão mitológico Cérbero, que guarda a porta do inferno, teve o nítido intuito de induzir ao medo os leitores/eleitores. Como se pode observar, *Veja* buscou um momento oportuno para lançar essa capa, a apenas quatro dias da eleição Presidencial.

“As rachaduras internas do partido” é o assunto da matéria intitulada, “Vai ser preciso segurar – Marxistas, leninistas e trotskistas que compõem o coração radical do PT se preparam para cobrar sua fatura caso Lula seja eleito”. *Veja* procura mostrar que as rachaduras, decorrentes das mudanças de Lula, não seriam aceitas pelas correntes retrógradas e mais radicais do partido, caso o candidato petista chegasse ao poder.

Se o PT ganhar a Presidência dentro de uma semana, o que parece praticamente resolvido, é muito provável que rachaduras comecem a aparecer (...) Essas tendências que não raro brigam entre si para provar qual é “mais revolucionária”, têm várias bandeiras em comum. Defendem a ‘expropriação’ do patrimônio da grande burguesia, a reestatização de empresas privatizadas, o amordaçamento da imprensa (sob o eufemismo de “controle social dos meios de comunicação”), a abolição final do mercado. Em outras palavras, querem que sejam impostas ao país medidas anacrônicas e tão factíveis quanto convencer o ditador cubano Fidel Castro a cortar a barba. A recente conversão de Lula às regras do capitalismo soa como heresia imperdoável a esses apóstolos do socialismo. Eles esperam, sinceramente, que

tudo não tenha passado de teatrinho eleitoral. (Veja, 23 out. 2002, p. 38: Vai ser preciso empurrar).

A publicação seguinte, de 30 outubro de 2002, apresentou uma capa com uma foto de Lula sorridente, segurando a bandeira do Brasil, intitulada “Triunfo histórico – Seu desafio: retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC”. No alto da página, *Veja* destacou a frase: “O primeiro presidente de origem popular”.

A matéria com o título “Vinte anos na oposição” é finalizada com a frase, “a pergunta que se faz é se saberá se comportar na vitória com o mesmo bom senso com que se portou diante das derrotas”.

Percebe-se que desde 1989, a revista desqualifica Lula para tal exercício, por sua condição de ex-metalúrgico e não ter curso superior.

Conforme argumenta Aguiar (1995: 186), mesmo antes de deflagrada a campanha eleitoral de 1989, podem ser constatados numa edição da revista *Veja* de 1988, “os elementos principais da forma como a imagem do candidato Fernando Collor de Melo foi construída como o “salvador da pátria”, nos meios de comunicação”. Para Aguiar, mesmo que a matéria siga o estilo característico da revista, de sugerir ironicamente uma certa desconfiança em relação ao discurso do entrevistado, lá estão os recursos verbais e visuais utilizados no material ilustrativo da matéria que o caracterizam como “herói salvador”.

Através das análises das matérias de *Veja*, que abarcam o período do movimento das greves do ABC paulista, nos anos 78-80, nota-se que houve uma pré-disposição das publicações em aceitar o “Lula, líder sindical” e rejeitar o político. O semanário deu grande cobertura a Luís Inácio ao constatar o fenômeno do novo sindicalismo. Ele foi destacado como o personagem fundamental na naquele contexto da história política do país.

*Veja* inicia a construção do ator político Lula a partir da cobertura feita por ela, ao líder sindical, nas greves do ABC. Ele, inclusive, foi capa da revista, várias vezes, nesse período. Mas, a partir de 1982, nas eleições para o governo do Estado de São Paulo, é possível perceber, através da cobertura política do semanário, que houve uma mudança na atitude da revista em relação ao líder petista. É como se desse episódio em diante surgissem os preconceitos de *Veja* por Luis Inácio Lula da Silva ter entrado na disputa eleitoral.

O que se percebe em suma é que a cobertura dessa revista é mais direta em relação à rejeição ao ator político Lula. *Veja* demonstra claramente em seus textos uma abordagem preconceituosa e até desqualificadora sobre o líder do PT, ao contrário da sua concorrente, a *Istoé*, que será analisada posteriormente, cuja abordagem a Lula é mais matizada, apresentando uma narrativa mais branda e menos irônica, pelo menos em alguns momentos.

A revista *Veja* utiliza extensivamente recursos como a ironia e o sarcasmo em suas matérias ao se referir ao petista. Conforme Brait (1996: 106) argumenta “qualquer que seja a dimensão da ironia – frasal ou textual –, desencadeia-se um jogo entre o que o enunciado diz e o que a enunciação faz dizer, com objetivos de desmascarar ou subverter valores (...)”.

#### **4. 4 – A construção do ator político Lula na revista *Istoé***

Através das análises das matérias de *Istoé* do período, de 1978 a 1980, foi constatada uma larga cobertura sobre o movimento sindical do ABC paulista, época em que Lula despontava como líder operário.

*Istoé* de 01/02/78 estampa a foto do rosto de Lula na capa, com o título, “Lula e os trabalhadores do Brasil”. A matéria intitulada “O antipelego”, p. 4-7, afirma a intenção de Lula em apoiar a criação de um partido trabalhista. O semanário destaca a importância do líder sindical naquele momento político-econômico-social no país e o toma como uma forte personalidade de oposição ao governo. Ressalta qualidades que teria como, por exemplo, raciocínio rápido e bom articulador político.

A matéria faz uma associação entre o que considera o raciocínio rápido do líder sindical com um ponta-esquerda dos velhos tempos do futebol – e que “ele é capaz de frases que tem a ironia de um drible seco”. Como o esporte é uma paixão nacional, pode-se supor que existe uma intenção da revista em despertar a simpatia do leitor em relação a Lula, comparando o seu estilo combatente às artimanhas do jogo.

O texto revela um perfil psicológico positivo de Lula, mostrando-o combatente, esperto e inteligente – capaz de transformar em bandeira de luta a reposição “daquilo que foi tirado dos trabalhadores”, os 34% - referentes aos erros de cálculo do governo sobre os índices do custo de vida em 1973, que veio a público em junho de 1977.

Conforme escreve Skidmore (1998: 254), “o Brasil torna-se um teste para o capitalismo no mundo em desenvolvimento, na década de 1970, e seus defensores o chamavam de ‘um milagre econômico’. Na esquerda e na centro-esquerda, os dados sobre desigualdade, eram citados como prova de que o regime autoritário estava voltado para favorecer os ricos”.

O *boom* econômico da década de 1970 aumentara ainda mais a desigualdade de renda no país. Em 1977, houve uma crise no setor industrial automobilístico, ocorrendo demissões de metalúrgicos. Era o fim do “milagre brasileiro”. Em agosto desse ano, a



imprensa divulgou um relatório secreto do Banco Mundial, que desmentia os índices inflacionários oficialmente anunciados pelo governo.

A matéria segue tecendo elogios a Lula, reforçando a idéia de que é extremamente capacitado para fazer negociações políticas, e ressalta a sua importância naquele momento político-econômico-social do país, que passava pela redemocratização. Há um resgate da história da vida de Lula, dizendo como entrou para o sindicato, em 1969, da influência do seu irmão, Frei Chico, no episódio. Há, também, um relato de sua vida pessoal, contando como conheceu sua mulher Marisa. E, dados biográficos – como e em que condições saiu de Garanhuns, Pernambuco, em 1959, para São Paulo, por exemplo.

*Istoé* de 31/05/78 inicia a matéria intitulada “Greve, ganhos e perdas”, p. 67-68, com uma frase do então ministro da Fazenda Mário Henrique Simonsen, “Eu me recuso a comentar movimentos ilegais”, pronunciada em 25/05/78, referindo-se às greves dos metalúrgicos na região do ABC paulista, que entravam para a segunda semana de existência.

A matéria menciona uma entrevista dada por Lula, em 21 de maio de 1978, ao programa Vox Populi da TV Cultura, anteriormente à greve, e que horas antes de ir ao ar, ainda estava sob ameaça de censura ou até mesmo de veto total. Nesse período, a censura aos meios de comunicação ainda persistia, através do AI-5, que há dez anos havia entrado em vigor. O texto revela o clima de tensão e repressão no qual Lula estava vivendo.

No Box, p.68, intitulado “O operário perdeu o medo de parar”, há um balanço inicial da greve. Lula fala que “14 anos depois de instituído o arrocho salarial, e 10 anos depois da última greve com repercussões, (a última teria sido em 68), o trabalhador perdeu o medo de fazer greves, e que não é difícil, como parecia, que elas aconteçam (...)”.

O exemplar de 02/05/79 apresenta uma foto de Lula na capa, sentado sobre uma pequena mesa, com as mãos sobre a cabeça, transmitindo a imagem de uma pessoa que está vivendo uma situação conflituosa – com a seguinte manchete, “Lula prepara-se para o confronto”.

O editorial na página 3, assinado pelo editor-chefe da revista, o jornalista Mino Carta, é intitulado, “O confronto é ruim para todos”. O jornalista ressalta a importância de Lula naquele momento histórico brasileiro, chamando-o várias vezes no texto de célebre Lula e, lança críticas à cassação do mandato do sindicalista, argumentando que esse ato fere de morte a idéia de democracia que o governo estava pretendendo realizar.

A edição de 01/08/79 apresenta uma capa bastante sugestiva: um operário com um macacão escrito no bolso PT. Ele tem na mão direita uma chave de fenda, e a esquerda segura uma maquete do palácio do Planalto. O título diz: “Os trabalhadores podem fazer política?”

O editorial, na página 3, assinado pelo editor-chefe Mino Carta, intitulado “Trabalhadores? Que medo...”, critica a lentidão da transição política e faz uma especulação sobre a criação de um partido dos trabalhadores. E ironiza sobre o medo que tal projeto pode provocar na burguesia.

Em “Afinal, o que é esse PT?”, p. 4-9, informa sobre a criação do partido dos trabalhadores e das condições de Lula lançar oficialmente o PT em nível nacional. Através do box, na página 7, com o título “No Planalto acham graça”, nota-se a atitude da revista a favor de Lula e do Partido dos Trabalhadores, pelo tipo de abordagem demonstrada. Isto é ironiza os “altos escalões do governo” no Planalto, pelo descaso que estes fazem do PT e critica Lula e seus companheiros, chamando-os de ingênuos e despreparados, para formarem um partido.

Um dos intelectuais colaboradores da revista foi o cientista político Francisco Weffort. Em “Autonomia sim, isolamento não”, na página 8, o cientista político denomina a proposta da criação do PT, como “uma inovação histórica auspiciosa neste lento e difícil processo de transição democrática”, e ressalta a importância da novidade de tal proposta na conjuntura política nacional. Conforme argumenta o autor, desde 1930, pela primeira vez na história do país, a reivindicação do direito de formar um partido dos trabalhadores aparece como iniciativa de setores expressivos da liderança operária e sindical.

A publicação de 19/09/79 estampa uma foto com um *close* do rosto de Lula na capa, revelando uma expressão tensa – as sobrancelhas franzidas, a barba cerrada e o olhar forte e determinado, mas preocupado. O título diz: “O governo e as greves. Aonde vai Lula?”

Numa entrevista com o líder sindical, intitulada, “Pelo jogo da verdade”, p. 10-13, são enfocadas as opiniões de Lula sobre o momento político e o futuro do país. Ele fala sobre a sua prisão, o processo de abertura, sobre liderança sindical etc. Acusa o governo de ser radical pela forma com que trata os problemas sociais e nega ter sonhos políticos altos, como estava sendo afirmado pelo ministro do trabalho Murilo Macedo. Ressalta que ao término do seu mandato, em 24 de abril de 1981, voltará para a Villares. E que suas pretensões políticas seriam unicamente com a categoria metalúrgica. Declara que não tem ambições pessoais.

Analisando as perguntas de *Istoé*, o título, subtítulo e entretítulos da entrevista, percebe-se uma posição respeitosa e favorável ao petista. No subtítulo da entrevista lê-se: “Lula diz que brigar por comida não é subversão. E que não abre mão de discutir o PT”.

