

Mídia, Política e Espetáculo: O jornal Folha de S.Paulo e a Sociedade do Espetáculo na Operação Lava Jato¹

Bruno Cardoso MACEDO²
Cláudio Novaes Pinto COELHO³
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

Resumo

O jornal *Folha de S.Paulo* é um dos jornais mais influentes e lidos no Brasil. Durante o processo de investigação da Operação Lava Jato em 2016, o jornal fez uma cobertura extensa e de alta repercussão das acusações e delações envolvendo políticos e empreiteiras. A proposta deste artigo é analisar de qual maneira o conceito de Sociedade do Espetáculo de Guy Debord está relacionado com a cobertura do jornal na crise política. Além disso, será discutida a influência do discurso espetacular, o crescimento do conservadorismo e a hegemonia dos grupos midiáticos no jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave: Debord; Espetáculo; Hegemonia; Política; Jornalismo.

Introdução

Esse artigo faz parte de um projeto de iniciação científica cujo objetivo é analisar de que maneira o jornal *Folha de S. Paulo* se posicionou na cobertura das investigações e na repercussão política da operação Lava Jato, especificamente no ano de 2016, que coincidiu com o envolvimento do ex-presidente Lula e o caso de denúncia por recebimento de propina de empreiteiras. Servirão como objeto de pesquisa também a cobertura das acusações de crimes fiscais da presidente Dilma e o noticiário da abertura do rito de impeachment até o afastamento temporário da presidência. Para isso, serão analisadas vinte e quatro edições no intervalo de 4 de março a 18 de maio. O foco da pesquisa é a análise de editoriais, matérias de capas e reportagens. Além disso, servirá de base contextual uma reflexão sobre a atuação política no jornalismo contemporâneo. Tendo em vista os limites de espaço desse artigo, serão analisadas apenas as edições do mês de março.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do 3º ano de Jornalismo e pesquisador de Iniciação Científica do Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero email: bruno.cmacedo@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor da Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, email: ccoelho@casperlibero.edu.br

Jornalismo Contemporâneo e Sociedade do Espetáculo

Inicialmente, para tentar entender o contexto da pesquisa, é preciso problematizar o jornalismo contemporâneo. Os meios de comunicação estão sendo atropelados pela aceleração da informação. Isso, conseqüentemente, está relacionado com o grande imediatismo que o jornalismo vive. Para existir a comunicação de massa, introduzida principalmente a partir da metade do século XIX, é necessária uma grande rede de distribuição da informação para o público. Assim, a informação tornou-se parte essencial do cotidiano. Conforme abordado por Ignácio Ramonet que problematiza a essência do jornalismo:

O jornalista é o analista de uma jornada, de um período, como a própria palavra diz. Mas o período não existe mais e, em conseqüência, não há mais jornalismo, mas sim “imediatistas” que não são capazes de analisar, pois, para isso é preciso tempo. (RAMONET, 2013, P.56)

O imediatismo, portanto, pode ser compreendido como uma nova forma de absorver a mensagem que é transmitida pelos meios de comunicação. Além disso, outro elemento que permeia essa análise é que a informação se constrói sobretudo pelo uso de impressões e sensações. Por isso, pode-se notar que a linguagem utilizada pela grande mídia não quer e muito menos tem a intenção de produzir efeitos a longo prazo. Existe a simplicidade na construção, seja no teor político, seja no cotidiano. Dessa forma, o conceito de imediatismo está relacionado com a necessidade das pessoas buscarem emoções intensas nas coisas, em detrimento, portanto, de sentido e significado.

Tendo em vista a crise da comunicação, Guy Debord escreveu a obra “Sociedade do Espetáculo”, que pode ser vista como uma atualização da crítica marxista que Adorno e Horkheimer produziram sobre a “indústria cultural”. Para ele, o espetáculo é uma nova fase da sociedade capitalista, quando ocorre a substituição da realidade pela imagem, a contemplação pelo homem das representações, e uma falsa noção de experimentação da vida. Para Debord, além da alienação que já marcava o trabalhador moderno, reduzido à contemplação passiva do resultado do processo produtivo e da evolução industrial, acontece, agora, uma nova forma de alienação. A falsa consciência do espectador, portanto, ajuda a compreender que o homem está descolado da experiência social real.

