
As Caravanas do Lula 2018, Uma Análise da Abordagem Midiática Por Veículos Tradicionais e Alternativos.¹

Manoel Izidorio Cabral NETO²

Wesley Guilherme Idelfoncio de VASCONCELOS³

Cleide Luciane ANNTONIUTTI⁴

Resumo

O presente estudo tem como objetivo analisar a abordagem midiática das Caravanas do ex presidente Lula no ano de 2018, a partir de notícias de portais da mídia tradicional ou hegemônica e, em contraponto, matérias provenientes da mídia alternativa ou de resistência. A partir de uma metodologia de cunho exploratório e qualitativo, busca-se analisar os conteúdos e posicionamentos das mídias e a forma como as matérias foram desenvolvidas, como base do artigo, foi realizado um levantamento histórico do panorama político das eleições de 1998 e 2002 e de como a mídia dominante tratou de abordar as eleições presidenciais. Por se caracterizar como mídia de elite, espera-se que os grandes veículos hegemônicos tenham uma linha ideológica que siga a das classes dominantes enquanto as alternativas, pelo seu caráter de resistência sejam favoráveis ao ex presidente e aos movimentos sociais atuantes. O presente estudo serve como um comparativo e pretende promover um possível elucidamento sobre os riscos da informação de fonte única.

Palavras-chave: Caravanas; Eleições; Lula; Mídia Alternativa; Mídia Hegemônica;

Introdução

Luiz Inácio Lula da Silva, ex-presidente do Brasil, hoje referência nacional e internacionalmente no meio político. Apresenta uma trajetória repleta de altos e baixos, e com uma forte influência no contexto político histórico e atual, mas para que se possa entender tal trajetória é necessário voltar nos anos de 1979, Lula é neste ano presidente do sindicato dos metalúrgicos e liderava a greve, ganhou visibilidade na revista *Veja*, a mesma apresentando um Lula como mediador, sensato, razoável, uma pessoa que colocava os interesses dos trabalhadores acima de tudo, considerando esse tipo de

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante de Graduação do 1º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA); manoeelneeto@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 3º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA); wesleyguilherme@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora doutora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA); Luciane.antoniutti@ufca.edu.br

reportagem um elogio, neste caso a mesma queria enaltecer através de sua reportagem o papel do Lula na conquista da trégua da greve. (SILVA 2005)

De acordo com Bezerra (2010) em 1989 lança-se o candidato Lula como nordestino, retirante e pertencente a classe trabalhadora representando a extrema esquerda, a ideia em seus discursos era sobre acabar com a dívida externa bem como dar autonomia e oportunidade para esse trabalhadores, o nordestino enfrentou Fernando Collor de Melo este que, encarnou o personagem como herói da juventude, aparecendo em situações à esse apelo tais como imagens que propagavam essa ideia de herói no qual sempre aparecia em atividades envolvendo movimentação, ação e aventura sugerindo com essa perspectiva uma imagem de dominar o não dominável enquanto a imagem do Lula relacionava-se a uma ideia de proteção o que não cabia naquele momento pois era contrário aos apelos dos grupos sociais daquela época.

O cenário de 1989 era totalmente diferente, neste momento a mídia, segundo Gomes (2006) foi uma grande influenciadora da derrota de Lula para Collor no segundo turno, derrota essa que se dá devido a três fatos produzidos pela mídia, que são: 1. A entrevista da ex-namorada Mirian Cordeiro, acusando Lula de incentivar o aborto da filha Lurian; 2. As insinuações de que os sequestradores do empresário Abílio Diniz tinham ligação com o PT; e 3. A polêmica edição do último debate presidencial transmitido pelo Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão.

Em 1992 Lula participa do *impeachment* de Collor bem como da campanha de manutenção do regime presidencialista, após esse período ele inicia caravanas pelo Brasil denominadas *Caravanas da Cidadania*, para Bezerra (2010) essas caravanas tinham como objetivo além de apresentar políticas, conhecer cada região além de discutir necessidades e problemas enfrentados pela população. Para Gomes (2006) o intuito dessas caravanas era viajar o Brasil apresentando políticas para cada região. Tudo isso seria usado nas campanhas eleitorais de 94 o que não se esperava é que ainda em 93 a lei 8.713/93 artigo 76 apresentasse uma proibição na exibição de cenas externas, todo material utilizado deveria ser gravado em estúdio e os VT's não poderiam ser editados.