A capa da publicação de 02/04/1980 apresenta uma foto de uma assembléia de metalúrgicos, no estádio de Vila Euclides em São Bernardo do Campo (SP), em que destaca, no centro, um quadro com uma pintura “premonitória” retratando Lula, como se

este fosse um estadista – de terno e gravata, com a barba aparada, e uma bandeira do Brasil, cuja manchete diz: “Lula na encruzilhada”.

No editorial dessa edição, na página 3, intitulado “O pássaro de São Bernardo”, Mino Carta, se refere ao petista, dizendo que apesar dos momentos difíceis que este estava passando, e possivelmente poderá passar no futuro, aconteça o que acontecer – Lula é imortal. Porém, outra é a visão nos círculos do governo – “eu não sei se o pássaro conseguiria instalar-se em peitos governistas; consta, em todo caso, que figuras bastante próximas do poder alimentam sérias dúvidas quanto à imortalidade de Lula. O ministro do Trabalho, Murilo Macedo, tem repetido que a deflagração da greve em São Bernardo resultará inevitavelmente na intervenção no sindicato e no afastamento de Lula, sem volta”. O editor-chefe de *Istoé* questiona se essa cassação poderia transformar Lula em mártir. E se um mártir não seria incômodo para o poder.

O editorial faz uma reflexão sobre a possível cassação de Lula, que colocaria em risco as aspirações democráticas. Em tom poético pergunta: “Um pássaro não alça vôo em seu peito, meu senhor, minha senhora, ao conhecer as intenções de uns, ao pressentir as intenções dos outros?”

Em “Lula nos últimos dias?”, p. 76-81, percebe-se que a linha editorial de *Istoé* é favorável ao líder sindicalista. Ele é qualificado como “um símbolo de altivez e de independência dos operários brasileiros que o regime não conseguiu domesticar”. Há também um relato sobre o clima de greve entre os 140 mil metalúrgicos de São Bernardo e Diadema e a mobilização do sindicato discutindo novas maneiras de aumentar a influência da entidade dentro dos locais de trabalho.

Lula é várias vezes citado como o cabeça do movimento e o seu papel de herói é ressaltado – fala-se em sacrifício e do risco que o líder sindical corre – “um homem que se

sente sinceramente responsável pelo comando de uma categoria que o elegeu”. Afinal além de ameaça de intervenção, está sofrendo uma terrível pressão psicológica com a presença permanente de policiais a vigiarem todos os seus movimentos.

Uma foto de Lula, com a marca de um X sobre o seu rosto, a cabeça baixa, a mão direita apoiando a testa –, e a palavra, cassado, abaixo da fotografia, estampa a capa de *Istoé* em, 23 de abril de 1980. A matéria, na página 4-9, intitulada, “Lula cassado. E agora?”, fala do julgamento do Tribunal Regional do Trabalho (TRT) em relação à ilegalidade da greve, da cassação do líder sindical e também sobre a mobilização dos dois mil metalúrgicos no auditório do sindicato de São Bernardo (SP), para ouvir o discurso de despedida do líder.

*Istoé* deixa transparecer claramente a consternação e a emoção dos metalúrgicos pela cassação de Lula, falando de lágrimas, de revolta e tristeza. E defende o líder sindical abertamente, dizendo que em nenhum momento, desde a sua ascensão, atacou o regime e o governo, e jamais pôs em questão o capitalismo. Questiona sobre o futuro do líder e fala sobre o DEOPS, que encaminhara notificação à II Auditoria Militar de São Paulo, alertando que estava abrindo inquérito para enquadrar o sindicalista na Lei de Segurança Nacional.

O box na página 5, intitulado “O decreto que cassou Lula” explica que o ministro Murilo Macedo ressaltou que a greve foi considerada ilegal pela Justiça do Trabalho e decidiu, ainda, aplicar “a penalidade de perda do cargo” aos integrantes da administração do sindicato. É importante observar que, respondendo à pergunta se aceitaria ser candidato à Presidência da República, Lula responde primeiramente que “isso é brincadeira”, mas que “falando sério”, sem falsa modéstia, seria melhor que o então governador de São Paulo, Paulo Salim Maluf e o ministro da Fazenda Antônio Delfim Neto”.

Em “O nó sindical – As surpresas da greve”, p. 4-11, apresentada na publicação de 09/04/80 anuncia o início da greve, a zero hora do dia 1º de abril. Lula é citado como o dirigente do sindicato mais poderoso em São Bernardo. No *lead* é destacado que essa greve não é nenhuma surpresa. O texto fala sobre as medidas tomadas pelo governo para evitar o “repeteco” de greves. E dá detalhes das negociações entre os trabalhadores e o governo.

Destaca um ponto incomum dessa greve – que não reivindica apenas o aumento do salário, mas também a garantia de não haver demissões de grevistas pelo prazo de um ano, além da redução de trabalho, de 48, para 40 horas semanais. O texto aborda o aspecto jurídico da greve e faz uma alusão a Lula, como se este já estivesse fazendo um balanço de um trabalho que está para terminar – do possível fim da sua carreira.

Descreve o episódio dos helicópteros no estádio de Vila Euclides num estilo que pouco lembra a linguagem jornalística, pelo tratamento literário dado ao texto, pela forma universal e poética com que é tratado. Relata que milhares de metalúrgicos de espírito leve cantavam o hino nacional no início da assembléia, quando de repente surgiram helicópteros de combates, ostensivamente ocupados, cada um com oito soldados do Exército, armados de metralhadoras antiguerrilha, que fizeram vôos rasantes durante vinte minutos, sobre os trabalhadores. *Isto é* compara o episódio ao filme *Apocalypse Now*, de Francis Coppola – numa cena semelhante. Fala do pânico das crianças presentes, como o filho de Lula, Marcos, de seis anos.

A matéria faz uma denúncia contra a rede Globo, dizendo que o ministro Murilo Macedo, dera uma entrevista à TV comentando que os vôos dos helicópteros faziam parte de manobras do Exército – e que Roberto Marinho, proprietário da Globo, antes que a matéria fosse ao ar, ordenou a gravação de uma nova entrevista com Macedo, obrigando-o a não falar sobre os helicópteros.

Estudiosos fazem críticas à cultura jornalística brasileira, que de alguma forma, está baseada em um sistema de lealdade pessoal do jornalista aos proprietários dos veículos de comunicação. Para Kucinski (1998: 26), “o favoritismo editorial e as preferências familiares prevalecem freqüentemente sobre o critério do ‘interesse público’, e até do interesse de classe”.

Outro autor, que critica o comportamento monopolizador da mídia no país é o cientista político Francisco Weffort; para quem “jornais não são partidos políticos, mas como se parecem, às vezes”. O cientista político explica que, em momentos importantes da história política do Brasil, como nos embates que precederam o golpe de 1964, *O Estado de S. Paulo* desempenhou algumas das funções essenciais de um partido. Conforme argumenta Weffort (1984: 37) “é sabido que em 64, *O Estado de S. Paulo* não se limitou a informar e a opinar. Através de seu diretor Julio de Mesquita Filho, o jornal se articulou em um esquema conspirativo”.

Como já foi apontado neste trabalho, para Abramo (1997) a imprensa não se restringe a “legislar”, dizendo o que deve ser feito. Ela vai além, diz quando e como as políticas devem ser implantadas, como se o poder executivo fosse dispensável. No livro, **As cartas ácidas da campanha eleitoral de Lula de 1998**, do escritor Bernardo Kucinski, Luis Inácio Lula da Silva destaca uma de suas percepções em relação à mídia, dizendo que a imprensa de referência dominante funciona como agências de notícias, pois ela pauta, praticamente, a imprensa nacional.

Diferentemente dos episódios de liderança sindical de Lula no ABC paulista e das candidaturas à presidência da República, nos pleitos de 1989-1994-1998-2002, em que há uma demarcação exata desses acontecimentos, foi constatado que quase não há na revista *Istoé* coberturas exclusivas quanto à criação do PT e principalmente em relação à CUT.

Existem citações sobre a formação do Partido dos Trabalhadores e da Central Única dos Trabalhadores imiscuídas em outras matérias que se referem a Lula.

Esse período histórico é marcado pelo início da redemocratização do país. As iniciativas de mudança partiram de vários setores políticos, econômicos e de segmentos das próprias forças armadas. O líder era o general Ernesto Geisel, que assumira a presidência, em 1974, após sua eleição indireta pelo Congresso. Quando Geisel deixou o poder em 1979, o caminho da democratização estava preparado e João Baptista Figueiredo tornou-se o quinto general-presidente. O Brasil ainda vivia sob forte esquema de repressão e autoritarismo.

Em 14/05/80, a capa de *Istoé* estampa a manchete “Por que Lula está preso?” na página 3, o editor-chefe Mino Carta escreve que a prisão de Lula humilhou a nação e põe em xeque qualquer projeto de democratização, pois enquanto este permanecer preso – sob ameaça de uma lei extremamente injusta, a promessa de abertura não passa de um “papo furado”.

A matéria de capa intitulada, “É hora de pensar em Lula”, nas páginas 4-8, relata a caminhada pela reabertura das negociações com o protesto de três mil mulheres e crianças, sob o coro: “esso, isso, isso o Lula é um sucesso”. Na foto da matéria, Marisa, a mulher do líder sindical, é a personagem central. O texto diz que a prisão preventiva de Luís Inácio da Silva fora decretada no dia 08/05/80.

*Istoé* comenta a greve de fome iniciada por Lula no dia 9 de maio, pela reabertura das negociações – e um bilhete que este teria escrito recomendando aos “companheiros” otimismo.

Outro intelectual colaborador da revista foi o jurista Raymundo Faoro, que em editorial intitulado “Os reféns internos”, na página 7, faz uma crítica ferrenha à autocracia



na história brasileira – dividida entre senhores e dominados com total autonomia para manipular e usar a violência. Faz ainda uma análise da Revolução de 1930 e da proclamação da República, revelando uma total indignação com o desrespeito ao direito de greve, e que a greve do ABC é constitucionalmente reconhecida e deveria ser protegida e amparada e não ser combatida e reprimida.

Raymundo Faoro questiona a prisão de Lula, – “o pretexto é a Lei de Segurança Nacional, no eventual incitamento à desobediência coletiva às leis e à animosidade entre classes sociais”. Argumenta que a liberdade é o mais precioso dos bens do homem, e que no entanto ela entrou em hibernação provisória.

A libertação de Lula é anunciada na edição de *Istoé* de 28/05/80. O título da matéria diz “Festa em São Bernardo – E de repente chegou Lula, libertado”. No *lead* se lê que Luís Inácio da Silva, agora é livre, depois de trinta e um dias, ter sido levado por homens armados. Há um questionamento em tom de ironia se Lula foi levado preso ou seqüestrado.

Trinta e um dias depois de ter sido levado (preso? seqüestrado?) por meia dúzia de homens armados até os dentes, Luís Inácio da Silva voltou para casa na noite de terça-feira, 20 de maio (...), ao encontro da multidão estacionada diante da casa térrea e geminada. Os policiais do DOPS que o trouxeram numa Veraneio bege disseram ao despedir-se: “Apareça por lá, vai tomar um café com a gente”. Ele respondeu com um sorriso malandro e caminhou com passo firme, mas sem pressa, como se quisesse saborear aquele momento de reencontro. A multidão soltou fogos e, em meio aos baques, cresceu o coro: “Lula, Lula, Lula. (*Istoé*, 28 mai. 1980, p. 20: E de repente chegou Lula, libertado).

Pela descrição acima, pode-se perceber que *Istoé* demonstra uma postura de muita simpatia em relação a Lula e que lhe é solidária. Se não, vejamos:

Festa e romaria – Ele diria outras coisas, sentado à mesa da cozinha, debaixo dos olhos lânguidos de um Cristo de folhinha: “aprendi muito nestes 31 dias de prisão, foi um curso melhor do que qualquer escola. E entendi que fiz pouco, até hoje, pelos meus companheiros. Mas os companheiros que estavam lá, (...), não pareciam concordar e cercavam o seu líder e o abraçavam em lágrimas. Muitos foram com mulheres e filhos, e alguns pediam autógrafos. (*Istoé*, 28 mai. 1980, p. 20: E de repente chegou Lula, libertado).