A representação da vida real nada mais é do que uma inversão concreta da vida, pois a representação adquire um movimento autônomo. Isso, portanto, simula uma alteração de valores: “a realidade surge no espetáculo e o espetáculo se torna o real. Essa alienação

recíproca é a essência e a base da sociedade existente.” (DEBORD, 2006. P.15). É assim que se pode enxergar o alto teor de alienação presente no cotidiano. O leitor e o telespectador tentam construir uma narrativa a partir do que vêm nos meios de comunicação e, sobretudo, idealizam a realidade criada pelo capitalismo. Assim, cria-se um juízo de valor pautado pelo que lhe é apresentado. A notícia levada à repetição serve de prova de veracidade e, até mesmo em casos que a informação não leve a nenhuma conclusão, é tida como verdade. O trabalho de pouca apuração e substituição de princípios básicos do jornalismo promove um estado de comunicação vazia de sentido e totalmente descontextualizada. A linguagem perde a sua capacidade de representar a realidade, transformando-se em instrumento, em puro meio para a obtenção de um fim. (COELHO, 2014. p. 57)

Debord acredita que o sentido do espetáculo está ligado ao valor que a imagem tem para o indivíduo. Segundo ele, o espetáculo é o processo onde as relações sociais são pautadas pelas imagens e há um vínculo real entre o acúmulo imagético e de capital. Debord inicia sua obra com a temática da alienação, como se apresenta no primeiro capítulo, “A separação consumada”. Nele, há um diálogo com as obras de Marx que mostra que a alienação do trabalhador é resultado da venda da sua força de trabalho. A sociedade do espetáculo seria uma nova etapa da sociedade capitalista em que o indivíduo necessita de um mundo repleto de produção material. Para estar completa, a alienação se dá quando não se limita mais ao trabalho. Mais do que isso, o tempo livre agora é preenchido pelo consumo de imagens: “quanto mais o homem contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo” (DEBORD, 2006, p. 14) Analisando sua total dimensão, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Sendo assim, passa a ser, portanto, um modo de viver em sociedade.

A distribuição do poder está baseada naqueles veículos que conseguem realizar o chamado furo de reportagem. A ênfase pelo inédito, no entanto, pode acontecer sem ao menos a comprovação da veracidade dos fatos. A compreensão desse conceito está relacionada também com que Ignácio Romonet cita em seu artigo, *Meios de Comunicação: Um poder a serviço de interesses privados*, de que estar presente fisicamente não é o mesmo que compreender o que de fato está acontecendo. Principalmente em coberturas jornalísticas. (RAMONET,2013, pág.58). Isso, contudo, implica em outra dificuldade do jornalismo contemporâneo: o embate entre comunicação e informação. O que está à disposição do leitor são, em grande maioria, informações emitidas por instituições. O poder econômico é

dominante, sendo, inclusive, maior do que o poder político. No Brasil, o princípio básico de qualquer rede de comunicação advém de concessões públicas do governo. Dessa forma, desde a primeira concessão até hoje, há concentração midiática na mão de pequenos grupos, quando jornais, revistas e redes de televisão pertencem a conglomerados dos chamados oligarcas da imprensa. É de se esperar que nos meios de comunicação dominantes não haja contestação crítica.

A jornalista Eliane Brum em meio à crise política pela qual o Brasil está passando problematizou uma questão primordial na comunicação atual: “A guerra política está no território dos narradores. Os narradores contemporâneos encontram-se em grande parte (ainda) na imprensa.”

Cabe, então, inserir a discussão do principal responsável por transmitir uma narrativa na sociedade contemporânea. Esse papel pertence à mídia. Contudo, é preciso contextualizar a importância do sistema econômico do mercado tendo em vista que os meios de comunicação dependem de um "financiamento" para produzir a informação. Os custos de produção no atual cenário econômico são altos. É dessa forma que o poder de alcance, de certa forma, se torna restrito a um determinado grupo social, no caso da mídia, os grandes conglomerados. No entanto, não podemos descartar a importância da internet nesse contexto para romper com tal hegemonia.

