

Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006

César Ricardo Siqueira Bolaño*

Valério Cruz Brittos**

Resumo

O artigo estuda o papel do blog jornalístico no espaço público, detendo-se no caso da eleição presidencial brasileira de 2006. A partir do enfoque teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação (EPC), numa perspectiva ampla, objetiva-se demonstrar como, na blogosfera, foi formado um ambiente para circulação de informações em sentido diferenciado do fluxo da grande mídia. À luz da revisão bibliográfica, analisa-se um conjunto de blogs que abordaram a eleição para presidente da República, constatando que a blogosfera configurou-se como um pólo de reação à campanha da mídia hegemônica, de manipulação da cobertura eleitoral. Sem superestimar o poder dos blogs – inseridos que estão num meio, a Internet, cada vez mais demarcado pela lógica dos capitais e, além do mais, integrantes de um sistema *envolvido* pelo capitalismo –, conclui-se que se trata de uma força capaz de pautar as indústrias culturais tradicionais.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação. Jornalismo *online*. Políticas de comunicação. Processos midiáticos. Audiovisual.

* Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professor na Universidade Federal de Sergipe (UFS) e no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), jornalista pela Universidade de São Paulo (USP). Presidente da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Brasília, DF. E-mail: bolano@ufs.br

** Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor titular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Bolsista de produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e vice-presidente da Unión Latfina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federação). São Leopoldo, RS. E-mail: val.bri@terra.com.br

Blogosphere, public space and journalistic field: the case of the Brazilian presidential elections in 2006

Abstract

The article examines the role of journalistic blog in the public space, holding up for the Brazilian presidential election of 2006. From the point of view of Political Economy of Communication, the article shows how the blogosphere has formed an space for movement of information in different sense of the flow of mass media. If the election for president's staff in this area has become a center of media reaction to the campaign of hegemonic, the lack of neutrality in the coverage of elections. It appears that, without overestimating the power of blogs - which are inserted into a medium, the Internet, increasingly marked by the logic of capital, and, moreover, members of a system involved by capitalism - it is a force able to govern the performance of traditional industries and is a key element in the analysis of communication in contemporary society.

Keywords: Political Economy of Communication. Online journalism. Policies of communication. Mediatic processes.

Blogosfera, el espacio público. el campo periodístico: el caso de las elecciones presidenciales brasileñas de 2006

Resumen

El artículo examina el papel de los blogs periodísticos en el espacio público, para la celebración de las elecciones presidenciales de 2006. Con base en la economía política de la comunicación, se busca mostrar cómo, en la blogosfera, se ha formado un entorno para la circulación de la información en un sentido distinto de aquel de los grandes medios de comunicación. En el caso de la elección para presidente de la República que examen, este espacio se ha configurado como un polo de reacción contra la campaña, de los medios de comunicación hegemónicos, de manipulación de la cobertura de las elecciones. Parece que, sin sobrestimar el poder de los *blogs* - que se insertan en un medio, Internet, cada vez más marcado por la lógica del capital y, además, que forma parte de un sistema enmarcado por el capitalismo - es una fuerza capaz de pautar la acción de las industrias tradicionales, siendo un elemento clave en el análisis de la comunicación en la contemporaneidad.

Palabras clave: Economía política de la comunicación. Periodismo en línea. Políticas de comunicación. Procesos mediáticos. Audiovisual.

Introdução

O aporte teórico que a Economia Política da Comunicação (EPC) pode dar ao estudo do Jornalismo *online* vai tanto no sentido da análise das chamadas lógicas sociais, quanto

da subsunção do trabalho intelectual cultural. De um lado, como produto transversal, o Jornalismo é interessante para a observação da convergência, em particular, de como a concorrência intermídia se processa na rede mundial, envolvendo atores de diferentes áreas das indústrias culturais (jornais, rádios, TVs) e inclusive outros, de setores até mais poderosos (como as telecomunicações) e novos entrantes com vantagens, a exemplo de Yahoo, Google e outros portais de grande dimensão.

De outro, pode-se condensar os prejuízos impostos aos profissionais de Jornalismo, com a digitalização e o trabalho em rede, dizendo que eles transformam-se em produtores de conteúdo, termo usado pelas empresas, autodefinidas agora como organizações produtoras de conteúdo, dada a sua nova inserção nos mercados da convergência. Esta autodefinição é que determina, evidentemente, a nova conformação do trabalho intelectual citado, assim como a flexibilidade do capital corresponde à flexibilização do trabalho e das relações trabalhistas, no novo modo de regulação do capitalismo, surgido da crise estrutural inaugurada nos anos 70 do século passado.