Não estaria *Istoé* associando Lula a Cristo no papel de mártir?

Que qualidades a revista semanal *Istoé* percebe em Lula? Foram identificados vários adjetivos qualificativos do ator, pela revista. Pela narrativa de *Istoé*, Lula é percebido como um verdadeiro herói. Há momentos em que a revista o qualifica como um mártir. Percebe-se uma mitificação em relação ao líder sindical pela revista.

Ainda na edição de 28 de maio de 1980 é possível observar um dado importante, no box, na página 21, intitulado “O que ele disse no inquérito”. A matéria contém as principais declarações de Lula no inquérito. A partir desse episódio, é possível perceber uma atitude reveladora de uma forma de percepção desse ator, em relação à imprensa, pois ele começa a demonstrar uma certa insatisfação com os jornalistas:

O que ele disse no inquérito – Que, perguntado se proferiu as palavras citadas no “*Jornal do Brasil*”, no dia 14/04/80, sobre o ministro Murillo Macedo, que teria inventado a colocação de uma bomba em seu escritório para matá-lo, e que segundo o jornal publicou o interrogando teria dito que, para matar determinadas pessoas a gente não precisa de bombas, a gente coloca Detefon, respondeu: que não fez esse pronunciamento e, se disse essas palavras, foi em conversa informal com o jornalista. (*Istoé*, 28 mai. 1980, p. 21: E de repente chegou Lula, libertado).

Na publicação de 04/06/80, em “Artigo – Sem fermento, sem receitas”, assinado pelo cientista político, Francisco Weffort, percebe-se uma grande simpatia pelo PT. Há uma metáfora para falar do crescimento do partido e do seu poder de atração.

O jornalista Mino Carta disse certa vez que o PT é o único bolo que cresce sem precisar de fermento. No caso o fermento não vem de fora, mas é gerado pelas próprias condições sociais que deram origem à proposta. Para desgosto dos teóricos da inviabilidade de um partido dos trabalhadores do Brasil, o PT continua e cresce. A pressão que o alimenta vem debaixo e, embora difusa, acabou por constituí-lo num pólo político com inegável capacidade de atração. (...) As surpresas dos dois lados indicam que um bolo que cresce sem fermento é também um bolo sem receita conhecida. (*Istoé*, 4 jun. 1980, p. 22: Sem fermento, sem receitas).

Constata-se que o PT cresceu constantemente na década de 1980. Nas eleições de 1982, o partido conseguiu oito cadeiras na Câmara dos Deputados. A edição de 01/09/82, nas páginas 28-29, fala sobre o fenômeno eleitoral mais significativo constatado pela pesquisa da Rede Globo-O Globo-ISTOÉ em São Paulo, daquele ano – o da indefinição,

contabilizando cerca de 12,3 milhões de eleitores indecisos. Para a revista era uma surpreendente constatação – já que São Paulo é o Estado mais populoso, mais rico economicamente e, em acontecimentos políticos de repercussão nacional – terra do malufismo e do antimalufismo, do lulismo-petismo, entre outros.

A revista deixa transparecer que essa indecisão do eleitorado, não se dá por falta de candidatos, pois, existem, disputando a eleição, pessoas com o carisma de Lula e políticos capazes de encantar auditórios, como Severo Gomes, isso pelo lado da oposição.

Na edição de 20/10/1982, numa pequena matéria, página 21, são destacados os “escorregões políticos de Lula”. “Prosseguindo na sua série de escorregões políticos, Lula candidato do PT paulista, disse em comício que nos outros partidos “só existem ladrões” e que “eles vão brigar para ver quem rouba mais”. (...) Discussão que mostra os riscos a que estão sujeitos os políticos amadores”.

“A grande eleição, um marco na vida do país”, na publicação de 17/11/82, relata a importância desse acontecimento, a primeira eleição para governador, desde 1966, pelo voto direto e que ela é pluripartidária somente em alguns lugares.

(...) Mais exatamente no Rio de Janeiro e em São Paulo, onde, à margem do partido governista e da frente oposicionista instalada no PMDB, surgiram forças políticas expressivas. O petismo, por exemplo, forjado nas greves de 1978, 1979 e 1980 em torno da liderança de Luís Inácio Lula da Silva, encontra-se pela primeira vez nas urnas. Mas, à exceção de São Paulo, o partido não conseguiu montar estruturas sólidas. E até mesmo na sua terra natal, a região do ABC, o carisma de Lula vai ser insuficiente para fazer o PT vitorioso. (*Istoé*, 17 nov. 1980, p. 24: A grande eleição, um marco na vida do país).

A revista de 24/11/82 revela o que interpreta como a decepção de Lula pela votação que obteve na eleição para o governo e São Paulo. Em “A derrota foi pior do que a prevista”, há uma frase de Lula, “precisamos preparar melhor politicamente o povo”, que *Istoé* critica argumentando, que tal frase “trai constrangedoras semelhanças com o argumento de que se valeu o regime implantado em 1964 para confiscar ao povo o direito

de eleger diretamente seus governadores e o presidente da República, e denota a natural dificuldade do PT em engolir uma derrota acachapante”.

Nessa mesma edição, segundo a revista, a filósofa Marilena Chauí, militante do PT, admitiu tardiamente, que “uma análise da derrota não pode ser feita em termos eleitorais, mas em termos de discriminação de classe”. Para *Istoé*, de fato, durante a campanha ficou claro que entre a população brotava o sentimento de que Lula não tinha capacidade para governar – mas o partido não soube enfrentar essa questão a tempo. A revista também atribuiu o fracasso do partido aos constantes ataques feitos por ele ao PMDB, afirmando que o partido seria igual ao PDS, incomodando os eleitores e ampliando a questão do voto útil em São Paulo.

Em 1989, com a eleição direta para presidente, novos regulamentos eleitorais foram implementados. O presidente deveria ser eleito num processo de dois turnos. Caso nenhum candidato obtivesse maioria no primeiro turno, então seria realizado um desempate entre os dois candidatos mais votados no primeiro turno. Como Fernando Collor de Melo estava tão à frente nas pesquisas, supunha-se que seria um dos dois candidatos mais votados no primeiro turno. Portanto, a expectativa fixa-se sobre o segundo colocado para o desempate no segundo turno.

*Istoé* *Senhor* de 23/08/89 publica uma matéria em protesto aos leitores da revista que a acusa de ter “collorido”. “Honestidade e independência – resposta a leitores desconfiados. De si mesmos?” – diz o título. A revista denomina esses leitores que enviaram cartas à redação de inquisidores – como se estivessem acusando-a no tribunal.

Ela se autojustifica dizendo que nada impede que órgãos da imprensa tomem partido a respeito de tudo, inclusive na hora de uma eleição presidencial. A revista nega veementemente ter preferência por Fernando Collor de Melo.

Cartas chegam a esta redação de leitores inquisidores, dizem que *Istoé senhor* colloriu como se a acusassem no tribunal. Eles confundem a cobertura dada à ascensão do candidato nas pesquisas de opinião com adesão à candidatura, por convicção ou interesses excusos não se sabe ao certo. Essas cartas dão o que pensar. Nada impede, do nosso ponto de vista, que órgãos de imprensa tomem partido a respeito de tudo, inclusive na hora de uma eleição presidencial. (*Istoé senhor*, 23 ago. 1989, p. 30: Honestidade e independência).

Ao se defender das acusações de ter “collorido”, a revista assume a postura de ir contra a idéia da neutralidade e da objetividade, tão comum entre as empresas de comunicação. O mito da neutralidade, apesar de ser muito criticado por estudiosos, ainda está arraigado no modo de pensar da mídia, ao enxergar-se como uma mera transmissora de informação. A objetividade é pregada pelos manuais de redação de jornalismo em vários países, inclusive no Brasil.

Muitos autores admitem que a objetividade plena é impossível no jornalismo, mas reconhecem isso como uma limitação, uma indicação da impotência humana em relação à própria subjetividade. De tão difundido, o conceito de objetividade passou a ser aceito entre os leitores e telespectadores. Estes esperam uma postura neutra e objetiva da mídia e acabam reclamando quando a revista, o jornal, ou a televisão não correspondem às suas expectativas. Isso ocorre principalmente quando o veículo emite uma opinião da qual o leitor discorda.

*IstoéSenhor* argumenta que os defensores do chamado jornalismo objetivo talvez queiram que, em um momento de campanha eleitoral, haja equidistância dos fatos – nada além da informação, para que o cidadão leitor faça livremente a sua escolha.

A gente tem outros entendimentos, a começar pelo seguinte: peçam objetividade das máquinas, honestidade dos jornalistas. Isso posto, ao dever da informação honesta corresponde o direito à opinião própria e independente. O ilícito está em ignorar solenemente, escamotear ou maquinar a verdade factual. Se o assunto é Fernando Collor, a verdade factual é aquela documentada por *Istoé senhor* nestes últimos meses. Mas não é verdade factual que *Istoé senhor* tenha ‘collorido’. (*Istoé senhor*, 23 ago.1989, p. 30: Honestidade e independência).

A edição de 04/10/89 veicula uma capa com a foto do rosto de Lula, visivelmente emocionado. O título diz: “Como é duro ser de esquerda”. A matéria de capa, intitulada “Um candidato de carne e osso – Lula tem a cara do povo. Mas o povo se reconhecerá nele?” ressalta que o candidato petista tem chorado muito durante a campanha política. A revista associa as lágrimas de Lula à emoção genuína de um candidato de carne e osso.

(...) Envolvido de corpo e alma na espinhosa, desgastante cruzada de convencer um país que fez moradia no preconceito em favor da idéia de que um torneiro mecânico de curso secundário incompleto está, sim, habilitado – à frente de um partido que nasceu e se diz abertamente ‘dos trabalhadores’ (...). (*Isto é senhor*, 4 out. 1989, p.36: Um candidato de carne e osso).

A revista faz uma comparação entre o Lula, líder sindical no ABC – que “chorava de raiva dos patrões” e o Lula em campanha presidencial, que chora “para que as pessoas para quem ele quer dirigir suas palavras entendam que é a elas que está se dirigindo”. E, destaca uma declaração do petista: “Os pobres são 70% do Brasil. Que se danem, portanto, os outros 30%, incomodados com a menos fotogênica de todas as candidaturas entre aquelas que podem ser levadas a sério”.

A revista de 01/11/89 publicou no índice, na página 29, a seguinte chamada: “Lula assombra - Os empresários deviam perguntar-se onde falharam para que fosse possível um operário chegar à Presidência”.

Em “O metalúrgico sobe”, matéria da referida chamada, descreve que “vários entre os mais importantes empresários nacionais, reunidos na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – Fiesp, no dia 25, chegaram à conclusão de que um metalúrgico tem respeitáveis chances de governá-los, e de governar todos os demais brasileiros”.

No título e no corpo da matéria, Lula é citado como o metalúrgico, sendo ignorado, dentre outros cargos conquistados, por este, o mais recente, em 1986, o de deputado federal. Na verdade Luís Inácio Lula da Silva já havia deixado de ser metalúrgico há quase

dez anos. É importante ressaltar que nenhum outro político é designado pela revista por suas antigas profissões. Estaria *IstoéSenhor* reforçando preconceitos arraigados na sociedade brasileira? Ela revela uma postura parcial diante dos fatos?

(...) um metalúrgico na Presidência da República surpreende além da conta. Mas a temporada do espanto não tem fim. Os empresários estacionam diante dos números das pesquisas, diante do avanço do candidato Luis Inácio Lula da Silva, como se vivesse uma fatalidade. (...) Por que um metalúrgico pode ganhar a primeira eleição presidencial direta depois de 29 anos? (...) É provável que os conselhos superiores não representem a contento o empresariado nacional, digamos, aqueles 800 mil industriais que zarpariam se Lula ganhasse, e todos aqueles que ficariam em terra, impávidos. (*IstoéSenhor*, 1º nov. 1989, p. 30: O metalúrgico sobe).