No período da Revolução Francesa, onde foram constituídos os direitos do cidadão e a separação dos poderes por Charles Montesquieu, surgiu também o conceito de quarto poder. Este, portanto, relacionado aos meios de comunicação. Muito se fala da independência e imparcialidade, porém é preciso contextualizar com a noção de democracia e a força do capital econômico da comunicação:

Com o passar dos anos e o desenvolvimento da economia de mercado, comprovamos que os três poderes estão sendo gravemente ameaçados pelo poder econômico que, com sua ambição desmedida e sua capacidade de corrupção, transformou-se num ator fundamentalmente de nossos sistemas políticos [...]. No entanto, foi o quarto poder, o da mídia, que se viu totalmente permeado e submetido ao poder econômico. Os processos políticos neoliberais nas décadas de 1980 e 1990 arrasaram os sistemas públicos de informação, com o apoio da direita e a indiferença da esquerda, a qual, com razão, associava-os aos ditadores anteriores. Soma-se a isso o papel cada vez mais sofisticado e potente que os meios de comunicação adquiriram nas sociedades democráticas, onde a formação da opinião pública é um elemento essencial para o exercício do poder. (SERRANO, 2013, p. 72)

Hegemonia, Atuação da Mídia e Poder Político

O conceito de hegemonia descrito pelo filósofo marxista italiano Antônio Gramsci na série de volumes intitulada como *Os Cadernos do Cárcere* serve de base para a discussão pretendida por este artigo. Ele difunde a noção de produção simbólica e a disputa de sentido e do poder da comunicação na modernidade. Segundo Gramsci, a conquista do poder político depende da capacidade de uma classe social se submeter ideologicamente a outra. A hegemonia depende das práticas sociais e dos modos de representação, incluindo também a capacidade de argumentação e de ações sobre o quadro social.

A disputa política entre as classes sociais se dá em duas esferas distintas. A primeira representa a sociedade política, onde existe um conjunto de mecanismos dos quais a classe dominante detém o monopólio legal, seja de repressão física, ou da violência por meios legais. É o local onde operam as normas e atuam por meio de coerção. A outra esfera é a sociedade civil, local de elaboração e difusão das ideologias. Representada por escolas, igrejas, partidos políticos e principalmente os meios de comunicação. Nela, diferente da esfera da sociedade política, a atuação é por consenso.

Nessa lógica da disputa pela hegemonia, Gramsci questiona a própria noção que permeia a comunicação dos grupos oligárquicos: “apresentam os fatos, mesmo os mais simples, de modo a favorecer a classe burguesa e a política burguesa com prejuízo da política e da classe operária” (GRAMSCI, 2005, s./p.). A opinião pública neste caso entra em conflito com valores básicos de liberdade de imprensa e a liberdade de expressão dos cidadãos. Esses dois conceitos são amplos, mas poucos discutidos. Dentro do cenário, onde a dominação é feita pelos chamados oligarcas da comunicação, passa existir o embate entre os interesses dos cidadãos ou dos grupos detentores do poder. Nesse contexto, Ignácio Ramonet vai além da compreensão legitimadora: “No geral, a missão dos meios de comunicação é a de domesticar as sociedades.” (RAMONET, 2013, pág. 64)

Os discursos de intolerância, tanto na esfera social e na comunicação, envolvendo a crise política brasileira, podem ser representados pelo ímpeto conservador que antes estava acomodado. A discussão em torno do envolvimento do ex-presidente Lula em casos de corrupção e o processo de Impeachment da presidente Dilma Rousseff mostrou a outra face dos acontecimentos políticos que, todavia, mostram-se descompromissados com os valores democráticos conquistados.

Analisando o papel da grande mídia na cobertura da crise política é possível considerar a existência do viés ligado aos interesses políticos do capital e do

conservadorismo. No âmbito mundial, a ascensão da direita neoliberal ocorreu no final dos 40, após o final da Segunda Guerra Mundial. Posteriormente, na década de 80, esse movimento ficou mais evidente nos governos neoliberais de Margaret Thatcher, na Inglaterra, e Ronald Reagan nos Estados Unidos. Nesse contexto, cabe ressaltar que, os fatores proeminentes dessa guinada são: a crise do Estado de bem-estar social, o desemprego, a inflação e a grande intolerância pelo aumento da população de imigrantes. Olhando para o presente, podemos analisar que esse viés político está representado como uma nova direita, embora sua formação seja velha. No Brasil, se por um lado o passado ditatorial é recente, temos também uma grande presença do conservadorismo na política e na sociedade. Temos como exemplo mais claro os resultados da eleição de 2014 na Câmara dos Deputados.