Ainda segundo o autor essas restrições prejudicaram não só as estratégias traçadas pelo Lula, afinal o mesmo esperava utilizar os vídeos originados das caravanas como estratégia de sensibilização, com tais restrições todas as campanhas foram prejudicadas inclusive as próprias eleições, essas restrições legais aos efeitos da mídia fez com que o

horário eleitoral não diminuísse mas o seu poder de persuasão e é nesse momento que a mídia ganha destaque.

Após essa breve contextualização, objetivo do presente trabalho é realizar uma análise de conteúdo dos dois grandes grupos em que a mídia pode ser dividida, alternativa e hegemônica, promovendo uma reflexão sobre os riscos de se informar por uma única fonte e da importância da parcialidade explícita para a absorção e processamento das informações recebidas.

Metodologia

O presente artigo tem cunho bibliográfico, por apresentar um apanhado de levantamentos históricos da política nacional e acontecimentos do contexto político atual, através de pesquisas já existentes sobre o assunto. Segundo Markoni e Lakatos (2015) esse tipo de pesquisa é uma baseada em leituras de livros e materiais que tratem do tema proposto.

Será realizado uma análise do conteúdo de cinco notícias do site G1 e do site O Globo e dez matérias do site Mídia Ninja através de um estudo analítico e comparativo, uma vez que serão utilizadas as reportagens digitais feitas por dois tipos de mídia, com o objetivo de comparar os dois veículos de noticiabilidade e analisar a forma como cada um analisou o caso Lula. Objetivando a realização de um contraponto entre as abordagens da mídia alternativa e da mídia tradicional ou hegemônica. A pesquisa com análise de conteúdo envolve a análise do conteúdo das mensagens, os enunciados dos discursos, a busca do significado das mensagens. As linguagens, a expressão verbal, os enunciados, são vistos como indicadores significativos, indispensáveis para a compreensão dos problemas ligados às práticas humanas e a seus componentes psicossociais. (SEVERINO, 2007).

Como tudo começou

Segundo Bezerra (2010) em 1994 Lula competiu com Fernando Henrique Cardoso, ganhou destaque pelas suas propostas, bem como fidelizou alianças, concretizando-as à partir de suas viagens nacionais e internacionais, essa estratégia fez com que Lula conseguisse que outros líderes conhecessem suas propostas considerado

por esses feitos como articulador político passando então a se apresentar como um candidato para todos e não apenas representante de uma classe específica, e apesar de sofrer ataques pela mudança do seu discurso ainda assim consegue manter uma linha coerente justificando suas mudanças à partir da conjuntura social e política.

Em 1998 na sua terceira candidatura Lula concorre novamente com FHC um empate técnico segundo pesquisas chegou a acontecer, mas esses dados foram caindo de acordo com o passar da campanha, em relação a campanha eleitoral houve uma diminuição dos horários, caindo de 60 dias para 45 dias, e diante de vários fatores pode-se destacar três que foram marcantes nas eleições presidenciais de 98: a crise internacional das economias emergentes, o desemprego e a reeleição. E enquanto Lula utilizava em sua campanha a imagem de que a crise era resultado do governo, FHC promoveu um discurso de “Ruim comigo, pior sem mim”, houve durante essa eleição duas etapas relacionadas a campanha presidencial, na primeira etapa havia uma negativa ao governo abordando “seca no NE, saques de flagelados, um mega incêndio florestal em Roraima, invasões do MST, e a declaração de FHC de que os aposentados com menos de 50 são vagabundos.” E uma segunda etapa nota-se um comportamento omissivo acerca das campanhas eleitorais, priorizando outros assuntos. Nesse período houve uma exclusão das coberturas eleitorais favorecendo FHC porque tal posicionamento favorecia o atual presidente (GOMES 2006).