“Aqueles 800 mil industriais que zarpariam do Brasil, se Lula ganhasse”, se refere a uma frase pronunciada pelo empresário Mário Amato, presidente da Fiesp, que resume o pavor da classe empresarial em ter “metalúrgico” na presidência.

A matéria repete insistentemente a questão da possibilidade de um operário governar o país. Por que seria vedado a Luis Inácio Lula da Silva ser um presidente da República?

Ao serem contados os votos no primeiro turno, Lula havia derrotado Leonel Brizola, candidato do PDT, ficando, portanto, no segundo lugar, atrás de Collor. Empresários de vários setores, entre os quais aqueles ligados à área da imprensa, do transporte coletivo, e também as oligarquias tradicionais posicionaram-se abertamente em oposição à candidatura de Lula. O apoio ao Partido dos Trabalhadores vinha principalmente dos trabalhadores, do movimento sindical e de intelectuais.

*IstoéSenhor* de 29/11/89 apresenta uma capa com fotos de Collor e Lula em pose de reflexão, cada qual com a mão direita apoiando o queixo. Collor apresenta a cabeça erguida, o olhar conota audácia, determinação e coragem como se estivesse mirando longe à sua frente. Já o candidato Lula tem a expressão de desânimo, com o olhar cabisbaixo, e o queixo curvado para baixo. Na foto de Collor, acima da de Lula, é destacada uma frase sua:

“Em lugar de um Estado gigantesco e corrupto, queremos que ele seja racional e eficiente”. Na foto de Lula é destacada a seguinte frase: “Socialismo só tem lógica com liberdade, autonomia sindical e democracia. Sem isso é ditadura”.

Através da interpretação de tais afirmações, é possível perceber, que elas significam que, tanto o candidato Lula, quanto Collor, estavam tentando livrar-se da imagem de extremistas e com isso buscar o apoio de moderados, ou seja, alianças capazes de imprimir um traço menos radical às suas candidaturas. De um lado, o candidato Collor, das elites, passando uma mensagem de modernismo social-democrata, logo, em sintonia com o seu tempo, do outro, o candidato dos trabalhadores, Lula, mostrando-se anacrônico, retrógrado, associado a modelos políticos considerados superados, como o socialismo.

Apenas a quatro dias do segundo turno, da eleição presidencial, no editorial intitulado “Cadê o estadista?”, na página 29, da publicação de 13/12/89, há uma reflexão sobre a cobertura jornalística da campanha eleitoral.

Algo está claro: não há analista, comentarista, editorialista da tevê, e mesmo da imprensa escrita, que se disponha a atribuir postura de estadista ao candidato Luis Inácio Lula da Silva. É de se esperar que o próprio Lula não cultive tamanha ambição. Mas o que chama a atenção é a parcialidade das coberturas (...). Que pode esperar o candidato Lula das tevês, dos jornais e das revistas? No máximo, que uma ou outra reportagem, um ou outro artigo, apresentem corretamente os fatos e os comentem sem preconceito. (*Istoé* senhor, 13 dez. 1989, p. 29: Cadê o estadista?).

No balanço que a revista faz sobre o comportamento da imprensa em relação à Collor, diz que este leva a vantagem do “medo que o sapo barbudo provoca, pânico às vezes, no inferno das cortes miseráveis e no paraíso das dominações da ciranda financeira”.

A revista *Istoé* teve um papel muito importante durante a maior parte do governo de Fernando Collor de Melo. Ela dedicou-se a denunciar a rede de corrupção montada no Planalto, com reportagens capazes de chamar a atenção do restante da grande imprensa nacional. Mas os grandes jornais, revistas e as redes de televisão permaneceram omissos e



silenciosos diante daquele trabalho. Tal silêncio seria apenas uma atitude jornalística – “aquela de não valorizar o que o concorrente deu”, ou se “seria melhor pesquisar outra hipótese, aquela que diz respeito às relações de cumplicidade entre o jornalismo e o poder”.

Em 1992, a atitude da imprensa, em relação à Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI do caso Paulo César Farias e ao *impeachment* de Fernando Collor de Melo, à exceção da cobertura de *Istoé* e, em menor grau, da *Folha de S. Paulo*, o jornalismo brasileiro, conforme argumenta Emiliano José (1996: 20), “curvou-se ante o novo Príncipe”. Além de fazer a campanha de Collor, apoiou seu governo. A publicação da revista de 8 de julho de 1992, com a entrevista do motorista Eriberto Freire França, em que este denuncia que as contas do presidente Fernando Collor de Melo eram pagas por Paulo César Farias, foi a segunda matéria fundamental para o processo de *impeachment* de Collor, – a primeira havia sido a de Pedro Collor, concedida à revista *Veja*, na edição de 27/05/92.

Na eleição presidencial seguinte, em 1994, a caracterização de Luís Inácio Lula da Silva como “trabalhador” ou “operário” e também a exigência de competência técnica e política foi fortemente expressa na mídia. Como já foi pontuado nesse trabalho, essa questão pode ser observada através da frase da atriz Ruth Escobar, que durante um almoço em homenagem ao candidato do PSDB, Fernando Henrique Cardoso, disse que, “nessa eleição haveria duas opções, a escolha seria entre um encanador e um Jean Paul Sartre” – filósofo francês, existencialista. Essa percepção foi evidenciada na imprensa de referência nacional.

Em “A lei sou eu”, editorial publicado em 01/06/94, na página 13, com a frase de apoio: “Foi o que Lula disse, como se fosse um monarca do século XVII”, há uma duríssima crítica a Lula da Silva dizendo que ele colocou-se acima das leis, atribuindo-se poderes que os mais truculentos ditadores da História procuram dissimular por detrás dos

véus das chamadas legislações revolucionárias. Diz ainda que a afirmação de Lula chega muito perto da famosa frase “O Estado sou eu”. E que o inspirador do candidato vivia na Paris que passava do século XVII para o XVIII. Lula é ridicularizado pela revista, sendo duramente criticado por falar “bobagens”.

A edição de 08/06/94 apresenta uma matéria, p. 22-24, com o título “E se Lula ganhar?” falando da preferência dos setores empresariais por Fernando Henrique Cardoso, que é elogiado como o presidente que estabilizaria a economia, atrairia US\$ 50 bilhões em capital estrangeiro e governaria com maioria no Congresso.

Já o PT é desqualificado, sendo chamado de xiita. Diante da boa cotação de Lula nas pesquisas de intenção de voto, a matéria ressalta que a única salvação para Fernando Henrique Cardoso é o real.

Como já foi dito nesse trabalho, em campanha presidencial, para as eleições de 1994, Lula viajou cerca de 4 mil quilômetros, na Caravana da Cidadania, passando por mais de sessenta municípios, percorrendo os lugares mais pobres do Brasil, entre eles, o Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, região que é considerada uma das que possui o maior índice de pobreza do planeta.

Na verdade, a idéia da Caravana da Cidadania era antiga pois desde 1989 o PT havia elaborado um projeto de combate à fome, que fora entregue ao ministro do governo Collor, Antônio Cabrera, que não o colocou em prática. Posteriormente, ao assumir a presidência da República, Itamar Franco assumiu a campanha contra a fome, que acabou sendo liderada por Herbert de Souza, o Betinho.

Durante a Caravana da Cidadania, foram registrados vários conflitos entre a grande imprensa e Lula. Além da desqualificação constante de Lula e do PT, pela mídia, outra

característica foi a da omissão e do silêncio. Raramente a imprensa divulgava a Caravana, a não ser para desmerecer Lula e o Partido dos trabalhadores.

Assim, na revista de 22/06/94, é apresentada uma reportagem com o título “A grande família”, referindo-se aos 25 irmãos de Lula. Nela, é destacado que o candidato do PT não precisava ir tão longe com a Caravana da Cidadania, pois parte da família Inácio da Silva, era o retrato fiel dos “sem-teto”, conforme jargão do PT.

A matéria procura depreciar a família de Lula da Silva, mostrando o estado de indignação de alguns, como no caso do seu irmão, por parte de pai, José Rubens de Góes, que é mendigo em Ilhabela (SP). E explora o lado sensacionalista, mostrando uma foto do Rubinho, como é conhecido, além de descrever a sua aparência e condição – cabelos brancos, um único dente e a saúde abalada pelo álcool, sem teto, dormindo de favor em um pequeno barco, ou num galpão forrado com jornais.

Revela ainda que quando o irmão de Lula bebe, dorme em bancos da praça. A revista descreve que, no jargão petista, Rubinho, é um autêntico sem teto. E, que, caso Lula seja eleito, este terá que acrescentar à imensa lista de problemas a dificuldade de conviver com a pobreza de parte de seus familiares. A reportagem diz ironicamente que Lula não precisava ir tão longe com a caravana da cidadania – “pois sua família fornece um retrato fiel de excluídos”.

Em várias partes da matéria, *Istoé* fala do desconforto dos caiçaras e turistas ao ver o irmão do possível presidente da República vivendo como um mendigo, trajando farrapos sujos e deixando à mostra feridas pelo corpo. A revista superexplora a condição do Rubinho – diz inclusive que este morou com Lula em Vila Carioca de 1955 a 1959 e insinua que o candidato do PT o rejeitou, ignorando uma tentativa de contato.

A reportagem descreve outros estados de penúria da família Inácio da Silva, como o de sua irmã Marina da Silva, 36 anos, cinco filhos, dona de casa, com o marido desempregado, vivendo numa casa de três cômodos e sobrevivendo graças à distribuição de cestas básicas. Explora também a morte do patriarca – Aristides Inácio da Silva, como indigente, por problemas causados pelo consumo de álcool.

A fotografia de um Lula carrancudo, caracterizado com um olho roxo, sugerindo ter recebido um soco no rosto, estampa a capa de *Istoé* do dia 13/07/94, escrito – “Lula sente o golpe”, referindo-se às denúncias contra o seu vice Bisol e ao efeito da nova moeda – o Real.

Na reportagem de capa, páginas 19-23, há a revelação de uma série de incidentes ocorridos com Lula. Relata que a caravana do candidato petista percorreu o “velho chico” e foi recebida com desconfiança e vaias, no sertão de Minas; foi premiado com a primeira vaia da campanha. E, que o candidato do PT está cada vez mais à beira do atoleiro.

Segundo a revista, há dois modos de analisar uma pesquisa de opinião pública, um deles, é a leitura fria de seus números, sem levar em conta o contexto em que foram apurados. Visto sob esse aspecto, Lula possui folgada liderança de 38% da preferência, contra 21% de Fernando Henrique Cardoso, do PSDB, como foi constatado pelo DataFolha. O segundo modo de interpretar os números, de acordo com a revista, “é compará-los com outros dados e filtrá-los pela luz dos acontecimentos políticos”. “Por esse ângulo, a pesquisa é prenúncio de um lodaçal no caminho de uma caravana que se imaginava vitoriosa já no primeiro turno”. Percebe-se nitidamente que a revista está fazendo uma propaganda do plano Real, de Fernando Henrique Cardoso, principal opositor de Lula.

Em *Istoé* de 10/08/94 há na capa uma série de acusação ao PT – mostrando um cheque de sessenta e nove milhões e setecentos e vinte e nove mil cruzeiros, assinado pelo doleiro de Fernando Collor de Melo – Najun Turner, que, segundo a revista, foi depositado na conta do comitê eleitoral do PT em São Paulo. O título da capa diz: “O PT usa o doleiro de Collor”.

Em “Turner, doleiro do PT”, páginas 20-24, a reportagem tenta incriminar o Partido dos Trabalhadores fazendo sérias acusações, com supostas provas de que Najun Turner havia depositado um cheque de US\$ 7 mil, em 1992, na conta do PT.

Na edição seguinte, 17/08/94, *Istoé* escreve o editorial, com o título: “Nós fazemos jornalismo”, rebatendo a acusação de que a editora Três teria vínculos e compromissos com políticos ou partidos.

