

Notas à imprensa do Instituto Lula: entre a informação e a opinião¹

Taianne L Gomes²

Valquíria A P Kneipp³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

Este artigo é fruto de uma pesquisa realizada entre 2015 e 2016 sobre a hipótese de um novo modelo de assessoria de imprensa, a partir da análise das notas à imprensa do Instituto Lula. O questionamento que se buscou responder é se a assessoria de imprensa do Instituto Lula atuou de forma convencional na produção das notas. O Instituto Lula foi escolhido em função do destaque que teve na imprensa nos últimos meses, tendo que se posicionar diante das denúncias feitas ao ex-presidente Lula. A metodologia contou com pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. Autores como Duarte (2006), Kunsch (2003) e Marques de Melo (1992) ajudaram na construção teórico-conceitual. Neste artigo, foi possível observar que a elaboração das notas à imprensa do Instituto Lula, do ponto de vista dos gêneros informativo e opinativo, está relacionada ao assunto e à abordagem da mídia e não às diretrizes de produção de notícias.

Palavras-chave: assessoria de imprensa; gêneros jornalísticos; Instituto Lula; notas à imprensa.

1. A assessoria de imprensa no Brasil e no mundo

A história traz casos antigos da atuação do assessor de imprensa e, nesse sentido, o trabalho realizado pelo jornalista Ivy Lee tem destaque. Em 1906, Ivy Lee prestou serviço para empresário John Rockefeller, figura impopular no meio dos negócios dos Estados Unidos, em virtude de acusações de monopólio, entre muitas outras, e por não ter capacidade de trato com a imprensa (FENAJ, 2007).

Nesse período, Ivy Lee abandonou o jornalismo tradicional, realizado nos veículos de imprensa, e abriu o primeiro escritório de assessoria de comunicação da história, em Nova Iorque. O desafio do então assessor de imprensa era mudar a imagem de Rockefeller. Entre as ações realizadas, o jornalista comunicou com transparência todos os negócios do

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Jornalista e Relações Públicas. E-mail: taiannegomes@hotmail.com

³ Professora de graduação e pós-graduação na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

empresário, mantendo uma periodicidade em relação ao envio de material à imprensa (FENAJ, 2007).

No Brasil, não há data precisa para a primeira aparição do serviço de assessoria de imprensa. Há um registro no setor público, quando o jornalista Tobias Monteiro, do Jornal do Commercio (RJ), acompanhou o presidente Campos Sales⁴ à Europa, registrando relatos da viagem com intuito de serem publicados na imprensa. No período do governo de Nilo Peçanha⁵, também houve a criação de um setor de atendimento à imprensa. Dentro do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio, havia uma seção que tinha como função fornecer informações para jornalistas e para a sociedade, em geral. (DUARTE, 2006).

Após a ditadura, no ressurgimento do processo democrático, as empresas públicas se veem obrigadas a prestar contas com a sociedade sobre suas atividades. É, então, nesse período, que tem início fortemente o trabalho do assessor de imprensa. (FENAJ, 2007, p. 5). Em 1984, ocorre o I Encontro Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa (ENJAI), com a participação de aproximadamente 200 jornalistas. Nesse momento, teve início a construção de um modelo de assessoria de imprensa brasileiro. Dois anos depois, em 1986, segundo Duarte (2006), o Manual de Assessoria de Imprensa é lançado pela Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ), contendo informações sobre a atividade de assessoria de imprensa. O documento, em versão atualizada, (FENAJ, 2007, p. 5) explica a introdução do jornalista brasileiro nessa nova função:

E é nesse contexto que o jornalista que atua em assessoria de imprensa passa a exercer um papel essencial, pois é ele o profissional capacitado a preencher as lacunas entre os poderes públicos, a iniciativa privada e o terceiro setor com os meios de comunicação e, conseqüentemente, com a própria sociedade. O assessor de imprensa atua como interlocutor entre esses segmentos, que, agora não mais podem se abster de informar e responder aos anseios da sociedade.

O trabalho hoje dos assessores de imprensa apresenta ainda muitas semelhanças com as atividades desenvolvidas por Ivy Lee há mais de um século, e a sua essência continua sendo a transparência. Para Margarida Kunsch (2003, p. 192), “deve-se fomentar a prática da verdade na transmissão de informações, organizando as fontes, sob princípios éticos”. Kopllin (2000, p. 26) lembra ainda:

⁴ Manuel Ferraz de Campos Sales foi o quarto presidente da República, no período de 1898-1902.