Esses dois aspectos foram explorados em textos anteriores, citados adiante, mas há um terceiro aspecto a ser levado em consideração, relacionado à estrutura da rede, a qual pode ser comparada com as estruturas de mercado típicas da economia da comunicação e da cultura e como elas têm evoluído até hoje, constituindo uma imensa camada de atores não hegemônicos, com capacidade de acesso, responsável por uma aparência de liberdade e possibilidades de ação, que contrariam a realidade essencial da concentração e do controle. Mas há um fundo de realidade nessa aparência, ligado à contradição inerente ao capitalismo, que abre possibilidades liberadoras, mas, ao mesmo tempo, as encarcera.

A existência do que alguns chamam de blogosfera, cuja estrutura sociológica se assemelha àquela da própria Internet, enquanto indústria cultural, em seu conjunto, é um exemplo disso. É interessante ver como certos *blogs* (especialmente os jornalísticos) têm uma influência no agendamento da mídia hegemônica e, com ela, do debate político nacional, podendo servir, assim, indiretamente, à resistência dos setores contra-hegemônicos. Neste artigo, discute-

se apenas algumas evidências nesse sentido, ligadas à participação da grande mídia e dos *blogs* jornalísticos nas eleições presidenciais brasileiras de 2006.

Assim, este texto é construído considerando as contradições do capitalismo e suas tecnologias, em consonância com a abordagem dialética constitutiva do eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação. Para atingir-se o objetivo deste estudo – demonstrar como, na blogosfera, foi formado um ambiente para circulação de informações em sentido diferenciado do fluxo da grande mídia, especialmente a partir da pesquisa do segundo turno da eleição para a Presidência da República de 2006, que reelegeu Luiz Inácio Lula da Silva – foram utilizados dois principais instrumentos: de captura e análise de dados revisão bibliográfica e análise de *blogs* que, a partir de levantamento preliminar, foram considerados representativos da abordagem da temática eleitoral, durante o mês do pleito em foco.

Nessa direção, a pesquisa focou-se em 23 *blogs*¹: Blog do Galdelha, Blog do ET, Blog de Fernando Rodrigues, Blog do Mello, Blog Verbo Solto, Blog Contrapauta, Blog Cristina Padiglione, Blog Boteco de Idéias, Blog Coligados, Blog Deu no Jornal, Blog Código aberto, Blog de Janer Cristaldo, Blog Abafos e Desabafos, Blog de Mario Araujo Filho, Blog do Patrick, Blog do Ricardo Noblat, Blog Coligados, Blog Minha política, Blog Na pratica a Teoria é Outra, Blog Que a Indignação Leve à Ação, Blog Descontrole = Corrupção, Blog de Conversa em conversa, Blog Blogando Francamente.

Internet, esfera pública e o fenômeno dos blogs

Um resultado importante de três décadas de reestruturação capitalista foi uma nova e progressiva mudança estrutural da esfera pública, aqui se usando o conceito original de Habermas (1984), como foi analisado em diferentes ocasiões (BRITTOS; BOLAÑO, 2006a). A nova estrutura de mediação surgida nesse processo, comparada com a velha Indústria Cultural, desenvolvida ao longo do século XX, carrega as marcas do novo modo de regulação do

¹ Os endereços e detalhes do *corpus* estão no fim deste artigo, no Apêndice.

capitalismo, apresentando como características segmentação, flexibilidade e exclusão pelos preços. Uma esfera pública, portanto, privatizada, fragmentada, assimétrica e excludente, mas também interativa e dialógica, quando comparada com a anterior, e, nesse sentido, potencialmente democrática.

A centralidade da televisão de massa, marca do modelo inclusivo do serviço público universal dos anos dourados do pós-guerra, vai-se deslocando lentamente, desde o decênio de 1980, quando a TV segmentada é estabelecida como oligopólio mundial (BOLANÑO, 2004), até a expansão da Internet comercial, a partir de 1995, que marca a vitória definitiva do projeto norte-americano de digitalização geral, com impactos sobre as infra-estruturas de telecomunicações, o conjunto das indústrias de equipamento informático e eletro-eletrônico e todas as organizações culturais, chamadas a atender a uma ampliação inédita da demanda por conteúdos, não de forma autônoma, por parte do consumidor final, mas por indução, essencialmente, da indústria.