Para a campanha de 2012 voltaremos ao ano de 2011 onde iniciaram-se os preparativos para a campanha eleitoral. No período em questão, a referência utilizada para dissertar é o livro *Casos e Coisas* (2001), onde Duda Mendonça, grande nome do marketing político, discorre sobre seu trabalho para o PT. Nesse momento pega-se referências de dentro do próprio partido através do livro, nele encontra-se como se deu às ideias da campanha e como foram as articulações para mostrar um PT que poderia governar o país. A grande jogada nesse momento era pesquisar os eleitores e possivelmente conhecê-los, entender porque nunca votaram no Lula e se possivelmente iriam votar. O principal intuito dessas pesquisas era corrigir o caminho e os erros das eleições passadas, abrindo espaço para as eleições que estariam por vir. A grande jogada nesse momento era trazer a sensibilização do público através das campanhas televisivas, montar essas campanhas foi um desafio, mas o partido estava confiante e bem engajado. (MENDONÇA, 2001)

O autor ainda apresenta o passo a passo da criação dessa campanha destacando alguns pontos importantes e que seriam utilizados na sensibilização do público bem percebia-se uma grande número de pessoas que passava a olhar o PT com outros olhos e a frase “o PT merece uma chance, uma oportunidade” era cada vez mais ouvida, sentia-se que as pessoas começavam a ser tocadas pelo partido, mas ainda não estavam convencidas a votarem no PT então após algumas reportagens publicações em revistas e jornais sobre fatos cotidianos como exemplo da reportagem, na *Folha de São Paulo* um pobre homem desempregado que fora preso por ter feito um gato na energia elétrica após não pagar uma conta de energia de R\$ 4,77 e uma reportagem que posteriormente saiu na revista *Veja* que contava a história de um maestro italiano que esqueceu dentro de um ônibus na cidade do Rio de Janeiro o seu computador, dinheiro, passaporte e cartões de crédito e fora surpreendido por ter recuperado seus bens pelas mãos de um mecânico anônimo. Fatos como esse costumam tocar as pessoas e ligá-los era necessário porque as pessoas que nunca haviam votado no PT eram as mesmas que estavam cansadas de injustiças e miséria e acreditavam em um Brasil diferente, então juntando as peças como um quebra cabeça a nova campanha começava a ganhar articulação foi então que o autor descreveu esse novo momento positivamente, onde a partir de uma frase considerada por ele como delicada e simpática e não impositiva, fazia com que as pessoas refletissem e até se identificassem, mesmo com algumas variações, a ideia geral era a seguinte: se fatos como esse tocam você, você pode até não saber, com certeza, no fundo, você também é um pouco PT. (MENDONÇA, p. 98, 2001)

Ainda segundo o autor, a campanha fez muito sucesso, ganhando a aproximação de muitos eleitores, e para o mesmo ficou provado que é possível fazer campanha respeitando as filosofias do partido e ao mesmo tempo ser agradável e descontraída, fazendo com que o público assista sem querer desligar a TV, fatos esses que foram comprovados “Segundo Carlos Augusto Montenegro, presidente do Ibope, foi a primeira vez que a audiência do Jornal Nacional se manteve, mesmo depois de começado o horário político.”

Segundo Silva (2005) foi graças a essa construção feita durante toda a campanha por ele e sua equipe que em 2002 Lula tornou-se Presidente da República, percebe-se na imagem do Lula que há por trás toda uma equipe preparada em consolidar a imagem do que a população espera, essa postura moldada por um presidente que tenha posicionamento, capacidade administrativa, liderança, carisma e simpatia, um homem

que nasceu pobre como muitos brasileiros mas que com garra e persistência conseguiu alcançar uma posição de destaque nacional.

Panorama das Eleições de 1998

No ano de 1998 aconteceu a primeira eleição que contou com o uso de urnas eletrônicas e a terceira eleição presidencial desde a redemocratização do país, com a promulgação da Constituição de 1988. O período eleitoral contou com uma quantidade considerável de candidatos (12) e, ironicamente, o resultado foi decidido no primeiro turno, com a vitória de Fernando Henrique Cardoso (FHC), que conseguiu 53% dos votos, atingindo maioria em 23 estados mais o Distrito Federal, sendo o primeiro presidente a conseguir tal feito. Apenas três estados brasileiros não tiveram vitória de FHC (PSDB): o Ceará, que teve vitória de Ciro Gomes (PPS); o Rio de Janeiro e o Rio Grande do Sul, onde Lula (PT) saiu vitorioso (TSE).

Segundo Martins (2006), o maior embate aconteceu entre FHC, apoiado pelos maiores partidos políticos de centro-direita do país - PP, PTB, PFL e PMDB - com propostas de continuidade ao plano de governo já posto em prática no primeiro mandato, com ações voltadas aos interesses dos grandes empresários e propostas que visavam o fortalecimento do real; e, do outro lado, Lula, ex-metalúrgico, sindicalista e com um discurso populista de propostas que objetivavam reformas econômicas e sociais para modificar a estrutura da sociedade brasileira. O representante do Partido dos Trabalhadores propôs um sistema de políticas sócio-econômicas que refletiam e sintetizavam o objetivo da luta dos trabalhadores brasileiros, que eram a busca por direitos, dignidade social, salários justos e empregos regulamentados.