Esse problema, no entanto, é mais abrangente do que se apresenta. Conforme defendido por Vladimir Safatle, “a derrota vem de longe”. A crise de governabilidade enfrentada por Dilma Rousseff, ao longo de seus mandatos, teve seu início na formação da Nova República, após a redemocratização. Nesse período foi formado o pacto de governabilidade no qual cada presidente eleito se submetia ao controle político da base governamental.

Um novo fator presente na cobertura da mídia, diferente da já conhecida ascensão da direita, é o fortalecimento do Poder Judiciário que sobressai sobre os demais poderes, interferindo, inclusive, em decisões políticas. No dia 4 de março, o juiz federal Sergio Moro, responsável pelas investigações da Operação Lava Jato, mobilizou a Polícia Federal para levar o ex-presidente a depor de forma coercitiva. A base da denúncia foi a delação premiada de que Lula teria sido beneficiado pela Odebrecht, uma das construtoras incriminadas. Antes mesmo de uma possível implicação formal do processo, a ofensiva da justiça criminalizou e culpou o réu. O fato evidencia, portanto, uma parcialidade dos juízes e alimenta a tese de que essa ação seria fruto de uma politização do poder judiciário. A ação promovida pelo juiz Sergio Moro, tido como herói nacional, promove dúvidas quanto à seletividade dos grupos midiáticos que noticiaram o caso: vazamentos seletivos, divulgação de escutas telefônicas, detenções espetaculares, ruptura do segredo de justiça e entre outros.

O editorial da *Folha de S.Paulo* do dia 4 de março indicou o que estava por vir com a repercussão midiática da delação:

A crise política que atordoia a administração Dilma Rousseff (PT) desde o ano passado mudou novamente de patamar nesta quinta (3), após a notícia de que o senador Delcídio do Amaral (PT-MS) fez acordo de delação premiada com os investigadores da Lava Jato. [...]. As atenções se voltam para Dilma Rousseff, que conhece seu pior momento desde que assumiu o segundo

mandato. A presidente parece cada vez mais isolada e à deriva, sem condições de retomar o leme. (*Folha de S.Paulo*, 4/03/2016, p. A2)

Segundo Debord, a alienação ultrapassa a relação de trabalho, e atua na dimensão política e midiática. No que se refere às relações de poder, Debord analisou duas formas de espetáculo: a difusa e a concentrada. A forma difusa diz respeito aos países capitalistas desenvolvidos, onde se dá um domínio do poder mercantil sobre o conjunto da produção e consumo de imagens, presentes em diferentes estágios na vida cotidiana. Nesse tipo de poder, a sociedade se baseia na superficialidade e na falta de informação mais complexa. Já a forma de poder concentrada está presente nos países capitalistas menos desenvolvidos, e com regimes políticos ditatoriais, e nos países socialistas e, conforme descrito por Debord (2006) são os países “capitalistas burocráticos”. Na forma concentrada, segundo o autor, o poder rege em torno de um líder carismático que, portanto, tem afinidade com as massas. Nesse contexto, além da opressão física, há uma violência simbólica, onde o poder está relacionado à imagem do líder.

Debord, em 1988, vai além das formas de poder apresentadas anteriormente atualizando o conceito com a publicação do *Comentários da Sociedade do Espetáculo*. Segundo ele, houve uma ampliação da sociedade do espetáculo por meio da globalização do capitalismo. Passa a existir, portanto, uma fusão entre os poderes concentrados e difusos, formando, assim, o poder espetacular integrado. Espetáculo que tem um caráter alienante e conduz ao pensamento uniforme dentro de governos dito como “democráticos”.