⁵ Nilo Procópio Peçanha foi o sétimo presidente da República, de 1909 até 1910.

Trabalhando como intermediário entre o assessorado e seus públicos, o jornalista que atua em AI afeta, em diversos graus, a opinião das pessoas e dos grupos, interferindo nos fatores psicológicos, sociológicos e históricos. Um desvio de conduta profissional poderá causar distorções nesse processo, contribuindo para a desinformação e, assim, servindo a interesses escusos.

O assessor de imprensa é, portanto, o elo facilitador na relação entre o cliente (pessoa jurídica ou pessoa física) e os jornalistas. As ações de assessoria de imprensa, realizadas de forma periódica e contínua, tendem a criar um ambiente de boa vontade e um vínculo de confiança com a mídia. Para Kopplin e Ferraretto (2000, p. 47), “isso não só vai aumentar as possibilidades de divulgação das informações fornecidas pelo cliente, mas também fazer com que os jornalistas passem a considerá-lo como uma fonte a ser consultada em novas ocasiões”.

Apesar de estarem em ambientes distintos, o jornalista de redação, assim como o assessor de imprensa têm como finalidade a divulgação da informação correta. Os dois profissionais devem se basear pelos princípios éticos da profissão, não importando o lugar de atuação dentro do campo jornalístico, se em empresa ou se na imprensa. Para Mafei (2007), um bom assessor, assim como um bom jornalista de imprensa, deve apurar todo conteúdo a ser divulgado e veicular somente informações corretas, pois é do assessor de imprensa a responsabilidade pelas matérias divulgadas acerca da organização. Nesse contexto, Mafei (2007, p. 70) sugere ainda alguns itens para a redação de um bom texto:

Ser redigido como se fosse uma matéria jornalística, com parágrafo inicial contendo as perguntas básicas (formando o famoso lead), título, subtítulo ou linha fina. Primar pela clareza, concisão e correção gramatical (erros de língua portuguesa são inconcebíveis!). Ser redigido com palavras simples, frases e parágrafos curtos. Conter no máximo duas páginas. Trazer com destaque datas e locais de eventos divulgados. Ter os nomes de empresas, porta-vozes e locais escritos corretamente. Destacar contatos da assessoria de imprensa. Trazer o logotipo da assessoria e da organização. Ser datado.

Kopplin (2000, p. 83) acrescenta:

O estilo jornalístico é marcado por frases breves, palavras curtas, preferência pelo vocabulário usual, ordem direta (sujeito, verbo e complemento), utilização de objetivos somente quando necessário, verbos vigorosos (preferencialmente na voz ativa) e, por ser positivo. Evitando expressões como “não” (por exemplo, usa-se “negar” em vez de “não aceitar”).

Sobre conteúdos de assessoria de imprensa, Kopplin e Ferraretto (2000, p.63) esclarecem que a nota é um “texto distribuído em situações críticas, que requeiram um posicionamento forte e definido do assessorado. Pode ser enviada aos veículos em geral

e/ou publicada em jornais como matéria paga”. Sobre o título, os autores sugerem que sejam utilizados, preferencialmente, verbos no presente e na voz ativa e frases na ordem direta.

Para Duarte (2006), a nota deve conter um texto curto, porém, completo. Já o release, deve ser sintético, objetivo e tratar de apenas um tema. O lide é o primeiro parágrafo do texto e deve iniciar com a informação mais importante. É o que se costuma chamar de pirâmide invertida, “informações hierarquizadas em ordem decrescente de importância” (KOPPLIN e FERRERETTO, 2000, p. 84). Geralmente, o lide responde as perguntas o quê, quem, quando, onde, por quê e como.

Entre as regras consideradas básicas, de acordo com Duarte (2006), estão: não utilizar adjetivos, evitar frases longas e jargões, não repetir ideias e palavras, não usar voz passiva, ordem indireta e orações intercaladas. Quanto às opiniões pessoais, deve-se fazer uso de aspas e incluir a informação sobre a autoria da citação. Para Kopplin e Ferraretto (2010, p. 82), em relação ao texto interpretativo, “em raras ocasiões o assessor de imprensa irá se permitir a produção de um relise dentro do gênero interpretativo. A rigor, quem deve interpretar é o jornalista do veículo de comunicação”.