Conforme explica o editorial,

*Istoé* voltou a ser alvo, nos últimos dias, de afirmações irresponsáveis, de pessoas que pela maneira de agir se comportam como irresponsáveis, insinuando que a revista e a Editora Três têm vínculos e compromissos com políticos ou partidos. A central difamatória instalou-se a partir da publicação, na edição de 1297, de 10 de agosto, da informação de que um cheque do doleiro Najun Turner (...) foi depositado na conta do Comitê Eleitoral do Partido dos Trabalhadores, em São Paulo. (*Istoé*, 17 ago. 1994, p. 11: Nós fazemos jornalismo).

*Istoé* desqualifica o PT – falando que o partido não tem escrúpulos e usa impunemente métodos intimidatórios de ação e persuasão desviando a atenção da denúncia e investindo contra supostas ligações e interesses eleitorais da revista – “armando” contra a candidatura de Lula.

A revista ameaça o partido de ser interpelado por via judicial, caso o PT ou qualquer outra pessoa mencionar supostas ligações de *Istoé* com um determinado partido. “Se o PT ou qualquer outra pessoa ou instituição voltar a mencionar supostas “ligações” de *Istoé* ou da Editora Três, será imediatamente interpelado, por via judicial, e terá que provar essa afirmação”.

É importante observar, que ao contrário da publicação de *Istoé* em 23/08/89 – quando, acusada de ter “collorido”, ela se autojustifica, dizendo que nada impede que órgãos da imprensa tomem partido a respeito de tudo, inclusive na hora de uma eleição presidencial, na edição de 10/08/94, em “Nós fazemos jornalismo”, *Istoé*, diz nas entrelinhas, que pratica um jornalismo imparcial e objetivo. O editorial é finalizado com os seguintes dizeres: “Quem faz política é o PT, é a CUT, são os que tentam desqualificar uma denúncia até agora não respondida, denegrindo com uma linguagem de campanha e eleitoreira o veículo e a empresa, e que agora terão que provar, na Justiça aquilo que afirmam ou mesmo insinuam”.

A briga entre o PT e a revista vai parar na justiça eleitoral – que concede ao Partido dos Trabalhadores o direito de resposta.

A campanha eleitoral de 1994, tem início, com Luís Inácio Lula da Silva, à frente nas pesquisas de opinião pública, chegando a ser apontado como o vencedor no primeiro turno. No entanto, Fernando Henrique Cardoso havia atingido grande popularidade, devido ao Plano Real, que fora desenvolvido por sua equipe econômica, no governo do presidente Itamar Franco.

O país passava por um período de crescimento econômico, gerado por vários fatores, como o alto índice de reservas cambiais estrangeiras, que a equipe de Fernando Henrique havia herdado, e a imensa colheita agrícola no ano, que pôde manter os alimentos mais baratos. O Plano Real havia atingido o seu objetivo principal, que era o de combater a inflação.

Com o apoio dos principais veículos de comunicação do país, a credibilidade de Fernando Henrique foi crescendo. Em contrapartida, Luís Inácio Lula da Silva e o Partido dos Trabalhadores começaram a ser atacados pela grande imprensa. Essa percepção pode

ser constatada, como já foi pontuado nesse trabalho, diante do comportamento da mídia em relação à Caravana da Cidadania, quando Lula estava em campanha eleitoral. Nesse período, a imprensa de referência dominante fez vários ataques a Lula e ao seu partido. E foi, muitas vezes, acusada de estar fazendo propaganda do Plano Real e do seu criador – Fernando Henrique Cardoso.

A *Istoé* de 28/09/94 apresenta duas capas – a primeira é cedida ao PT como direito de resposta, além das cinco primeiras páginas da revista. Nessa edição, em “Nova armação contra o PT”, nas páginas 22-25, o Partido dos Trabalhadores prova que todas as acusações, de que o partido teria usado o doleiro de Collor, são falsas. E *Istoé* reage sem nenhuma ética tentando ridicularizar Lula, desqualificar o PT e sendo totalmente parcial no apoio a Fernando Henrique Cardoso.

Na segunda capa dessa edição o título é: “Lula compara o Brasil a uma república de bananas” e o subtítulo: “O candidato e o PT espalham no Exterior que as eleições no Brasil são ilegítimas e lembram uma republiqueta” e, uma chamada dizendo: “FHC exclusivo: “A esquerda viável sou eu. O PT ficou careta”. Através dessa capa percebe-se claramente o cerco da revista a Lula e ao PT. Ficou comprovado que *Istoé* não teve ética ao tentar manchar a imagem do Partido dos Trabalhadores e ter distorcido informações com base em declarações do doleiro de Collor que não gozava de nenhuma credibilidade.

Alguns jornais como, *O Jornal do Brasil*, editado em 06/08/94, publicou que “Najun garantiu que nunca negociou com ninguém ligado ao partido”. E a *Folha de S. Paulo* divulgou no dia 07//08/94 uma matéria informando que – “o doleiro Najun Turner negou ontem ter depositado US\$ 7 mil na conta bancária do PT em São Paulo”.

A matéria de capa – “Uma agressão à informação”, ressalta que as cinco primeiras páginas de *Istoé*, além da capa, “foram ocupadas por material produzido por algum

burocrata petista travestido de jornalista e diagramador”. A revista pede desculpas aos leitores pela péssima qualidade do texto e da apresentação gráfica, do referido material do PT. E questiona por que o editorial foi assinado pelo presidente do diretório municipal do Partido dos Trabalhadores, em São Paulo, Candido Vacarezza, “que além de outras funções de burocrata de partido político, exerce eventualmente a função de médico ginecologista. (...) O partido do sr. Lula, tão pródigo em militantes jornalistas, bem que poderia ter escolhido alguém mais afeito ao parto de textos opinativos”. (*Istoé*, 7 ago. 1994, p. 26: Uma agressão à informação).

Ainda nessa edição da revista, a reportagem com o título “Guerra das bananas”, nas páginas 30-32, *Istoé* instaura um verdadeiro conflito com Lula levantando calúnia e difamando tanto o candidato quanto ao seu partido. E ridiculariza o discurso de Luís Inácio Lula da Silva dizendo – “não fosse trágico, seria cômico”.

Na publicação de 05/10/94, em “Vitória cantada”, nas páginas 43-48, *Istoé* anuncia que a vantagem de Fernando Henrique Cardoso nas pesquisas aponta vitória no primeiro turno e que Luís Inácio Lula da Silva reforça seus comícios e aposta na boca-de-urna como última esperança.

Na campanha presidencial que se seguiu, em 1998, *Istoé* continua com a sua postura de combate a Lula e ao PT. Em “A hora da verdade”, nas páginas 28-32, publicação de 19/08/98, há denúncias contra o PT em relação ao tráfico de influência. Já na edição de 09/09/98 a revista fala da vantagem de candidato do PSDB sobre o petista e do lançamento do plano de Fernando Henrique Cardoso para o segundo mandato.

Num clima de “já ganhou” o título da matéria “Administrando a vitória”, nas páginas 7-9, aponta o candidato tucano como vencedor no primeiro turno. Percebe-se claramente o apoio de *Istoé* a Fernando Henrique Cardoso, ao dizer que a maioria da



população brasileira, de acordo com pesquisas eleitorais, entende que os efeitos da crise independem do atual governo FHC, e que o candidato do PSDB é o mais preparado de seus oponentes para governar o Brasil.

Nota-se claramente que *Istoé* assume a postura de apoiar o candidato Fernando Henrique Cardoso na campanha presidencial de 1998. Em outras campanhas, como na de Fernando Collor de Melo, em 1989, a revista já havia declarado, conforme já foi dito nesse trabalho, “que nada impede que órgãos da imprensa tomem partido na hora de uma eleição presidencial”. Essa atitude da revista põe em xeque, novamente, a questão da objetividade e da ética no jornalismo.

Quanto a Lula, segundo pesquisas eleitorais, de acordo com *Istoé*, não estava preparado para comandar o país, especialmente diante de uma crise econômica. Em “Lula contra o baixo astral”, nas páginas 14-15, a matéria reforça a idéia de que a população considera o candidato do PT despreparado para assumir o governo.

A publicação de 23/09/98 em “Aposta errada”, nas páginas 4-5, acusa o candidato do PT em ter falhado ao tentar convencer o eleitor de que Fernando Henrique Cardoso era o responsável pela crise econômica do país e revela uma longa distância em favor do candidato tucano em relação ao petista, nas intenções de voto.

Tanto no pleito de 1994, como no de 1998, percebe-se através das atitudes tomadas por *Istoé*, que ela apoiou o candidato do PSDB, Fernando Henrique Cardoso. Fez propaganda do Plano Real, inclusive. Luís Inácio Lula da Silva e o seu partido foram desqualificados pela revista, nos referidos pleitos. Foi constatado preconceito em relação ao candidato do Partido dos Trabalhadores, segundo a revista, por este “ter vindo de baixo”, como tantas vezes ela mesma ressaltou.

No pleito de 98 foi como se houvesse uma omissão e um silenciamento deliberados da eleição, por parte de *Istoé*. Conforme a percepção de Rubim (2003), Fernando Henrique Cardoso foi reeleito, em 1998, em uma disputa quase inexistente, deixando aberto um alinhamento de interesses mútuos entre o governo e a mídia.

No pleito seguinte, em 2002, Luis Inácio Lula da Silva, teve uma ampliação de apoios – resultado da conjugação de vários fatores. Pode-se destacar, entre eles, a composição da chapa com o Partido Liberal – PL, a partir da escolha do seu vice, José de Alencar, que contribuiu para minimizar as resistências de setores mais conservadores à candidatura de Lula.

Em “Prioridade: Emprego”, nas páginas 36-38, da publicação de 31/07/02 há uma apresentação do lançamento do programa de governo do candidato Lula, dando prioridade ao combate ao desemprego. A matéria relata que 66% dos entrevistados numa pesquisa eleitoral, ao serem indagados se a eleição do petista significaria o caos, a resposta foi não. Apesar de fazer referência ao estigma do medo que a própria imprensa criou em relação a Lula, já não instiga tanto o terror, com a possível vitória do candidato petista. Mas é possível observar que há um teor de maldade na pergunta “se a eleição de Lula significaria o caos”.

“Ao serem perguntados se a eleição de Lula significaria o caos, com a perda de investimentos estrangeiros, queda na produção e conseqüente redução no nível de emprego, 66% dos entrevistados responderam que não acreditam nessa tese”. (*Istoé*, 31 jul. 2002, p. 37: Prioridade: emprego).

A publicação de 07/08/02 em “Ciro atropela”, nas páginas 26-30, anuncia que “a 66 dias da eleição, o candidato da Frente Trabalhista ultrapassa Lula, abre vantagem de 13

pontos no 2º turno e a rejeição ao petista cresce”. Segundo a matéria, Ciro Gomes teria ultrapassado o candidato petista, com 34,6% das intenções de voto contra 33,6 do petista.

*Istoé* procura ressaltar que Lula é rejeitado pela população, por não ter capacidade para o governo do país. “Percorrendo a trilha da rejeição, percebe-se que Lula terá que, mais uma vez, desarmar a bomba montada por seus adversários a cada eleição: de que não tem experiência para governar o país”.

Em “Lula quebra o gelo”, nas páginas 36-38, há um comentário de que o petista abriu espaço para dialogar com o empresariado, mas adverte que não é o nome preferido da elite. De acordo com a revista, o tucano José Serra é o preferido “dos poderosos da indústria e dos bancos”. Novamente *Istoé* resalta que o candidato petista não tem capacidade para governar o país – “Lula e o PT provocam o temor de que não sejam capazes de contornar os gigantescos desafios econômicos. (...) O mercado financeiro e os bancos nacionais e internacionais têm receio. Ainda temem que o PT abandone a estabilidade da moeda”.

A revista ironiza a postura de Lula mais *light*, dizendo que “o novo Lula conseguiu desfazer a imagem de bicho-papão estatizante”. Mas, também, destaca declarações de empresários importantes elogiando o candidato do PT.