Do ponto de vista da contemporaneidade, podemos pensar o estudo de Guy Debord como uma ferramenta capaz de analisar o comportamento do sistema neoliberal. A princípio, a atuação do capitalismo é representada pela distinção entre o Estado e a economia. Na lógica que prevaleceu, como antes visto, no final da década de 90 e após a crise de 2008 é que o Estado por si só é ineficiente e cabe ao mercado atuar como regulador. Inclusive, é nesse contexto que se ampliam as privatizações, principal elemento da hegemonia neoliberal. No entanto, do outro “lado” está a corrente de pensamento desenvolvimentista, defendido por governos de esquerda, que acreditam que o Estado deve intervir na economia e as empresas devem ser estatizadas. No atual cenário político, com a chegada do PT ao poder em 2002 e continuidade até 2016 a possibilidade de implantar um governo de esquerda tornou-se realidade. Em razão disso, todavia, houve a reação dos grupos neoliberais de classificar os governos eleitos como corruptos e ineficientes. O discurso de que interferência do Estado na economia é prejudicial se apresenta de forma recorrente nas coberturas jornalísticas dos

principais veículos da mídia. Este discurso oculta a atuação do Estado no sentido da defesa dos verdadeiros interesses empresariais. A ideologia neoliberal, transformada em pensamento único sobre a economia pela mídia, constitui-se no que Debord entende como sendo a mentira sem contestação, e é um dos elementos do poder espetacular concentrado, típico de ditaduras, que se faz presente nos países com regimes políticos formalmente democráticos. (COELHO, 2015, P. 78). Visto isso, portanto, cabe contextualizar o conceito de poder espetacular integrado como forma de criticar a atuação das corporações empresariais e comunicacionais no modelo do neoliberalismo.

O que entra em questão a partir de tal explanação é o comportamento dos meios de comunicação e conglomerados midiáticos no sistema liberal. Qual é o papel esperado por esses meios? Ignácio Ramonet problematiza essa questão de forma crítica:

Quando afirmamos que as sociedades atuais vivem em uma dinâmica globalizante ou neoliberal, na verdade, o que elas parecem viver é uma dinâmica dupla. Não há um único poder: ele não é financeiro, mas sim econômico-financeiro e midiático. Se esses poderes não existissem juntos, não funcionariam, pois não basta vencer, é preciso convencer. A vitória neoliberal não seria completa se o vencido não estivesse convicto, não estivesse feliz de ter sido vencido. “ (RAMONET, 2013, p. 62)

Por outro lado, sem a ação articulada entre a mídia e o poder judiciário não haveria a chamada judicialização da política, quando processos judiciais estão interferindo no exercício do poder político, sem que as próprias regras jurídicas estejam sendo integralmente cumpridas, e com claro favorecimento das correntes políticas conservadoras. Essa articulação é tão intensa que não se vê uma distinção entre as linhas editoriais dos principais órgãos da mídia e a linha investigativa da Operação Lava Jato.

É um exemplo de como a opressão simbólica se apresenta de forma imperceptível, inclusive potencializa a força do espetáculo. Além disso, a lógica do espetáculo integrado está presente favorecendo a alienação. Os que exercem o poder na sociedade do espetáculo contemporânea tem o poder de determinar os destinos da sociedade como um todo, influenciando inclusive os movimentos sociais:

O governo do espetáculo, que no presente momento detém todos os meios para falsificar o conjunto da produção tanto quanto da percepção, é o senhor absoluto das lembranças, assim como é senhor incontrolado dos projetos que modelam o mais longínquo futuro. Ele reina sozinho por toda parte e executa seus juízos sumários (DEBORD, 2006, pág.174).

O sentimento de insatisfação de uma parcela da sociedade foi cunhado como anti-petismo e ganhou maior repercussão a partir das manifestações de 2015, no entanto, pode ser

visto como continuidade do movimento político de 2013 em diante. Foram os grandes veículos da mídia que impulsionaram a participação política da sociedade, fazendo com que esse sentimento fosse ampliado. A quinta-feira, dia 10 de março, ficou marcada pela denúncia da Promotoria de SP a respeito de um tríplice que seria de propriedade do ex-presidente Lula. No mesmo dia o jornal publicou, na primeira página, a foto do ex-presidente Lula e manchete sobre o caso. No dia seguinte, a matéria de capa foi: “Promotoria de SP pede prisão de Lula” e dessa fez a foto que ilustrava a manchete era de um vendedor no semáforo segurando o “Pixuleco”, boneco que representa Lula trajado como presidiário. No domingo seguinte, 13 de março, estava marcada a manifestação contra o impeachment e, portanto, toda essa exposição corroborou para a divulgação da manifestação.