Diante de uma crise, o Manual de Assessoria de Imprensa da Federação Nacional de Jornalistas (2007, p. 5) é cirúrgico:

Em situações de crise, antecipe-se à própria iniciativa da imprensa em descobrir o que ocorreu; a assessoria de comunicação deve preparar um texto informativo descrevendo o fato ocorrido e enfatizando as providências da empresa. O texto deve ter, no máximo, duas páginas e ser entregue aos repórteres; evite o uso de palavras alarmistas ou negativas. Não amplie o efeito negativo da ocorrência com suas palavras.

Já sob o ponto de vista dos formatos jornalísticos, Marques de Melo (1992) classifica os textos em: informativo, opinativo e interpretativo. Sendo que “o jornalismo chamado informativo se pautaria tecnicamente na ‘reprodução do real’, para recorrer a tese de Marques de Melo ou ao tripé que os cânones jornalísticos já atribuíram a essa modalidade de narrativa: a imparcialidade, a veracidade e notadamente, a objetividade” (Costa, 2010, 40 apud Lage, 2001, 34). De acordo com Marques de Melo (1992) o jornalismo informativo apresenta quatro formatos distintos a saber: Nota, Notícia, Reportagem e Entrevista.

O jornalismo dito opinativo, “expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento” (Costa, 2010, 58 apud Marques de Melo, 2003, 102). De acordo com Marques de Melo, o jornalismo opinativo apresenta oito formatos: Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Crônica, Caricatura e Carta.

Por fim, Marques de Melo apresenta o Jornalismo Interpretativo como, “uma categoria de configuração estrutural, cuja expressão narrativa oscila entre o estilo informativo e opinativo [...] e que ainda não adquiriu fisionomia própria no lugar onde surgiu” (Costa, 2010, 66 apud Marques de Melo, 2003, 30) O autor também propõe quatro formatos para esta classificação: Dossiê, Perfil, Enquete e Cronologia. Na análise de conteúdo a ser apresentada neste trabalho também será observada a aplicação ou não desta classificação do jornalismo.

2. O Instituto Lula

No Brasil, desde 1991, existe uma legislação que trata sobre a preservação, a organização e a proteção dos acervos documentais privados dos presidentes da República. A lei 8.394 estabelece um sistema para organização dos acervos documentais dos presidentes da República. Toda essa atividade é coordenada pela Comissão Memória dos Presidentes da República, que atua em caráter permanente junto ao Gabinete Pessoal do Presidente da República. Também há a Secretaria de Documentação Histórica, que tem como competência registrar cronologicamente as atividades do Presidente da República e realizar trabalhos de pesquisa histórica e documental relativos ao acervo.

Ao final de cada mandato presidencial, todo o material coletado e devidamente organizado é entregue ao então presidente. A partir daí, o detentor tem a responsabilidade de organizar o acervo com intuito de preservar a memória histórica e colocar à disposição do público. É nesse contexto que surge o Instituto Lula.

O Instituto Lula tem como missão cuidar do acervo histórico e do intercâmbio internacional das experiências políticas do ex-presidente, porém, vai mais além. De acordo com o site da instituição, “o principal eixo de atuação do Instituto Lula é a cooperação do Brasil com a África e a América Latina. O exercício pleno da democracia e a inclusão social aliada ao desenvolvimento econômico estão entre as principais realizações do governo Lula que o Instituto pretende estimular em outros países” (INSTITUTO LULA, 2016).

Na sua missão, o Instituto Lula também deixa claro que a instituição não tem fins lucrativos e é independente de estados, partidos políticos ou organizações religiosas. Sobre a sua criação, o site conta: “Quando terminou seu mandato como presidente, em 2011, Lula decidiu compartilhar experiências acumuladas ao longo de anos de vida pública. Após deixar o cargo, reuniu-se com colaboradores e amigos e decidiram criar o Instituto Lula” (INSTITUTO LULA, 2016).