No que se refere aos debates entre os candidatos, ocorreu um problema de logística, por algumas razões como, por exemplo, o grande número de candidatos, o resultado das pesquisas (Datafolha, 1998), onde Fernando Henrique liderava em praticamente todas as modalidades da pesquisa - gênero, idade, número de eleitores e escolaridade - variando entre 31% a 53% das intenções de voto; por fim, o outro problema que impossibilitou a realização dos debates foi o fato de FHC ter se negado a participar deles, então, por não haver sentido a realização de debates eleitorais sem o candidato com as maiores intenções de voto, nenhuma emissora os organizou, visto que todos os outros candidatos juntos concentravam cerca de 45% do eleitorado consultado.

As avaliações do governo FHC no primeiro mandato foram razoavelmente positivas, então, a decisão do candidato à reeleição em não participar dos debates foi, de certa forma, estratégica. Participar de debates abriria margem para críticas ao seu projeto de governo e suas propostas de campanha, entrar em um debate com candidatos como Lula - que trazia as demandas da classe trabalhadora por direitos e condições de trabalho mais justas - e Ciro Gomes - que à época já havia ocupado quatro cargos públicos distintos e era conhecido pela astúcia e a chamada “língua afiada”- não era algo interessante para a imagem construída de FHC que, mesmo liderando todas as pesquisas, corria o risco de perder popularidade, outra possível razão é que a exposição dos outros candidatos de forma positiva ou não, traria para eles conhecimento e até mesmo notoriedade perante os telespectadores, como estava concorrendo à reeleição, FHC já possuía seu nível de conhecimento pela população, visto que nas eleições de 1994 também saiu vitorioso no primeiro turno com 55,2% dos votos. (TSE).

Abordagem Midiática das Eleições de 1998

Segundo Miguel (1999) “Nas sociedades contemporâneas, a capacidade de disseminação de representações da realidade social está concentrada na mídia.” Durante o período eleitoral de 1998 a Rede Globo, maior emissora de televisão do Brasil, se declarou neutra, a programação do Jornal Nacional, inclusive, tratou muito pouco sobre as eleições e os candidatos o que, de certo modo inviabilizou o processo eleitoral. Em 1998, a maior parte da população brasileira tinha acesso às notícias por meio dos telejornais da TV aberta, o Jornal Nacional era o líder de audiência, ou seja, o meio que fornecia os “recursos cognitivos de que os eleitores dispõem antes de fazerem suas escolhas” (Miguel, 1998) para grande parte da população, onde está inserido o eleitorado. O ato de neutralidade da TV Globo em não noticiar ou reservar poucos minutos para noticiar o desenrolar das eleições presidenciais de um país recém-saído de um regime militar pode ser considerado como invisibilização dos candidatos.

Por se tratar da maior emissora de comunicação do país, era de fundamental importância que fosse realizada uma cobertura completa das eleições presidenciais, dessa forma, ocasionaria em uma disseminação mais democrática da informação, onde os eleitores telespectadores poderiam, por si próprios, avaliar o desempenho dos candidatos nas campanhas e debates e escolher de em qual votar.

O esvaziamento da cobertura eleitoral pela Rede Globo era congruente com a estratégia traçada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso para sua reeleição, como afirma Miguel (1999), durante as 12 semanas do período eleitoral e as 72 edições do Jornal Nacional ao longo desse período, pouco mais de uma hora e quinze minutos foram dedicados às eleições, sendo que boa parte desse tempo, cerca de 40,5%, eram matérias de serviço, onde se informava como funcionavam as urnas.