Na edição do dia 14/03/2016, um dia após a manifestação pró-impeachment em todo o país, o jornal *Folha de S. Paulo* dedicou 6 páginas, em um total de 8 páginas no primeiro caderno para relatar a mobilização. Além disso, na capa, a manchete “Ato Anti-Dilma é o maior da história” e a foto panorâmica da Avenida Paulista que ocupou a página inteira, se destoam das outras edições da semana envolvendo o pedido de impeachment. Outro fato que chama atenção é que não há manchetes para outras matérias na capa. Já no dia 19/03/2016, sábado, um dia após a manifestação contra o impeachment, mobilizado por grupos de esquerda e movimentos estudantis, não houve tanta repercussão na linha editorial. Além da capa conter outras informações que não remetiam a mobilização propriamente dita, há 4 manchetes para o conteúdo do dia e um informe publicitário. Dentro do primeiro caderno havia 3 páginas, em um total de 9, de relatos sobre a manifestação. A intenção não é fazer comparações quanto ao número de manifestantes presentes já que nenhuma delas ocorreu no mesmo dia da semana, no entanto, é evidente a diferença no posicionamento editorial e no aspecto visual para noticiar cada uma das manifestações.

Em ambos os casos, tanto na utilização das manchetes para se referir ao pedido de prisão do ex-presidente Lula, quanto na cobertura das manifestações, é importante trazer à tona o valor da imagem para a comunicação na sociedade do espetáculo. Debord retoma, de forma crítica, esse aspecto no sentido da produção de imagens estereotipadas, ou seja, a intenção do jornal, no caso a *Folha de S. Paulo*, é fazer com que o leitor compreenda a notícia e associe automaticamente à imagem do ex-presidente Lula com a imagem de um presidiário. Além de fazer tal associação imagética, o leitor tem de forma intrínseca a compreensão pré-estabelecida do envolvimento político de Lula, mesmo que, no entanto, o jornal não tenha utilizado uma linguagem escrita. Uma característica importante da Sociedade do Espetáculo

é a afirmação da imagem como sendo a realidade, ainda que esta realidade seja, de fato, uma construção. A este respeito argumenta Debord da seguinte forma:

A realidade considerada parcialmente apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudo-mundo à parte, objeto de mera contemplação. A especialização das imagens do mundo se realiza no mundo da imagem autonomizada, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo (DEBORD, 2006, p. 13).

No que diz respeito ao conteúdo, é possível aplicar essa noção da imagem na cobertura feita pela *Folha de S. Paulo* tem como base as imagens estereotipadas da classe política. A imagem de corrupto se sobressai no contexto narratológico. A forma agressiva do discurso apresentado acaba por validar a dominação do espaço público pela mídia, que se coloca como a única instituição confiável para representar a opinião pública, em detrimento das instituições políticas propriamente. Nesse aspecto, Vinício de Lima mostra o quanto o discurso midiático pode persuadir o receptor.

A desqualificação sistemática da política e dos políticos, portanto, se enquadra na tentativa dos oligopólios de mídia não só de se legitimarem como “mediadores” (intermediários) entre a população e o espaço público, mas, sobretudo, de se constituírem na única instituição credenciada a fazer tal mediação. Ao agirem dessa forma, também boicotam as instituições representativas clássicas da democracia representativa – associações, sindicatos, partidos políticos – e colocam em questão, até mesmo, a necessidade de sua existência, além de implicitamente desestimularem – por inútil – a participação popular direta nestas instituições. (LIMA, 2015, pág. 101)

A outra característica mostrada pela análise das edições do jornal é o peso do poder econômico. No dia 29 de março foi veiculado na *Folha de S. Paulo* uma campanha publicitária da Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp) fortalecendo o processo de Impeachment. Ao todo, a campanha “Chega de pagar o Pato” ocupou 7 páginas duplas, incluindo os cadernos Poder e Mundo, e pedia o Impeachment da presidente Dilma Rousseff. Além disso, o informe chama atenção por sua cor amarela e, principalmente, por ocupar quase metade da página do jornal. Vale ressaltar que a campanha contra o aumento dos impostos e a volta da CPMF teve início no mês de setembro de 2015. O principal símbolo dessa campanha é pato inflável, de aproximadamente 5 metros de altura, que percorreu diversas capitais pelo Brasil. No dia 29 essa mesma campanha esteve presente em outros jornais, revistas e até mesmo na internet. Já no dia 3 de abril, o jornal se posicionou de forma mais clara sobre a crise política desde o processo de investigação envolvendo Lula e Dilma