Por último, sobre a sua área de atuação, o Instituto Lula detalha: “É um espaço de interação e diálogo para aqueles que compartilham os ideais de Lula: a luta pela justiça social, o combate à fome, à pobreza e a todas as formas de desigualdade; o fortalecimento da democracia; o respeito aos direitos humanos; a construção da paz mundial” (INSTITUTO LULA, 2016).

3. As notas à imprensa do Instituto Lula

Este artigo utilizou como metodologia a análise de conteúdo. O método se caracteriza pela análise de mensagens e produz inferências acerca do tema estudado. Para Fonseca Júnior, "a leitura efetuada pelo analista de conteúdo procura evidenciar o sentido que se encontra em segundo plano. No campo da comunicação, este procedimento é utilizado para desvendar as condições de produção das mensagens analisadas" (2010, p. 299).

Para o estudo, foram analisadas as notas à imprensa disponíveis no site do Instituto Lula, no período de outubro de 2015 a março de 2016. A partir dessa observação, foram selecionadas duas categorias proeminentes: notas que são uma resposta ao que foi divulgado por veículos de comunicação na imprensa e notas relacionadas ao trabalho desenvolvido pelo Instituto Lula.

No período acima citado, foram identificadas 15 notas direcionadas a veículos de comunicação e nove sobre a participação do ex-presidente Lula em eventos no Brasil. Desse total, este trabalho traz a análise de $\frac{1}{3}$ do material divulgado de cada categoria. Ou seja, 5 notas que respondem a algum órgão de imprensa e 3 sobre as atividades do Instituto Lula.

O estudo propõe a análise do ponto de vista dos gêneros informativo e opinativo. A intenção é mostrar detalhes sobre a produção das notícias. Abaixo o quadro 1 explicativo traz o recorte em análise:

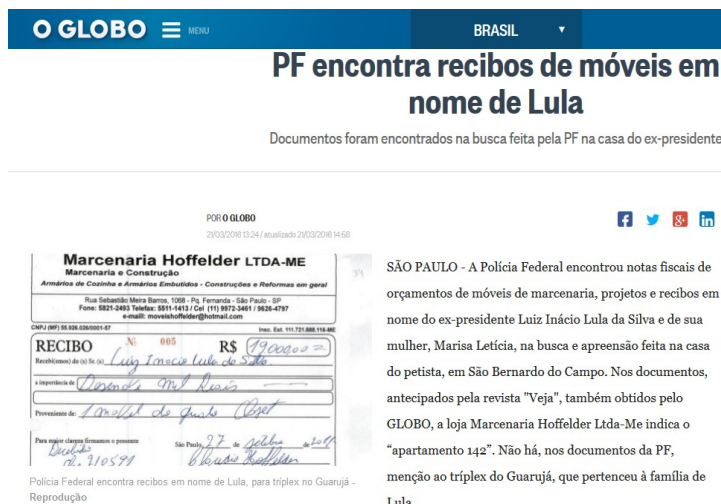
Quadro 1

Nomenclatura da pesquisa	Título	Data de publicação
Nota Um	O Globo não apura e erra tudo sobre móveis de Lula	23 de março de 2016
Nota Dois	O Jornal Nacional não produz grampos, mas edita, esconde e manipula	22 de março de 2016
Nota três	Época faz sensacionalismo sobre acervo que ela mesmo noticiou em 2010	11 de março de 2016
Nota Quatro	Nota sobre acusações publicadas na revista IstoÉ	03 de março de 2016
Nota Cinco	Estadão distorce depoimento de Lula	22 de janeiro de 2016

Quadro elaborado pelas autoras

A Nota Um a ser analisada tem como título “O Globo não apura e erra tudo sobre móveis de Lula”, do dia 23 de março de 2016 (foto abaixo). A nota responde a matéria feita pelo jornal O Globo, no dia 21 de março de 2016, sobre recibos de móveis em nome do ex-presidente Lula encontrados pela Polícia Federal.

Figura 1: Reportagem do jornal O Globo



Fonte: <http://oglobo.globo.com/brasil/pf-encontra-recibos-de-moveis-em-nome-de-lula-18925120>

Com intuito de explicar que o imóvel não é do ex-presidente Lula, o redator da Nota Um informa em alguns trechos: “um apartamento triplex no Guarujá que as Organizações Globo insistem em dizer que é do ex-presidente”; “O jornal O Globo sabe disso, porque foi

o primeiro a inventar que o triplex era de Lula e porque é processado pelo ex-presidente por um conta disso”; e “mais uma vez, a busca e apreensão atende a objetivos midiáticos, de expor boatos sem pé nem cabeça na imprensa” (INSTITUTO LULA, 2016).