Em 14/08/02 *Istoé* estampa a foto de Lula na capa, sorridente, usando gravata, numa postura descontraída e simpática – com o título “Lula não assusta mais”. A matéria de capa, com o título “Capitalismo de resultado”, nas páginas 24-28, divulga várias declarações de grandes empresários fazendo elogios ao petista. É interessante notar que a maioria das frases ditas pelos empresários destacadas pela revista faz menção à palavra medo – ainda que a referência seja à falta de medo, caso o candidato do PT, seja eleito.

Expressões como – deixa de assustar, sem preconceito, não provoca mais medo, bicho-papão, nenhum sinal do “palavrão” socialismo seguem a tônica do discurso de *Istoé*. Percebe-se, que apesar da revista se mostrar aparentemente rendida ao Lula *light*, há por trás da sua linguagem: ironia, sarcasmo e crítica.

Pode-se constatar essa observação, entre outras edições, na de 25/09/02. Nela, há uma foto do candidato José Serra, na capa, dizendo, “Vamos ver se o Lula é de verdade ou não”. Essa frase, veiculada pela revista, é extremamente reveladora – ela instiga a oposição e carrega uma grande dose de sarcasmo.

A reportagem de capa com o título “Assédio aos infiéis”, páginas 24-28, relata que enquanto Serra ataca o PT, Lula reage tentando atrair os eleitores migrantes para vencer no primeiro turno. *Istoé* diz ironicamente, que a estratégia do publicitário de José Serra, Nelson Biondi, é a de desconstruir a imagem do “Lula do bem”. A matéria dá grande destaque aos ataques de Serra ao candidato do PT, por este, não possuir curso superior.

A revista de 09/10/02 apresenta a capa, com o título, “E agora é Lula? A reportagem “Emoção na reta final”, nas páginas 24-29, descreve a eleição de 2002, como a mais acirrada dos últimos tempos, e que Lula chega na reta final, com chance de tornar-se presidente no primeiro turno.

A capa de *Istoé* de 16/10/02, apresenta a manchete “Os preparativos para a batalha final”, com uma foto dos rostos dos presidentiáveis e ex-presidentes. Estrategicamente, os que estão do lado esquerdo da capa, e que fizeram coligação com o PT, estão posicionados ao lado de Lula – e os que apóiam José Serra, estão ao lado deste, à direita. O candidato do PT e Serra, mais destacados, simulam uma luta de boxe.

Em “A luta contra a aritmética”, nas páginas 24-30, são contabilizados os votos do candidato tucano, a fim de especular, se chegará ao segundo turno. Sarcasticamente, a

revista diz que só mesmo um fato surpreendente e imprevisível como, “Lula antecipar a nomeação de Fernandinho Beira-Mar para o Ministério da Defesa – poderá provocar uma revolução aritmética eleitoral”.

*Istoé* de 30/10/02 dedica a capa ao petista, mostrando uma foto deste, com um sorriso de vitória e pose de estadista com uma bandeira do Brasil ao fundo. E, apresenta a manchete, “Lula – como será o Brasil do novo presidente”.

“Do marechal ao operário. Depois de 500 anos de história e 113 de República, a democratização do poder no Brasil no século XXI é vermelha e tem como símbolo uma estrela de cinco pontas”.

É possível notar que *Istoé* continua instigando o medo em relação a Lula na presidência ao se referir à cor vermelha. Sabe-se que o vermelho é a cor que simboliza o comunismo, como se ainda estivesse alertando para o “perigo” da situação.

A matéria faz referência ao Lula operário várias vezes. Como já foi pontuado nesse trabalho, é importante ressaltar, que a não ser Lula, nenhum outro candidato é chamado pelos seus antigos cargos.

Luís Inácio Lula da Silva, um ex-torneiro mecânico que chegou a São Paulo em cima de um pau-de-arara para tentar a vida é o novo presidente da República. (...) Hoje cabe a um ex-operário pôr a Nação nos trilhos de uma revolução social. (...) Depois de 13 anos que disputou pela primeira vez o Planalto, ele finalmente derrubou um muro de preconceitos. Lula é o 30º presidente da República e o 17º eleito pelo voto direto, é o primeiro sem diploma a governar o país. Está na sua mão esquerda, a marca indelével de sua origem social: a ausência do dedo mindinho, decepado num torno mecânico. (*Istoé*, 30 out. 2002, p. 24: Do marechal ao operário).

Através das análises das matérias selecionadas de *Istoé*, do período que abarca a liderança sindical de Lula, nos anos 78-79-80 percebe-se que a linha editorial da revista é totalmente favorável ao líder sindical. *Istoé* deu grande visibilidade a Lula e o colocou como um personagem fundamental na história do país naquele momento específico da

transição política, em que a sociedade aspirava por um regime democrático, que rompesse com o antigo regime autoritário.

Um dos adjetivos qualificadores usados por *Istoé* em relação ao ator foi o de “herói” – alguém que conseguiu resistir e lutar contra o poder, numa época de extrema repressão, mobilizando milhares de trabalhadores para lutarem por seus direitos. É a partir desse momento histórico nacional, das greves do ABC paulista, que a semanal *Istoé* inicia a construção da identidade do ator político Lula – estampado-o seguidamente nas capas das revistas. Em 1978, Lula foi capa das publicações de 01/02/1978 e 19/09/1978, em 1979, da edição de 02/05/1979, e em 1980, das edições de 02/04/1980 e 23/04/1980. É notável a cobertura que a revista deu ao líder sindical nesse período.

*Istoé* percebeu a importância do novo sindicalismo, que surgia num momento histórico nacional, de redemocratização. E, contribuiu com a sua linha editorial para apoiar esse fenômeno impossível de ser ignorado, que tinha Lula, como o personagem-símbolo. É possível, até mesmo, reconstituir a sua biografia, a partir das matérias de *Istoé*, nesse período. Sua origem humilde, a forma como saiu do interior de Pernambuco, sua chegada a São Paulo – a família, os amigos. Enfim a revista revela detalhes de sua vida pessoal. É também notória a forma como a revista enaltece o líder sindical Lula – defendendo-o, qualificando-o, comparando-o a um verdadeiro herói.

A cobertura de *Istoé* em relação a Lula foi tão grande no período das greves do ABC, dos anos 78 até 80, que a própria revista em seu aniversário de 200 edições, datada de 22/10/80, em um caderno especial fala que várias vezes em áreas do governo, jornalistas de *Istoé* foram obrigados a rebater as afirmações de que a revista é que mitificou um operário chamado Lula, e justifica – “como se Lula não tivesse acontecido sem a revista”.

De acordo com *Istoé* essa era uma maneira equivocada de dar os fatos e uma afirmação até injusta com relação à figura de Lula, mais ainda ao novo operariado brasileiro. Durante esse período, a revista defendeu Luís Inácio Lula da Silva como o personagem fundamental do novo sindicalismo – movimento que *Istoé* analisa como de profunda importância na transformação do país, que trouxe para a nação novos ares de contemporaneidade.

Através da cobertura do semanário às eleições para governo do Estado em 1982, nota-se que houve uma mudança na atitude da revista em relação ao ator político Lula. É como se, a partir, da candidatura do petista ao governo do Estado de São Paulo, surgissem os preconceitos da imprensa por ele ter entrado na disputa eleitoral. Lula já não é mais aplaudido por suas atitudes.

Durante o movimento das greves do ABC paulista, quando, ainda era líder sindical, a revista destacava pronunciamentos de Lula que revelavam extrema lucidez, sendo elogiado pela mesma. Em contrapartida quando se candidatou ao governo do Estado de São Paulo, *Istoé* lança críticas veementes ao seu discurso. É importante observar que no início da década de 80, *Istoé* passou por uma reformulação editorial. Nas mãos de outros editores, ela perdeu um pouco da sua combatividade. Com isso, percebe-se que houve uma pré-disposição de *Istoé* em aceitar o sindicalista e não apoiar o político Lula.

No episódio em que Lula se candidata a deputado federal no Estado de São Paulo, em 1986, praticamente não houve cobertura da mídia.

Nos dois pleitos em que Fernando Henrique Cardoso saiu vitorioso, em 1994, e 1998, é possível notar pela postura de *Istoé*, que ela apoiou o candidato do PSDB e até fez propaganda do Plano Real. Já, Luís Inácio Lula da Silva e o PT, foram desqualificados pela revista.

Em 1994, a caracterização de Luís Inácio Lula da Silva como “trabalhador” ou “operário” e também a exigência de competência técnica e política foi fortemente expressa em *Istoé*. A revista apoiou abertamente a campanha de Fernando Henrique Cardoso. E, reforçou o preconceito, arraigado na sociedade brasileira, de que Lula não tinha capacidade para governar a Nação por não ter um diploma universitário.

Em outras campanhas, como na de Fernando Collor de Melo, em 1989, a revista já havia declarado “que nada impedia que órgãos da imprensa tomassem partido na hora de uma eleição presidencial”.

No pleito de 2002, *Istoé* recorre à divulgação do medo quanto ao risco representado por uma eleição de Luís Inácio Lula da Silva. A revista procura demonstrar as posturas do Partido dos Trabalhadores como radicais e o seu projeto político como anacrônico, sustentando a tese de que faltava realismo às propostas políticas de Lula e alegando que isso se devia à sua ignorância por não possuir competência técnica.



## 5 – Considerações finais

Conforme foi visto, a construção do ator político Luís Inácio Lula da Silva através das revistas semanais de informação *Veja* e *Istoé* se deu num campo de disputa do jogo político, em que os meios de comunicação de massa atuam também, como atores. Foi constatado que a relação entre esses dois “atores”, (das duas revistas com Lula) exceto no período em que ele se consolidou como líder sindical, 1978-1980, sempre foi conflituosa. Ou seja, houve uma postura fartamente manifesta de ambas em não apoiar o líder político Lula, mas em contrapartida a aceitação do líder sindicalista foi manifesta mais por *Istoé* do que por *Veja*.

A questão da rejeição pode-se argumentar é mais profunda e pode ser atribuída a atitudes oriundas de posições de classe. É como se os jornalistas rejeitassem um líder político que não tenha surgido das elites e não seja portador de um diploma universitário. Percebe-se que, para esses profissionais, há sempre o pressuposto de que o ator político Lula não tem “conhecimento” ou “saber”, usando como parâmetro um conceito de saber que é acadêmico.

Mesmo que a imprensa defenda os interesses de classe pelos proprietários das empresas jornalísticas é preciso levar em conta, como já foi afirmado nesse estudo, é

através da ação cotidiana dos profissionais, isto é, repórteres, redatores, que tais interesses se explicitam no quotidiano jornalístico.

Constatou-se que as duas revistas fizeram oposição a Lula desde que este se candidatou em 1982, ao governo do Estado de São Paulo. E continuaram lhe fazendo oposição nas eleições que se seguiram, em 1986, 1994, 1998 e 2002. No episódio em que Lula se candidata a deputado federal no Estado de São Paulo, em 1986, praticamente não houve cobertura por parte das duas revistas.

Nota-se que apesar de *Veja* e *Istoé* confluírem-se ideologicamente quanto à abordagem dos principais episódios da vida do ator político Lula, a narrativa de uma em relação à outra é completamente diferente, principalmente no período em que Lula surgiu como líder sindical.

Em meados da década de 1970, *Veja* investiu na padronização dos textos, dando a impressão de ter sido escrita do início ao fim, pela mesma pessoa. Com o objetivo de concorrer com o estilo “pasteurizado” desta, *Istoé* optou pela personalização das suas matérias, contando com a colaboração de vários intelectuais, como o cientista político Francisco Weffort e o jurista Raymundo Faoro. Esse estilo de texto mais autoral acompanha a revista, desde o seu lançamento em maio, de 1976.

A trajetória editorial de *Istoé* revela dados importantes quanto à abordagem do ator político Lula. Durante o movimento de greves do ABC paulista, o editor-chefe da revista, Mino Carta, foi um dos primeiros jornalistas a constatar o fenômeno do novo sindicalismo que surgia no país. A revista deu muita cobertura ao “Lula, líder sindical”, soube detectar a importância desse ator e defendeu abertamente a livre manifestação do novo sindicalismo, do qual este era o personagem-símbolo.