Rousseff. O editorial “Nem Dilma nem Temer” ocupou quase a totalidade parte esquerda da capa e trazia o seguinte posicionamento:

A presidente Dilma Rousseff (PT) perdeu as condições de governar o país. É com pesar que este jornal chega a essa conclusão. Nunca é desejável interromper, ainda que por meios legais, um mandato presidencial obtido em eleição democrática. [...] Enquanto Dilma Rousseff permanecer no cargo, a nação seguirá crispada, paralisada. [...] Dilma Rousseff deve renunciar já, para poupar o país do trauma do impeachment e superar tanto o impasse que mantém atolado como a calamidade sem precedentes do atual governo. (*Folha de S.Paulo*, 04/03/2016, p. A1)

Dentro de tal cenário é possível compreender o protagonismo dos oligopólios privados da mídia, ou seja, os meios de comunicação atuam como atores políticos na contemporaneidade. Os dois casos apresentados se integram na questão econômica, pois, se de um lado temos a própria burguesia que tenta impor sua dominação de forma direta, do outro temos a mídia que legitima o pensamento dos grupos econômicos. Os conglomerados midiáticos são grandes atores do mercado e, ao mesmo tempo, sua missão é difundir ideologias disfarçadas de informação (RAMONET, 2013, pág. 63).

Nas palavras de Emiliano José essa relação é muito mais direta: “O que interessa à mídia é construir, pela ação cotidiana, persistente, um cenário pessimista que facilite o caminho das oposições conservadoras, às quais está intimamente ligada” (JOSÉ, 2015, pág. 169)

O discurso midiático tem, portanto, a função de impor e conseqüentemente fixar sua ideologia para uma determinada parcela da sociedade. No caso da *Folha de S.Paulo*, o jornal tem conhecimento da relevância de seu discurso para o cenário político e que muitos leitores estão interessados em acompanhar a repercussão da Operação Lava Lato. É estabelecido um contrato de confiança com o meio de comunicação que, embora se modifique com o tempo, também possa se fortalecer a partir de eventos de transmissão exaustiva como, por exemplo, a crise política brasileira. Não é por menos que o jornal alcançou uma marca importante durante o mês de março: “ Com crise, Folha bate recordes de audiência [...] Audiência do jornal aumentou bem mais do que a de seus concorrentes na 3ª semana de março. ” (*Folha de S. Paulo*, 03/04/2016, pag. A11).

Considerações finais

Nesse estágio de espetáculo onde a mercadoria ocupou totalmente a vida social (DEBORD, 2006, pág. 30) podemos relacionar também que a informação obtém o mesmo

espaço do consumo. A notícia não tem mais a finalidade de educar o indivíduo ou até mesmo proporcionar novas visões de mundo. Ela tem uma perspectiva estritamente comercial. Além disso, outra característica da comunicação na contemporaneidade é a velocidade com a qual a informação é transmitida. O jornalismo, em meio a esse cenário, vive a crise do imediatismo.

Dentro dessa linha de raciocínio, onde a velocidade e a quantidade gigantesca de notícias estão presentes na comunicação, é possível compreender o comportamento midiático espetacular sempre atrelado ao poder econômico e político. Em razão disso, a sociedade cada vez mais se comporta de maneira fragmentada, ou seja, não há diálogos ou trocas de experiência culturais numa esfera onde as pessoas não são capazes de se comunicar. O caráter instantâneo e extremamente imagético da comunicação no cotidiano faz com que a noção de temporalidade se esvazie, contribuindo, portanto, com o aspecto do presente perpétuo.

O processo de reprodução da informação passa pelas mãos da mídia. No atual cenário fica evidente a sua atuação como agente discursivo do neoliberalismo. Além de legitimar o aspecto de globalização, a mídia atua também na transformação do discurso hegemônico. Nesse sentido, são propagados valores de grupos que têm como objetivo conter o pensamento crítico, reduzindo, assim, o espaço de ideias contrárias e contestadoras.