Apesar de estar identificada como uma nota, o texto traz características do formato proposto por Marques de Melo (2006) como opinativo - o Comentário. Apresenta um tratamento diferenciado para a publicação, tratando o jornal como se o mesmo fosse uma pessoa, com a frase: “O jornal O Globo sabe disso”. Depois continua com uma dose de parcialidade com “porque foi o primeiro a inventar que o triplex era de Lula”. Dessa forma, adequa-se a proposta do autor para o formato comentário, do gênero opinativo, onde,

Explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências, nem sempre emite uma opinião explícita. O julgamento dos fatos e percebido pelo raciocínio do comentarista, pelos rumos da sua argumentação. Sua característica inerente é a continuidade. Uma matéria que contem a apreciação de um fato articula-se necessariamente com as que antecederam e com as que virão (COSTA, 2010, 65 apud MARQUES DE MELO, 2006a).

Apesar da opinião não estar explícita, a nota do Instituto Lula apresenta a explicação e, ainda, refere-se ao fato do jornal ter inventado uma informação, caracterizando como um comentário.

A Nota Dois tem como título “O Jornal Nacional não produz grampos, mas edita, esconde e manipula”, datada de 22 de março de 2016. O texto responde ao conteúdo exibido nas últimas edições do Jornal Nacional, referente à reprodução de grampos telefônicos envolvendo o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. De acordo com o Instituto Lula, os trechos exibidos sofreram edições e foram descontextualizados do conteúdo original. Identifica-se neste trecho uma espécie de Coluna – um formato do jornalismo opinativo proposto por Marques de Melo pois, apresenta

mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência [...]. Tem como espaço privilegiado os bastidores da notícia, descobrindo fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública (COSTA, 2010, 65 apud Marques de Melo, 2006a).

Entre os trechos da nota, destaca-se: “Vendo fracassada a tentativa de incriminar o ex-presidente, restou à emissora atacar a imagem de Lula, suprimindo o outro lado, fazendo

interpretações ilógicas e sensacionalistas das conversas e, pior, editando os áudios para eliminar trechos fundamentais das falas de Lula” (INSTITUTO LULA, 2016). Ao usar os adjetivos “ilógicas” e “sensacionalistas” e, ainda, sugerir a edição dos vídeos mostrados, pode-se caracterizar que “aparentemente tem caráter informativo, mas na prática é uma seção que emite juízo de valor, com sutileza ou de modo ostensivo” (COSTA, 2010, 65 apud Marques de Melo, 2006a).

O texto continua “O apresentador William Bonner terminou a edição de quinta-feira (17) defendendo a Rede Globo dos protestos que vêm sofrendo no país todo: ‘a imprensa não produz grampos’. É verdade. Mas, esconde e manipula quando não gosta da informação, voltando a fazer hoje, em 2016, o que fez em 1989 e tantas outras vezes quando este país era governado por ditaduras” (INSTITUTO LULA, 2016). O comparativo e aproximação com o ano de 1989 é usado como estratégia opinativa para apresentar desta forma mais uma vez o seu juízo de valor aproximando-se do formato Coluna do jornalismo opinativo de Marques de Melo (1992).

A Nota Três tem como tema “Época faz sensacionalismo sobre acervo que ela mesmo noticiou em 2010”, de 11 de março de 2016. O texto é direcionado a reportagem da revista Época que dizia que um crucifixo, uma obra barroca do século XVI, havia desaparecido do Planalto quando Lula deixou o governo. A matéria original não se encontra disponível, somente a nova versão com a errata.

Figura 2: Reportagem da revista Época



Figura 5

Ressalte-se que todo o procedimento foi gravado pelas câmeras do circuito fechado de TV da instituição bancária. Solicitei, via ofício, que o banco arquivasse o conteúdo das imagens evitando o apagamento automático dos arquivos de mídia. Ademais, foi copiado em HD externo as imagens do CFTV que contemplaram a apreensão realizada nos dois dias.