O enquadramento usado nas matérias do JN durante o período eleitoral de 1998 foi outro fator a ser posto em evidência, na época, o candidato Lula reclamou do viés de cobertura da emissora, que não noticiava problemas reais do país, como a seca no Nordeste, por exemplo, que foi uma pauta repetidamente levantada por Lula em suas falas. A reclamação foi lida pelo apresentador do Jornal Nacional durante o programa, o que representou, segundo Miguel (1999):

A presença da acusação no próprio noticiário servia como o melhor desmentido ao acusador: passava como evidência da imparcialidade da emissora. Ao mesmo tempo, a reportagem exibida momentos antes mostrava tanto que a Globo falava, sim, da seca no Nordeste, quanto o fato de que ela não era tão grave quanto Lula gostaria de fazer crer, já que havia fartura na colheita. (MIGUEL, 1999)

O enfoque dado também se relacionava às propostas e argumentos de Fernando Henrique, que, ao afirmar que a crise econômica em nada afetaria o Brasil, Miguel destaca quatro aspectos para o beneficiamento de FHC pelo Jornal Nacional, que são: 1. A demora em noticiar um quadro de crise; 2. A ênfase no caráter externo do problema; 3. Elogios à competência da equipe econômica e 4. A invisibilidade do enquadramento oposicionista. Por se tratar do jornal líder de audiência no Brasil em 1998, a abordagem midiática do Jornal Nacional nas eleições da época foi determinante para o resultado final da votação.

As Caravanas do Lula

De acordo com A FOLHA DE SÃO PAULO (1994) Lula foi o primeiro candidato a lançar sua campanha através das *Caravanas da Cidadania* em 19 de abril de 1993 inicia sua jornada pela cidade de Garanhuns (PE) onde nasceu.

Segundo o Correio Braziliense (2017) iniciou seu terceiro giro pelo país mesmo sem estar confirmado oficialmente nas eleições presidenciais de 2018 passando

inicialmente pelo Rio de Janeiro e Espírito Santo uma vez que o partido segundo especialistas está sem forças.

Em 17 de Agosto de 2017 iniciaram-se as novas edições da Caravana do Lula dessa vez intituladas de Caravana Lula pelo Brasil, o principal discurso da atual caravana é a de defender-se das acusações, além das críticas ao presidente Michel Temer. Diferentemente da estreia do projeto nos anos de 1993 e 1994 à maior intenção e a proposta das caravanas intituladas Caravanas da Cidadania era conhecer o Brasil e seus problemas. (NEXO, 2017).

Mídia Hegemônica versus Mídia Alternativa

Com base no conceito de “hegemonia” desenvolvida pelo filósofo Antônio Gramsci, observa-se que a dominação ou liderança do Estado ou das camadas elitistas em uma sociedade não ocorreu só pela imposição militar e/ou econômica desses grupos, mas em conjunto com a sociedade que se submeteu a esses padrões. Ou seja, a hegemonia é consolidada com armas ideológicas e culturais como se fosse uma “vontade coletiva” sobre a ordem vigente (MORAES, 2010).

Entre outros aparelhos sociais que permitiram a disseminação ideológica desses grupos se encontram os meios de comunicação que, de certa forma, legitimam o poder das camadas elitistas, segundo MORAES (2010). Para se contrapor a essa concentração de poder midiático há a mídia alternativa que, segundo o professor Felipe Pena, no livro Teoria do Jornalismo (2013), a principal característica que diferencia a mídia alternativa, também chamada de mídia de resistência, da hegemônica é que a primeira consiste na aplicação prática de preceitos ligados à função social da profissão. Ou seja, resistir à concepção mercadológica de jornalismo.

Com relação ao caso das Caravanas do Lula, os dois modelos de mídia citados realizaram a abordagem da situação de maneiras distintas, o que é justificável pela forma como as duas mídias se estruturam ideologicamente e, por consequência disso, os tratamentos dados a determinados temas se torna congruente à corrente ideológica do veículo. Em uma mídia elitizada, as matérias são relacionadas à elite, em uma de resistência, alternativa, as matérias são de caráter alternativo.

Análise das Caravanas do Lula pelo portal G1 da Globo

Em 27 de julho de 2017 o site O Globo anuncia caravanas do Lula pelo Nordeste, a matéria com título, “Lula anuncia Caravanas pelo Nordeste para conseguir ‘mais acesso ao

povo””, logo abaixo vem em nota o seguinte: “Petista disse que não precisa se explicar sobre dinheiro de previdência bloqueado por Moro.”

O jornal traz uma breve referência às caravanas do Lula realizadas na década de 90, e traz várias falas do ex-presidente em uma entrevista cedida à uma rádio de Santa Catarina, é perceptível que o foco da notícia são as caravanas, mas no desenrolar do texto a notícia traz informações sobre o bloqueio da previdência do ex-presidente e ainda fala sobre a condenação do mesmo pelo caso do triplex corrupção e lavagem de dinheiro.