A cobertura de *Istoé* em relação a Lula foi tão grande no período do movimento das grandes greves, dos anos 78 até 80, que a própria revista em seu aniversário de 200 edições, datada de 22 de outubro de 1980, em um caderno especial, intitulado “Mais um copo, por *Istoé*”, fala que várias vezes em áreas do governo, jornalistas da revista, foram obrigados a rebater as afirmações de que a revista é que mitificou um operário chamado Lula, e justifica “como se Lula não tivesse acontecido sem a revista”.

Foi constatado que no período de liderança sindical, *Istoé* qualificou Lula como um verdadeiro herói. Em várias matérias desse período, ele é chamado de herói, mártir, personagem-símbolo do novo sindicalismo.

Conforme explica M. Goreti de Queirós<sup>5</sup>, responsável pelo setor de Atendimento ao Leitor de *Istoé*, “no início dos anos 80, nas mãos de outros editores, *Istoé* perdeu um pouco combatividade”. Percebe-se, inclusive, que a abordagem do ator político Lula foi, em parte, afetada. Pode-se constatar esse fato, quando ele concorre às eleições, pela primeira vez, em 1982, ao governo do Estado de São Paulo. Ao contrário do período de liderança sindical, em que as declarações de Lula eram ressaltadas na revista como “brilhantes e lúcidas”, em 82, os chamados “escorregões políticos” do petista são destacados em algumas matérias de *Istoé*.

Em setembro de 1981, em poder da Editora Três, a revista tornou-se simplesmente *Senhor*, que era essencialmente constituída por reportagens econômicas. A editora Três recuperou a marca *Istoé* em julho de 1988; desse modo surgiu *Istoésenhor*, que abordava assuntos de interesse geral.

---

<sup>5</sup> Em entrevista por e-mail concedida a autora em 11 de novembro de 2005, M. Goreti de Queirós, responsável pelo setor de Atendimento ao Leitor informou que “no início dos anos 80, nas mãos de outros editores, *Istoé* perdeu em parte sua combatividade”. Com uma redação composta por Nei Carvalho, Joaquim Rodrigues Matias, Celso Ramaglio, a revista *Senhor* oferecia aos leitores reportagens essencialmente econômicas.

Nos anos 90, a semanal de informação passou a ser *Istoé* e novamente é reformulada editorialmente, sendo priorizados três blocos: notícias da semana, reportagens que tratavam de temas nacionais e internacionais e fatos de arte e cultura. Nesse período acontece a saída do jornalista Mino Carta.

Quanto à cobertura de *Veja* nos pleitos em que Lula foi candidato, percebe-se que a revista procurou tratar a política como domínio de instituições e práticas desmoralizadas, e assumiu um tom de sarcasmo e ironia ao falar do jogo eleitoral. Aliás, nota-se que, em comparação com *Istoé*, *Veja* utiliza bem mais o sarcasmo e a ironia em sua narrativa do que a outra semanal.

Observa-se que, principalmente em 2002, *Veja* utilizou várias estratégias discursivas como a ironia, a metáfora, e associações/comparações, com o objetivo de obter a adesão dos leitores para a sua argumentação. Como estratégia discursiva, o jornalismo impresso pode recorrer à ironia, através da organização de uma seqüência irônica de linguagem verbal e visual, combinando textos-fotos, texto-legenda e texto-ilustração.

Quanto ao pleito de 1989, não há como discordar da síntese de autoria de Kucinski,: “os barões da imprensa deram a contribuição decisiva à campanha da burguesia para derrotar Lula a qualquer preço, pois operaram um quadro de decadência da reportagem no jornalismo brasileiro, de redução de sua capacidade analítica e de memória histórica, causado pelo afastamento de jornalistas mais velhos e, especialmente de perda de demarcação ética”.

Na eleição presidencial seguinte, em 1994, a caracterização de Luís Inácio Lula da Silva como “trabalhador” ou “operário” e também a exigência de competência técnica e política foi fortemente expressa em *Veja* e *Istoé*. Ambas apoiaram abertamente a campanha de Fernando Henrique Cardoso. E reforçaram o preconceito, arraigado na sociedade

brasileira, de que Lula não tinha capacidade para governar a Nação por não ter um diploma universitário.

Aliás, nos dois pleitos em que Fernando Henrique Cardoso saiu vitorioso, em 1994, e 1998, é possível notar pela postura das duas revistas, que elas apoiaram o candidato do PSDB. Fizeram propaganda do Plano Real, inclusive. Já, Luís Inácio Lula da Silva e o PT, foram desqualificados pelas revistas, nos referidos pleitos.

Conforme foi investigado, em 2002, *Veja* e *Istoé* recorreram à divulgação do medo quanto ao risco representado por uma eleição de Luis Inácio Lula da Silva. As revistas procuraram demonstrar as posturas do Partido dos Trabalhadores como radicais e o seu projeto político como anacrônico, sustentando a tese de que faltava realismo às propostas políticas de Lula e alegando que isso se devia à sua ignorância por não possuir conhecimento suficiente e lhe faltar experiência administrativa.

Foi constatado em suma, que a cobertura da revista *Veja* foi mais direta em relação à rejeição ao ator político Lula, no período estudado. A publicação revela claramente em seus textos uma abordagem preconceituosa e até desqualificadora sobre Lula da Silva, ao contrário da sua concorrente, a *Istoé*, cuja abordagem é mais elaborada, apresentando em seus textos uma narrativa mais branda, menos irônica e mais matizada.

O que se percebe é que a revista *Veja* utilizou extensivamente recursos como a ironia e o sarcasmo em suas matérias ao se referir ao fundador do Partido dos Trabalhadores. Com isso demonstra seu alinhamento aos setores que revelam a ideologia de que o fato de o país ter sido sempre governado pelas elites, o surgimento e o protagonismo de um líder popular numa sociedade excludente, constitui, simplesmente, um problema político.

## 6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ABRAMO, Perseu. **Um trabalhador da notícia: textos de Perseu Abramo**. São Paulo: Editora Fundação Abramo, 1997.

ABREU, Alzira Alves de. **Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

AGUIAR, Carly B. de. **Imprensa e eleições 89: imagens e atores da política**. Comunicação & Política, s.s., v. 1. n° 3. pp. 179-194, abr./jul. 1995.

\_\_\_\_\_. **Mídia e autoritarismo no Brasil Pós-64 a propósito de continuidades rupturas**. Comunicação e Veredas – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Unimar – Universidade de Marília, ano III – n° 3, novembro, 2004.

ALMEIDA, Jorge. **Como vota o brasileiro: perfil ideológico do eleitor e evolução do voto nas pesquisas de opinião de 1994**. São Paulo: Xamã, 1998.

\_\_\_\_\_. **Lula, Serra e a disputa pelo discurso da “Mudança” em 2002**. 12<sup>a</sup> COMPÓS. Recife, 3 a 6 de junho de 2003. Anais...Recife: GT Comunicação e Política, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.

BETTO, Frei. **Lula: biografia política de um operário**. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do campo da comunicação**. In: FAUSTO NETO, Antônio et al (Orgs.). **O campo da comunicação: caracterização, problematização e perspectivas**. João Pessoa: Ed. Universitária, 2001. p. 11-39.

\_\_\_\_\_. **Interação e Recepção**. In: FAUSTO NETO, Antônio et al (Orgs.) **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. Porto Alegre: EDPUCRS, 2001. p. 109-136. Coleção Comunicação 11, Coedição da EDIPURS e COMPÓS.

BRAIT, Beth. **Ironia e perspectiva polifônica**. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1996.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade – para uma teoria geral da política**. 10<sup>a</sup> ed. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

\_\_\_\_\_. **O futuro da democracia - uma defesa das regras do jogo**. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

\_\_\_\_\_. **Elogio da serenidade e outros escritos morais**. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

BORRAT, Héctor. **El periódico, actor del sistema político**. Anàlisi 12, 1989, 67-80

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

\_\_\_\_\_. A influência do jornalismo. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. p. 99-117.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa latiu para o lado errado**. Teoria & Debate, São Paulo, n. 21, p. 10-21, 2º trimestre de 1993. (mai/jun/jul).

BURKE, P. **A fabricação do rei. A construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

CAVALCANTE FILHO, José (org.). **Comunicação e poder**. São Paulo, Record, 1994.

FIGUEIREDO, Marcus; ALDÉ, Alessandra. **Intenção de voto e propaganda política: efeitos e gramáticas da propaganda eleitoral**. 12<sup>a</sup> COMPÓS. Recife, 3 a 6 de junho de 2003. Anais... Recife: GT Comunicação e Política, 2003.

\_\_\_\_\_. **Mídia, mercado de informação e opinião pública**. In: GERMAN, Chistiano...(et al.); organização, César Guimarães, Chico Junior. **Informação e Democracia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000, p. 39-46.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 9<sup>a</sup> ed., Petrópolis: Vozes, 1985.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

IANNE, Otávio. “**O príncipe eletrônico**”, In Dowbor, L. et Al, (org.) **Desafios da Comunicação**, Vozes, Petrópolis. 2001 p. 62-76.

JAGUARIBE, Hélio. **Brasil: crise e alternativas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974.

JOSÉ, Emiliano. **Imprensa e poder; ligações perigosas**. Editora da Universidade Federal da Bahia; São Paulo: Hucitec, 1996.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

\_\_\_\_\_. **As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

\_\_\_\_\_. **Imprensa e democracia no Brasil**. Universidade e Sociedade. Ano VIII, nº 15, fev. 1998, p. 6-10.

LIMA, Venício de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave de análise do discurso**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Imprensa e capitalismo**. São Paulo: Kairós Livraria Editora Ltda, 1984.

MENEGUELLO, Rachel. **PT: a formação de um partido 1979-1982**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1989.

\_\_\_\_\_. **A face dominante da esquerda brasileira: avanços, mudanças e dilemas do Partido dos Trabalhadores**. In: NICOLAU, Jairo e outros. **Eleições e partidos**. Cadernos Adenaver IV (2003), nº 1, Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenaver, abr. 2003.

MIGUEL, Luis Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, nº 55-6, 2002, p. 155-184, 2002.



\_\_\_\_\_. **Discursos cruzados: telenoticiário, HPEG e a construção da agenda eleitoral.** 12ª COMPOS. Recife, 3 a 6 Jun. Anais... Recife: GT Comunicação e Política, 2003.

\_\_\_\_\_. **O campeão da união: o discurso de Fernando Henrique na campanha de 1994.** In: Comunicação & Política. Rio de Janeiro. Nº1, p.49-82 – 1998.

\_\_\_\_\_. **Mídia e manipulação política no Brasil – a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 e 1998.** Comunicação & Política, Rio de Janeiro, n. 2 e 3, v. VI, P. 119-138, maio/dez. 1999.

MILLS, C. Wright. **A elite do poder.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2ª ed., 1968.

MOREL, M. **Lula, o metalúrgico: anatomia de uma liderança.** Rio de Janeiro: Nova Froteira, 1981.

NETO, Antônio Fausto. **O corpo falado: a doença e morte de Tancredo Neves nas revistas semanais brasileiras.** 2ª ed., Belo Horizonte: PUC-MG, FUMARC, 1989.

PACCOLA, Carina. **Um retrato de quem retrata o mundo: um estudo sobre a estruturação da prática profissional do jornalista.** 2003. 174f. Dissertação de mestrado em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Londrina. Londrina, Paraná.

PARANÁ, Denise. **Lula, o filho do Brasil.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

RODRIGUES, Iram Jácome (org.). **O novo sindicalismo: vinte anos depois.** Editora Vozes, Petrópolis, 1999.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **As imagens de Lula presidente.** In: FAUSTO NETO, Antônio; VEÓN, Eliseo (orgs.). **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral.** São Leopoldo: Unisinos, 2003.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2003.

SINGER, André. **Nota sobre o papel da imprensa na transição brasileira.** FILGUEIRA, H Carlos (org.). In: **Prensa y transición democrática: experiencias recientes en Europa y America Latina.** Madrid: Iberoamericana, 1994, pp.178-187.