Espada guardada em sala-cofre da agência do Banco do Brasil do centro de SP (Foto: Reprodução)

Nota da redação: a primeira versão deste texto dizia que o crucifixo havia “desaparecido de uma hora para outra do Planalto quando Lula deixou o governo”. Tratava-se de um equívoco. Como ÉPOCA havia escrito em 2011, a peça foi um presente pessoal ao então presidente Lula e, assim, poderia ser levada por ele ao deixar o cargo.

Fonte: <http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2016/03/pf-encontra-cofre-da-familia-de-lula.html>

O Instituto Lula divulgou em resposta o seguinte texto: “Os objetos que por razões de segurança foram confiados ao Banco do Brasil fazem parte do acervo do ex-presidente Lula, conforme minuciosas notícias publicadas pela própria revista Época (que hoje, decadente, faz sensacionalismo sobre o assunto) em dezembro de 2010” (INSTITUTO LULA, 2016). Ao utilizar os adjetivos “decadente” e “sensacionalista” é possível identificar a opinião porque trata-se de julgamentos dos fatos publicados pela revista em análise.

A Nota Quatro tem como título “Nota sobre acusações publicadas na revista IstoÉ”, de 03 de março de 2016. O documento foi produzido em resposta a matéria divulgada na revista IstoÉ, intitulada “A delação de Delcídio”, mostrando que revelações do senador denunciavam o envolvimento da Presidente Dilma Rousseff e do ex-presidente Lula em ações de corrupção. O texto, assinado pela assessoria de imprensa do Instituto Lula, diz “são completamente falsas as acusações feitas ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em matéria publicada hoje (3) pela revista IstoÉ. O ex-presidente Lula jamais participou, direta ou indiretamente, de qualquer ilegalidade, antes, durante ou depois de seu governo, seja em relação aos fatos investigados pela Operação Lava Jato ou quaisquer outros citados pela revista. A sociedade brasileira não pode mais ficar à mercê de um jogo de vazamentos ilegais, acusações sem provas e denúncias sem fundamento”. (INSTITUTO LULA, 2016).

O texto usando os adjetivos “completamente” e “falsas” revelam a intenção de qualificar a reportagem da revista, mas não apresenta provas, nem argumentos que comprovem isso. Na sequência, ao afirmar que a “sociedade está a mercê de um jogo”, existe uma proximidade com o que Marques de Melo caracteriza como formato Crônica do jornalismo opinativo pois, “gira permanentemente em torno da atualidade captando com argúcia e sensibilidade o dinamismo da notícia que permeia toda a produção jornalística” (COSTA, 2010, 65 apud Marques de Melo, 2006a).

Figura 3: Reportagem da revista IstoÉ



Fonte: http://www.istoe.com.br/reportagens/447783_a+delacao+de+delcidio

A Nota Cinco, último texto dessa categoria a ser analisado, é “Estadão distorce depoimento de Lula”, de 22 de janeiro de 2016, dirigido ao Estadão, como resposta a matéria divulgada sobre o depoimento de Lula a respeito da venda de medidas provisórias. O primeiro parágrafo diz “Em sua desesperada campanha para envolver o nome do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em atos ilícitos que jamais foram cometidos, O Estado de S.Paulo voltou hoje (22) a manipular informações sobre a edição de medidas provisórias dirigidas ao desenvolvimento regional” (INSTITUTO LULA, 2016). A nota também se caracteriza como jornalismo opinativo.

Figura 4: Reportagem do jornal Estadão



The image shows a screenshot of a news article from the website 'ESTADÃO'. The navigation bar includes 'ESTADÃO' and categories: 'POLÍTICA + ECONOMIA + INTERNACIONAL + ESPORTES + SÃO PAULO'. The article title is 'Lula diz que já falou sobre compra de MPs e pede à Justiça reavaliar novo depoimento'. The author is 'POR ANDREZA MATAIS E FÁBIO FABRINI' and the date is '22/01/2016, 11h36'. The article text begins with 'Ex-presidente informa que se manifestou sobre o suposto esquema de medidas provisórias no início do mês; o petista foi arrolado como testemunha do lobista 'APS' por ter assinado a MP 471'.