Em 19 de março de 2018 iniciava-se à etapa das caravanas pelo Sul, marcada por manifestações a favor e contra o ex-presidente, o site G1 noticiou a seguinte matéria: “Lula começa em Bagé Caravana pelo Sul do País” e em nota traz o seguinte: Chegada do ex-presidente foi marcada por tumulto entre apoiadores e manifestantes contrários ao petista. Lula ainda foi a Santana do Livramento, onde participou de evento com Pepe Mujica.

Nesta segunda notícia percebe-se uma maior importância aos movimentos contra o ex-presidente, trazendo dados levantados pela polícia militar colocando-os como fator relevante para determinar o nível da notícia, nesta notícia traz fotos dos movimentos contra o ex-presidente. Fala ainda sobre um evento com o ex-presidente do Uruguai, e novamente o foco abordado é nas manifestações a favor e contra o ex-presidente, nesse momento traz uma foto do policiamento articulado para o evento, é perceptível que essa foto traz manifestantes contra o ex-presidente, nota-se um número pequeno de pessoas comparado à quantidade de policiais. No fim da matéria traz informações sobre as Caravanas do Lula e o que ela são, bem como os lugares em que ela já esteve e onde estará.

Em 27 de março de 2018, os ônibus das Caravanas do Lula que passavam pela cidade do Paraná são alvos de tiros, no site do G1 especificamente para o veículo de comunicação do Jornal Nacional lê-se a seguinte notícia: “Ônibus da caravana do ex-presidente Lula são atingidos por tiros no Paraná, e na nota: “Ninguém ficou ferido. Lula não estava nos ônibus. Polícia Civil do Paraná informou que abriu inquérito para investigar o caso”.

Nesta notícia, observa-se uma matéria curta, traz ainda na mesma que desde que se iniciaram as caravanas à mesma enfrentava protestos e manifestações contra o ex-presidente. A notícia ainda traz informações do ministro de segurança pública e diz que o ex-presidente Lula chamou os manifestantes de fascistas. Evidente que o intuito da matéria é apresentar fatos sobre o ocorrido, mas busca sempre trazer falas e mostrar um cenário de rejeição e de manifestações contra o ex-presidente.

Dia 28 de março de 2018 um dia após as Caravanas do Lula terem sido alvos de tiros no Paraná o site G1 traz a seguinte notícia: “Veja a repercussão do ataque à caravana de Lula na imprensa internacional”, a nota da mesma é: “Ônibus foram atingidos por três tiros na tarde de terça-feira (27). Ninguém ficou ferido.”

Observa-se que a partir da repercussão internacional o ocorrido é tratado então como ataque, nesse momento o que se nota é a forma de tratar o ex-presidente pelo nome completo. Tanto na nota quanto no texto a notícia evidencia que o ataque não acarretou feridos, em seguida traz os principais veículos internacionais de comunicação como exemplo do *The Guardian*, *The New York Times*, *The Washington Post*, *El País*, *Clarín*.

No primeiro veículo *The Guardian* a notícia traz uma foto do Jornal, o foco da notícia foi o ataque sofrido pelas Caravanas e destacou que não houve feridos e que o Lula não estava nos ônibus atingidos. O *The New York Times* a notícia traz uma foto e uma leitura da mesma informando que tais ataques mostram o quanto Lula está popularmente dividido, informa ainda que o *The Washington Post* publicou um texto semelhante ao anterior e não traz fotos do mesmo.

Na notícia a mesma diz que o jornal *Le conde* entrou em contato com um assessor de imprensa do PT onde o mesmo diz que tal ataque “foi uma emboscada”. Traz ainda no mesmo texto a notícia do jornal *El País* a notícia diz que o jornal espanhol traz declarações do presidente do PT Gleisi Hoffman.

Ainda no dia 28 de março de 2018, Lula encerra sua passagem pelo Sul do país, o G1 posta uma nova notícia intitulada: “Lula encerra caravana no Sul em ato em Curitiba ao lado de Manuela e Boulos” com a seguinte nota: “Lula encerra caravana no Sul em ato em Curitiba ao lado de Manuela e Boulos”.

Nessa nova notícia o G1 nos seus primeiros parágrafos fala sobre os ataques sofridos pelas Caravanas na cidade do Paraná, fala ainda sobre a participação dos pré-candidatos, Guilherme Boulos (PSOL) e Manuela D’Ávila (PC do B). EM outro parágrafo traz uma fala direta do Lula onde o mesmo chama os manifestantes de fascistas.