A mentira sem contestação consumiu o desaparecimento da opinião pública, que, de início, ficara incapaz de se fazer ouvir e, logo em seguida, de ao menos se formar. É evidente que isso traz importantes consequências para a política, as ciências aplicadas, a justiça e o conhecimento artístico. (DEBORD, 2006, pág. 176)

Levando esse conceito para o campo da análise, foi possível averiguar o quanto o jornal *Folha de S.Paulo* contribuiu para a formação de uma verdade pré-estabelecida. Antes mesmo do processo de investigação envolvendo políticos do atual governo ser concluído, a grande mídia, através de sua cobertura, emitiu um discurso de intolerância. O jornal, ao não criticar a chamada judicialização da política e outros elementos presentes, incentivou as práticas antidemocráticas do Poder Judiciário como, por exemplo, os vazamentos seletivos, divulgação de escutas telefônicas e as detenções espetaculares.

Desta forma, a *Folha de S.Paulo*, durante a cobertura política do mês de março, fortaleceu a produção de estereótipos da classe política, o que contribuiu para a manutenção do preconceito na sociedade. Levando-se em conta o raciocínio teórico apresentado neste artigo, o jornal age de acordo com os interesses da classe conservadora. O jornal e a grande

mídia em geral não exercem sua função de “contrapoder”. Eles atuam como uma forma complementar de opressão na sociedade.

A mídia, representado na figura do jornalista, tem o papel de encontrar várias fontes e olhares para confirmar a veracidade da informação. Neste contexto, o jornalista perde sua função e encontra estímulos para divulgar a informação, seja qual for, sem análise ou perspectiva. A imprensa tem uma função muito importante na democracia. É ela que possibilita a comunicação entre diferentes grupos sociais e políticos. No entanto, dentro da condição de sociedade do espetáculo, é preciso trazer à tona a importância o papel do Estado nos meios de comunicação. A verdadeira liberdade de imprensa ocorrerá quando a imprensa não estiver sob domínio de pequenos grupos financeiros, e os cidadãos possam recuperar seu direito à informação contribuindo de forma participativa.

Referências

COELHO, C. N. P. Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In: COELHO, C. N. P., CASTRO, V. J. de. (Org.). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Teoria crítica e sociedade do espetáculo**. Jundiaí, SP: In House, 2014.

_____. **Jornalismo e política na contemporaneidade: teoria crítica e poder espetacular integrado**. In COELHO, Cláudio N. P., Dimas A. Künsch, José Eugênio de O. Menezes (Orgs). **Jornalismo e contemporaneidade: um olhar crítico** - São Paulo: Plêiade, 2015. 266p.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo - Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro, Contraponto, 2006.

EMILIANO, José. **Intervenção da imprensa na política brasileira (1954-2014)** / São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Vol. 2. Os intelectuais. O princípio educativo. Jornalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LIMA, V.A **A direita e os meios de comunicação**. In: VELASCO e CRUZ, Sebastião; KAYSEL, André; CODAS, Gustavo (Orgs) **Direita, Volver!: O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.

MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder**. 2. ed. Rio de Janeiro: São Paulo: Record, 2004.

RAMONET, Ignácio. **Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados**. (P. 53-70). In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignácio; SERRANO, Pascual (Org.) **Mídia, poder e contra poder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo, 2013

SERRANO, Pascual. **Democracia e liberdade de imprensa**. (p.71-82). In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignácio; SERRANO, Pascual (Org.) *Mídia, poder e contra poder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo, 2013

PERIÓDICOS:

SAFATLE Vladimir. **A Derrota é algo que se constrói a frio**. Revista Cult, São Paulo, nº 212, maio 2016

BRUM, Eliane. **Tupi or not to be**. El País Brasil Online, São Paulo., 25 abril, 2016. Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/25/opinion/1461595521_717873.html. Acesso em 27 abril. 2016

Folha de S. Paulo, São Paulo: Ano 96 Ed Março, nº 31.747, 04/03/2016

Folha de S. Paulo. São Paulo: Ano 96 Ed Março, nº 31.754, 11/03/2016

Folha de S. Paulo, São Paulo: Ano 96 Ed Março, nº 31.757, 14/03/2016

Folha de S. Paulo, São Paulo: Ano 96 Ed Março, nº 31.762, 19/03/2016

Folha de S. Paulo, São Paulo: Ano 96 Ed Março, nº 31.772, 29/03/2016

Folha de S. Paulo, São Paulo: Ano 96 Ed Abril, nº 31.778, 03/04/2016