Fonte: <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/lula-diz-que-ja-falou-sobre-compra-de-mps-e-pede-a-justica-reavaliar-novo-depoimento/>

Terminada a análise das notas que respondem a matérias divulgadas por veículos de comunicação, agora inicia a apreciação dos textos do Instituto Lula que tratam sobre a participação do ex-presidente Lula em eventos pelo Brasil. A partir desse momento, as notas apresentam formato jornalístico: imparcial, objetivo e conciso. Nesta etapa da pesquisa, três notas foram selecionadas, conforme o quadro 2 abaixo:

Quadro 2

Nomenclatura da pesquisa	Título	Data de publicação
Primeira Nota	AO VIVO: Lula participa de celebração pelos 36 anos do PT	26 de fevereiro de 2016
Segunda Nota	Lula participa de reunião do Diretório Nacional do PT	29 de outubro de 2016
Terceira Nota	Lula participa de atos pela educação no Piauí e Bahia	20 de outubro de 2015

Quadro elaborado pelas autoras

A Primeira Nota, data do dia 26 de fevereiro de 2016, tem como título “AO VIVO: Lula participa de celebração pelos 36 anos do PT”. A nota possui um parágrafo, que informa “O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva viaja na tarde desta sexta-feira (26) para o Rio de Janeiro. Lula participa no sábado da festa de aniversário do Partido dos Trabalhadores, que será celebrada no Armazém da Utopia, às 19h”. (INSTITUTO LULA, 2016).

A Segunda Nota é de 29 de outubro de 2016, intitulado “Lula participa de reunião do Diretório Nacional do PT”. O texto possui a mesma configuração, apenas um parágrafo. “O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva participa nesta quinta-feira (29) do encontro do Diretório Nacional do Partido dos Trabalhadores, em Brasília. A reunião acontecerá no Centro de Eventos e Convenções Brasil 21 (Setor Hoteleiro Sul, Quadra 06, Conjunto A), a partir das 10h, com término previsto para 18h, o ex-presidente participa até às 13h. A fala de Lula será aberta à imprensa e transmitida ao vivo pelo site do PT e do Instituto Lula” (INSTITUTO LULA, 2016).

Na Terceira Nota o tema Partido dos Trabalhadores, a nota “Lula participa de atos pela educação no Piauí e na Bahia”, de 20 de outubro de 2015, informa: “O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva embarca na próxima quarta-feira (21), para Teresina, no Piauí, e Salvador, na Bahia, onde participa de atos pela Educação ao lado de movimentos sociais, professores, prefeitos, governadores e secretários da educação”. (INSTITUTO LULA, 2016). Pode-se observar que o lide, citado por Kopplin e Ferraretto (2000), está presente em todas as matérias relacionadas ao PT.

Aparentemente ficou caracterizado, que as três notas possuem um texto informativo onde foi encontrado um “relato de acontecimento que está em processo de configuração. Nem todos os elementos da notícia (AÇÃO – AGENTE – TEMPO – LUGAR – MODO –

MOTIVO) são conhecidos” (COSTA, 2010, 55 apud Marques de Melo, 2006a). Configurando desta forma, o formato Nota, da classificação de jornalismo informativo proposto por Marques de Melo (1992).

Considerações finais

Entre os textos analisados, é possível observar que somente duas notas contam com a assinatura da assessoria de imprensa, porém, como os conteúdos estão no campo “notas à imprensa” no site do Instituto Lula, considera-se neste trabalho que os textos ali disponíveis são de autoria da assessoria de imprensa.

Pode-se verificar que todas as notas que respondem a matérias divulgadas por veículos de comunicação não condizem com o modelo de construção do texto jornalístico, sugerido por Duarte (2006), Kopplin e Ferrareto (2000) e Mafei (2007), uma vez que não tratam a notícia de maneira objetiva. Ao contrário, as notas atacam os veículos de comunicação e fazem uso de adjetivos, podendo ser consideradas como jornalismo opinativo, conforme propõe Marques de Melo (1992).

Alguns trechos demonstram a parcialidade do redator. De acordo com Duarte (2006), as opiniões pessoais contidas em textos de assessoria de imprensa devem estar entre aspas e incluir a informação sobre a autoria, o que não acontece em todos os textos analisados. Além disso, a redação das notas não está alinhada ao Manual de Assessoria de Imprensa da FENAJ (2007, p. 5) que informa que o uso de palavras alarmistas ou negativas devem ser evitadas e sugere “não amplie o efeito negativo da ocorrência com suas palavras”.