Traz um breve roteiro das caravanas pelo Sul, quando iniciaram e quais cidades percorreram, em outro momento voltam a falar sobre os pré-candidatos à presidência no trecho diz que os mesmos criticam tais ações e traz uma fala direta do candidato Guilherme Boulos onde o mesmo diz que os manifestantes passaram dos limites ainda diz que estão fazendo apologia ao ódio e plantando a semente do fascismo no país. Para

finalizar a notícia traz um infográfico com dados sobre o ataque sofrido pela caravana com detalhes sobre local e informações do ocorrido.

Análise da Cobertura Das Caravanas de 2018 pelas Mídias Alternativas

Objetivando um contraponto às abordagens midiáticas de veículos da chamada Mídia Hegemônica, representada pelo portal do G1, neste segmento será realizada um levantamento sobre as principais matérias feitas por um portal da Mídia Alternativa que será representada pelo portal Mídia Ninja (Narrativas Independentes do Jornalismo em Ação).

O portal Mídia Ninja foi ao ar em março de 2013 e hoje conta com uma equipe de 98 colunistas, de origens e representações variadas. A equipe conta com personalidades como os cantores e compositores Caetano Veloso e Tico Santa Cruz, professores universitários e especialistas em política, comunicação e outras áreas, políticos como Guilherme Boulos (PSOL) e Manuela D’Ávila (PC do B), pré-candidatos à presidência da república, deputados como Jean Wyllys (PSOL), Lindbergh Farias (PT) e a vereadora do Rio de Janeiro Marielle Franco (PSOL), antes de ser assassinada. Fora os nomes citados, há lideranças de diversos grupos políticos e sociais, com pesquisadoras e militantes LGBT, feministas, membros do movimento negro e de legalização da *cannabis*, entre outras representações de movimentos sociais.

Com relação à abordagem das caravanas de Lula, foram selecionadas 10 matérias do portal que, direta ou indiretamente, se relacionam com a temática do presente trabalho. A principal característica da estruturação das matérias do portal é que não se assemelham com a pirâmide invertida das notícias e reportagens do G1. As abordagens, de caráter de resistência, são parciais, o que é algo que o site defende abertamente, para que o leitor leia consciente da opinião presente na matéria. Nos 10 exemplares analisados, escritos em primeira pessoa, vários pontos de vista convergentes são expostos para tratar das caravanas de Lula e, ainda assim são diferentes. A professora da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) dra. Liana Cirne Lins, em uma matéria intitulada *O Juiz Está Nu*, diz o seguinte: “enquanto juízes precisam ser escoltados pela polícia, o réu é carregado nos braços do povo” (2018), o que não exclui a informação dada, que não foi manipulada pela opinião.

Com relação à parcialidade dos veículos de comunicação no sentido referente ao posicionamento político, no documentário *O Mercado de Notícias* (2014) onde treze importantes jornalistas dão seu depoimento sobre assuntos como jornalismo, democracia, política e atualidade, essa questão vem à tona em determinado momento, e o que é uma opinião unânime entre os jornalistas é que é possível um veículo noticiar mesmo expondo seu posicionamento político, como exemplo há o jornal norte americano *The New Yorker* que realizava matérias imparcialmente e seu posicionamento a favor de Bill Clinton não era segredo.

O portal Mídia Ninja é onde pessoas diversas expõe suas opiniões diversas e forma livre de interesses políticos e econômicos, onde mesmo que o autor da matéria exponha seu posicionamento político, essa transparência é o diferencial e é essa uma das principais características das mídias alternativas, a resistência, a liberdade de expressão e a transparência ao fazer isso.

Considerações Finais

A partir das questões levantadas e das reflexões propostas, espera-se que mis trabalhos como esse sejam realizados, devido à pertinência da temática abordada e a natureza da pesquisa. Com trabalhos provindos de exploração bibliográfica e análise de objeto empírico aspectos da realidade servem, também, como referências.

O principal objetivo desse estudo é usar o caso lula juntamente com as eleições de 1998 como exemplos da inexistência da imparcialidade da mídia e da importância de se analisar a mesma notícia por dois posicionamentos distintos ideologicamente. O posicionamento das mídias é algo que existe mas é mascarado em algumas, estudar as mídias através da política e política através das mídias em trabalhos como esse é importante para que questões importantes sejam postas em evidência e, assim, contribuir para uma melhor percepção e criticidade do público receptor.