SKIDMORE, Thomas E. **Uma história do Brasil.** São Paulo: Paz e Terra, 1998.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do Grotesco: introdução à cultura de massa brasileira.** 4ª ed., Petrópolis, Vozes, 1975.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

TOURAINÉ, Alain. **Crítica da modernidade.** Petrópolis: Vozes, 1999.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea.** Quarta edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista.** São Paulo: Summus, 1996.

WEFFORT, Francisco. **“Jornais são partidos?”** in: Lua Nova Revista de Cultura e Política, jul./set., 1984, pp. 37-40, vol.1, nº 2.

### QUADRO 1 – PRINCIPAIS EPISÓDIOS DA VIDA POLÍTICA DE LULA

| ANO (S)    | PRINCIPAIS EPISÓDIOS   |
|------------|--|
| 1978-79-80 | Lidera os trabalhadores metalúrgicos nas greves do ABC paulista.   |
| 1980       | Lidera a fundação do PT – Partido dos Trabalhadores;<br>É preso pelo DOPS – Departamento de Ordem Política e Social, durante 31 dias.                    |
| 1982       | Candidata-se a governador do Estado de São Paulo, recebendo um total de 1.144.648 votos.   |
| 1983       | Lidera a criação da CUT – Central Única dos Trabalhadores.   |
| 1986       | Torna-se, no pleito de 1986, o deputado federal mais votado do país, com 651.763 votos.  |
| 1989       | Candidata-se à Presidência da República e chega ao segundo turno das eleições, com 16 milhões de votos, mas é derrotado por Fernando Collor de Melo.     |
| 1994       | Candidata-se à Presidência da República e é derrotado no primeiro turno por Fernando Henrique Cardoso, que conquista 34.364.217 votos contra 17.112.255. |
| 1998       | Candidata-se à Presidência da República e perde para Fernando Henrique Cardoso, que é reeleito no primeiro   |

|      |   |
|------|---|
|      | turno. Foram 35.923.259 votos do candidato do PSDB contra 21.470.442 votos de Lula.   |
| 2002 | Concorre pela quarta vez à Presidência da República e conquista a vitória batendo o recorde de votos em eleições presidenciais no Brasil, com 115 milhões de eleitores. Alcança 52.788.428 votos contra 33.366.430 votos de seu adversário José Serra do partido da Social Democracia Brasileira. |

## **ANEXO 1 – EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ***

### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1978**

- 1) *Istoé*, 01/02/78
  - Capa: Lula e os trabalhadores do Brasil
  - O antepelego. P. 4-7.
- 2) *Istoé*, 31/05/78
  - Greves, ganhos e perdas. P. 67-68.

### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1979**

- 1) *Istoé*, 02/05/79
  - Capa: Lula prepara-se para o confronto
  - O confronto é ruim para todos. P. 3.
- 2) *Istoé*, 01/08/79
  - Capa: Os trabalhadores podem fazer política?
  - Afinal o que é esse PT? P. 4-9.
  - Trabalhadores? Que medo...p. 3.
- 3) *Istoé*, 19/01/79
  - Capa: O governo e as greves – aonde vai Lula?
  - Pelo jogo da verdade. P. 10-13.

### **EXEMPARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1980**

- 1) *Istoé*, 02/04/80
  - Capa: Lula na encruzilhada
  - Editorial: O pássaro de São Bernardo. P. 3.

- Lula nos últimos dias? P.76-81.
- 2) *Istoé*, 09/04/80
  - As surpresas da greve. P. 4-11.
- 3) *Istoé*, 23/04/80
  - Capa: Cassado?
  - Lula cassado. E agora? P. 4-9.
- 4) *Istoé*, 14/05/80
  - Capa: Por que Lula está preso?
  - Editorial: Humilhação para todos. P. 3.
  - É hora de pensar em Lula. P. 4-8.
- 5) *Istoé*, 28/05/80
  - E de repente chegou Lula, libertado. P. 20-23.
- 6) *Istoé*, 04/06/80
  - Artigo. Sem fermento, sem receitas. P.22.

#### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1982**

- 1) *Istoé*, 01/09/82
  - A resposta é não. P. 28-29.
- 2) *Istoé*, 20/10/82
  - Brasilianas. P. 21.
- 3) *Istoé*, 17/11/82
  - A grande eleição, um marco na vida do país. P. 22-25.
- 4) *Istoé*, 24/11/82
  - A derrota foi pior do que a prevista. P. 31.

#### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1989**

1º Turno: 11 de novembro de 1989.  
2º Turno: 17 de dezembro de 1989.

- 1) *Istoé*, 23/08/89

-Honestidade e independência – resposta aos leitores desconfiados. De si mesmos? P. 30-31.

2) *Istoé*, 04/10/89

-Capa: Como é duro ser de esquerda

-Um candidato de carne e osso. P.36-41.

3) *Istoé*, 18/10/89

-A semana do vai-não-vai. P. 37-39.

4) *Istoé*, 01/11/89

-Lula assombra. P. 30.

-O metalúrgico sobe. P. 30-31.

5) *Istoé*, 22/11/89

- A bandeira da esquerda. P. 41-44.

6) *Istoé*, 29/11/89

-Capa: Em lugar de um Estado gigantesco e corrupto, queremos que ele seja racional e eficiente.

- Socialismo só tem lógica com liberdade, autonomia sindical e democracia. Sem isso é ditadura.

7) *Istoé*, 20/12/89

-Capa: No olho mecânico

-Golpe abaixo da cintura. P. 30-35.

8) *Istoé*, 13/12/89

-Cadê o estadista? P. 29.

## **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1994**

1) *Istoé*, 01/06/94

-A lei sou eu. P. 13.

2) *Istoé*, 08/06/94

-E se Lula ganhar? P. 22-24.

3) *Istoé*, 22/06/94

-A grande família. P. 32- 35.

4) *Istoé*, 13/07/94

-Capa: Lula sente o golpe.

5) *Istoé*, 27/07/94  
-Capa: Lula desaba.  
-De cabeça para baixo. P.21-24.

6) *Istoé*, 10/08/94  
-O PT usa o doleiro de Collor  
-Turner, doleiro do PT. P. 20-24.

7) *Istoé*, 17/08/94  
-Nós fazemos jornalismo. P.11.

8) *Istoé*, 28/09/94  
-Capa: O PT  
- Capa: Lula compara o Brasil a uma república de bananas  
- Nova armação contra o PT. P. 22-25.  
- Guerra das bananas. P. 30-32.

#### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 1998**

- 1) *Istoé*, 19/08/98  
- A hora da verdade. P. 28-32.
- 2) *Istoé*, 09/09/98. Edição Especial – Eleições 98  
- Administrando a vitória. P.7-9.
- 3) *Istoé*, 16/09/98. Edição Especial – Eleições 98  
- Lula contra o baixo astral. P. 14-15.
- 4) *Istoé*, 23/09/98. Edição Especial – Eleições 98  
- Aposta errada. 4-5.

#### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *ISTOÉ* DE 2002**

1º Turno: 06 de outubro de 2002.  
2º Turno: 27 de outubro de 2002.

- 1) *Istoé*, 31/07/02  
- Prioridade: Emprego. P. 36-37.
- 2) *Istoé*, 07/08/02  
- Ciro atropela. P. 26-30.

- Lula quebra o gelo. P. 36-38.
  
- 3) *Istoé*, 14/08/02
  - Capa: Lula não assusta mais.
  - Capitalismo de resultado. P. 24-28.
  
- 4) *Istoé*, 25/09/02
  - Capa: Vamos ver se Lulinha paz e amor é de verdade ou não.
  - Assédio aos infiéis. 24-28.
  
  
- 5) *Istoé*, 09/10/02
  - Capa: E agora é Lula?
  - Emoção na reta final. P.24-29.
  
- 6) *Istoé*, 16/10/02
  - Capa: Os preparativos para a batalha final.
  - A luta contra a aritmética. P. 24-30.
  
- 7) *Istoé*, 30/10/02
  - Lula – como será o Brasil do novo presidente.
  - A pintura do metalúrgico. P. 20-21.
  - Feliz aniversário. P. 22-32.

## **ANEXO 2 – EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *VEJA***

### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *VEJA* DE 1978**

1) *Veja*, 24/05/78  
- A primeira grande greve. P. 91-95.

2) *Veja*, 31/05/78  
- Capa: A agonia da lei de greve.  
- Em paz, mas em greve. P. 68-73.

### **EXEMPLAR SELECIONADO DA REVISTA *VEJA* DE 1980**

1) *Veja*, 23/04/80  
- O fim do vôo cego. P. 20-23.

### **EXEMPLAR SELECIONADO DA REVISTA *VEJA* DE 1982**

1) *Veja*, 25/08/82  
- O salto de Montoro. P. 23-24.

### **EXEMPLAR SELECIONADO DA REVISTA *VEJA* DE 1986**

1) *Veja*, 26/11/86  
- As regras do jogo. P. 56-63.

### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *VEJA* DE 1989**

1º Turno: 11 de novembro de 1989.  
2º Turno: 17 de dezembro de 1989.



- 1) *Veja*, 06/09/89
  - Capa: O candidato operário – a dura jornada de Lula na sucessão.
  - Um operário vai à luta na sucessão. P. 34-39.
  
- 2) *Veja*, 15/11/89. Edição Especial – Eleições 89
  - PRN. Na porta de entrada. P. 50-53.
  
- 3) *Veja*, 22/11/89
  - Capa: Presidente Collor ou Presidente Lula.
  - Brasil: A briga pela faixa. No confronto final, o metalúrgico Lula e o ex-governador Collor terão de mostrar ao leitor quem é o verdadeiro candidato do não. P. 48-53.
  - Segundo lugar. A arrancada de Lula. P. 54-58.
  
- 4) *Veja*, 29/11/89
  - Capa: Lula e o capitalismo. As mudanças que o PT promete dividem o Brasil.
  - Reportagem de capa: A hipótese de Lula. P. 52-58.
  
- 5) *Veja*, 13/12/89
  - Capa: A batalha final para mudar o Brasil – o que pode ocorrer no país com Lula ou com Collor
  - Cenas secretas. P. 54-55.

#### **EXEMPLARES SELECINADOS DA REVISTA *VEJA* DE 1994**

- 1) *Veja*, 15/06/94
  - Capa: Por que o partido de Lula brilha e assusta.
  - O PT brilha e também mete medo. P.38-45.
  
- 2) *Veja*, 12/10/94
  - Lula tropeçou na moeda. P.64-69.

#### **EXEMPLARES SELECINADOS DA REVISTA *VEJA* DE 1998**

- 1) *Veja*, 16/09/98
  - Uma festa indispensável. P. 48-49.
  
- 2) *Veja*, 07/10/98
  - Capa: Agora é guerra
  - E agora companheiro? P. 34-36.

#### **EXEMPLARES SELECIONADOS DA REVISTA *VEJA* DE 2002**

1º Turno: 06 de outubro de 2002.

2º Turno: 27 de outubro de 2002.

1) *Veja*, 04/07/01

- Capa: Lula light.
- Brasil: A quarta tentativa. P. 38-46.

2) *Veja*, 22/05/02

- Capa: Por que Lula assusta o mercado?
- Brasil: Empresários na agenda de Lula. P. 38-41.
- A vida começa aos 40%. P. 48-49.

3) *Veja*, 19/06/02

- Capa: O Brasil pode virar uma Argentina?
- Brasil: A crise explodiu antes da hora. P. 36-41.
- Até o PT está com medo. P. 42-45.

4) *Veja*, 31/07/02

- Brasil: Lulalice no país das maravilhas. P. 30-32.

5) *Veja*, 23/10/02

- Capa: O que querem os radicais do PT.
- Eleições 2002: Vai ser preciso segurar. P. 38-44.

6) *Veja*, 30/10/02

Capa: Triunfo histórico.

Eleições 2002: Lula muda a história. P. 34-35.

Eleições 2002: Vinte anos na oposição. P. 36-46.

Eleições 2002: A tática do PT para os primeiros dias. P. 44-46

Eleições 2002: O que eles esperam de Lula. P. 50-58.



# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)