Em relação às notas relacionadas ao Instituto Lula, sobre a participação do ex-presidente em eventos do Partido dos Trabalhadores, são respeitadas as diretrizes de produção do texto jornalístico. A presença do lide e a objetividade, marcas consagradas no jornalismo, são peculiares aos três textos analisados. Os títulos seguem as orientações de Kopplin e Ferrareto (2000) no que se refere ao uso de verbos no presente e na voz ativa e de frases na ordem direta. Caracterizando o que Marques de Melo (1992) propõe como jornalismo informativo.

De maneira geral, o que se pode observar é que, quando se trata de notas positivas, todos os princípios jornalísticos são levados em conta. Por outro lado, quando o assunto

ferre a imagem⁶ da instituição ou de seu presidente de honra, Luiz Inácio Lula da Silva, a abordagem torna-se parcial. Dessa forma, não é possível verificar uma uniformidade ou um padrão entre os textos, não há uma linearidade.

Portanto, não é possível dizer que há uma nova forma de se comunicar, uma vez que a construção dos textos está diretamente relacionada ao assunto e à abordagem inicial da mídia e não às diretrizes de produção de notícias. Dessa forma, é possível inferir que a assessoria de imprensa do Instituto Lula não atua de forma convencional no que tange à produção de notícias, uma vez que as notas sobre o Instituto Lula possuem uma abordagem diferenciada em relação as que respondem a denúncias feitas por veículos de comunicação.

REFERÊNCIAS

COSTA, Lailton Alves da. **Gêneros jornalísticos**. In ASSIS, Francisco de e MARQUES DE MELO. Gêneros jornalísticos no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa no Brasil**. In: DUARTE, Jorge. In: DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 2.ed. 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Release: história, técnica, usos e abusos**. In: DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 2.ed. 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2006.

FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual de Assessoria de Comunicação**. 4 ed. Brasília: 2007.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

INSTITUTO LULA. **AO VIVO: Lula participa de celebração pelos 36 anos do PT**. Disponível em <<http://www.institutolula.org/lula-participa-de-celebracao-pelos-36-anos-do-pt>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **Lula participa de atos pela educação no Piauí e na Bahia**. Disponível em <<http://www.institutolula.org/lula-participa-de-atos-pela-educacao-no-piaui-e-na-bahia>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **Lula participa de reunião do Diretório Nacional do PT**. Disponível em <<http://www.institutolula.org/lula-participa-de-reuniao-do-diretorio-nacional-do-pt>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **Época faz sensacionalismo sobre acervo que ela mesmo noticiou em 2010**. Disponível em <<http://www.institutolula.org/epoca-faz-sensacionalismo-sobre-acervo-que-ela-mesmo-noticiou-em-2010>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

⁶ Para Margarida Kunsch (2003, p.170), “imagem tem a ver com o imaginário das pessoas, com as percepções. É uma visão intangível, abstrata das coisas, uma visão subjetiva de determinada realidade”.

INSTITUTO LULA. **Estadão distorce depoimento de Lula.** Disponível em <<http://www.institutolula.org/estadao-distorce-depoimento-de-lula>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **Missão.** Disponível em <<http://www.institutolula.org/sobre>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **Nota sobre acusações publicadas na revista IstoÉ.** Disponível em <<http://www.institutolula.org/nota-sobre-acusacoes-publicadas-na-revista-istoe>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **O Globo não apura e erra tudo sobre móveis de Lula.** Disponível em <<http://www.institutolula.org/o-globo-nao-apura-e-erra-tudo-sobre-moveis-de-lula>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

INSTITUTO LULA. **O Jornal Nacional não produz grampos, mas edita, esconde e manipula.** Disponível em <<http://www.institutolula.org/o-jornal-nacional-nao-produz-grampos-mas-os-edita-e-manipula>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: Teoria e Técnica.** Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 4 ed rev. São Paulo: Summus, 2003.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

MARQUES DE MELO, José (Org.) **Gêneros jornalísticos na Folha de São Paulo.** São Paulo: FTD, 1992.