Referências

BEZERRA, A. K. G. **Carisma e Mitologias Políticas – A Narrativa Legendária de Luiz Inácio Lula da Silva, o “Operário Presidente”**. Disponível em: <https://bit.ly/2Lp5bXd> Acesso em: 24 de abril de 2018.

DATAFOLHA. “**Intenção de voto para presidente - 1998**”. Disponível em: <<https://bit.ly/2H4Lilk>> Acesso em 24 de abril de 2018.

FOLHA DE SÃO PAULO, 1994. **Cronologia da Campanha**. Disponível em: <<https://bit.ly/2s4RCE8>> Acesso em 03 maio de 2018.

G1. **Lula Começa Nesta Segunda no Rio Grande do Sul Caravana Pelo Sul do País**. Disponível em: <https://glo.bo/2G73Ft6> Acesso em 23 de março de 2018.

G1. **Lula Encerra Caravana no Sul em Ato em Curitiba ao Lado de Manuela e Boulos**. Disponível em: <https://glo.bo/2E2VNnd> Acesso em 23 de março de 2018.

G1. **Ônibus da Caravana do Ex-presidente Lula São Atingidos por Tiros no Paraná**. Disponível em: <https://glo.bo/2J1N3Et> Acesso em 23 de março de 2018.

G1, 2018. **Veja Repercussão do Ataque à Caravana de Lula na Imprensa Internacional**. Disponível em: <https://glo.bo/2ILbjHD> Acesso em 23 de março de 2018.

GOMES, M. B. **A imagem Pública de Lula e Eleições Presidenciais Brasileiras (1989/2002)**. Disponível em: <https://bit.ly/2IEmB4d> Acesso em: 24 de abril de 2018.

LINS, Liana Cirne. **O Juiz Está Nu**. Portal Mídia Ninja, Disponível em: <<https://bit.ly/2IIPsAt>> Acesso em 23 de maio de 2018.

MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2015

MARTINS, Fábio Luiz San. **Política e Economia no Brasil: as Eleições Presidenciais de 1998**. Revista Janela Econômica. 2006.

MENDONÇA, Duda. **Casos e Coisas**. São Paulo; Globo, 2001.

MIGUEL, Luis Felipe. **Mídia e Eleições: A Campanha de 1998 na Rede Globo**. Revista SciELO. 1999. Consultado em 19 de abril de 2018. Disponível em <https://bit.ly/2kj7DSM>

_____. **Mídia e Eleições: A Campanha de 1998 na Rede Globo**. Revista SciELO. 1999. Consultado em 19 de abril de 2018. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0011-52581999000200002>

_____. **Mídia e Eleições: A Campanha de 1998 na Rede Globo**. Revista SciELO. 1999. Consultado em 19 de abril de 2018. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0011-52581999000200002>

MÍDIA NINJA. Disponível em: <http://midianinja.org/> Acesso em 23 de maio de 2018.

MORAES, D. de. **Comunicação, Hegemonia e Contra - hegemonia: A contribuição teórica de Gramsci**. Revista Debates, Porto Alegre, v. 4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

_____. **Comunicação, Hegemonia e Contra - hegemonia: A contribuição teórica de Gramsci**. Revista Debates, Porto Alegre, v. 4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

NEXO. **Quais os contextos e os objetivos das 3 caravanas de Lula**. Disponível em: <<https://bit.ly/2IFYTAQ>> Acesso em 03 de maio de 2018

O GLOBO, 2017. **Lula Anuncia Caravanas Pelo Nordeste Para Conseguir Mais Acesso ao Povo.** Disponível em: <https://glo.bo/2xdmszM> Acesso em 23 de março de 2018.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** - 3 ed, 1ª reimpressão - São Paulo: Contexto, 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** - 23. ed. rev. e atual. - São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, C. B.; BONI, P. C. **A trajetória imagética de Lula: de líder sindical a presidente da República.** Discursos Fotogr. Capa v. 1, n. 1 (2005) Silva. Disponível em: <https://bit.ly/2IM9R7F> Acesso em: 24 de abril de 2018.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). **Consulta de Resultados Eleitorais.** Disponível em <https://bit.ly/2IGMRqB> Acesso em 24 de abril.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). **Resultado das eleições 1994 - Brasil.** Disponível em <https://bit.ly/2IK0nd6> Acesso em 24 de abril de 2018.