A Internet é o paradigma desta situação surgida e apresenta-se perfeitamente adequada à nova centralidade adquirida pelo trabalho intelectual – crescentemente subordinado ao capital, por meio, justamente, das inovações trazidas pelo desenvolvimento da micro-eletrônica e, em particular, da informática e da economia das redes telemáticas – e à intelectualização geral dos processos de trabalho mais diversos e do consumo (BOLANÑO, 2002). Assim como os novos processos de trabalho, na indústria ou nos serviços, a Internet exige do sujeito atenção, autocontrole e mobilização de ferramentas cognitivas. Nesse sentido, a nova esfera pública, baseada na rede mundial de computadores, assemelha-se àquela burguesa originária, crítica e restrita, descrita por Habermas, pela incorporação de duas condições de inclusão vinculadas à disponibilidade de recursos materiais e capital simbólico.

As análises mostrando a coerência entre a subordinação ao capital, do trabalhador, no mundo do trabalho, e do consumidor, no mundo da vida, no período do chamado fordismo e da televisão aberta e generalista, não apenas permanecem válidas para a maioria da população ainda hoje, como mais uma coerência pode ser detectada entre os mundos do trabalho e da vida na situação

recente, caracterizada pela convivência dos mecanismos do Estado nacional e da velha Indústria Cultural manipuladora do século XX com os novos instrumentos de controle do capital globalizado e os novos modos de dispêndio do tempo de não trabalho.

Nessas condições, tanto as formas de manipulação, como as de resistência, tornam-se mais complexas. Na TV massiva, informação jornalística e ficção são mobilizadas conjuntamente, tanto para a publicidade comercial, como para a construção de consensos e a imposição de agendas ou de padrões de comportamento e estilos de vida. Em outra ocasião já se expôs como esse tipo mais conhecido de manipulação é combinada com a utilização da Internet para potencializar as estratégias vinculadas ao chamado *marketing* social da Rede Globo de Televisão (BRITTOS; BOLAÑO, 2006a).

Agora a concentração é em torno de outro exemplo de interpenetração dessas duas partes cindidas da nova esfera pública, que aponta não tanto para um reforço de manipulação e controle, mas principalmente, no que interessa a este trabalho, para as possibilidades de resistência que a rede permite, apoiadas na ação crítica de um conjunto de trabalhadores intelectuais, os jornalistas, que ocupam um espaço específico, para bem e para mal, na estrutura global daquela.

O fenômeno dos *blogs* é recente, mas bastante conhecido. São espaços de notícias e comentários na Internet, frequentemente atualizados, mantidos por indivíduos e organizações, que se expandiu vertiginosamente na rede, depois de 1999, por se tratar de uma ferramenta simples, utilizada por adolescentes, que mantêm diários *online*, como forma de relacionamento, por movimentos sociais de todo tipo e bandas de música que procuram um contato direto com o público, sem a interferência dos grandes capitais da indústria cultural. Serve, acima de tudo, para toda sorte de ator social interessado em criar um capital simbólico e, assim, melhor valorizar-se no mercado cultural, desta forma podendo participar de um lugar de comunicação bastante horizontalizado e que se amplia dia a dia. O requisito básico é uma disponibilidade limitada de recursos (financeiros ou capacitação técnica).

O movimento dos estudantes da Universidade de São Paulo (USP), por exemplo, que ocuparam no primeiro semestre de 2007, com grande repercussão na mídia, o prédio da reitoria da instituição,

utilizaram-se largamente da chamada blogosfera para comunicar-se com o público externo, sem, em princípio, a mediação da grande imprensa. Nesse caso, tiveram a capacidade de contarem com um blog oficial, o Blog da Ocupação (que teve de mudar seu endereço, de <http://ocupacaousp.blog.terra.com.br> para <http://ocupacaousp.noblogs.org/>, porque o primeiro saíra misteriosamente do ar, por ação, segundo os estudantes, do portal Terra, da Telefônica)², uma TV (<http://stream.paraguas.org:8000/tvlivre.ogg>) e uma rádio (<http://stream.paraguas.org:8000/radio.ogg>). Além disso, divulgaram vídeos no *YouTube*³, mantiveram uma movimentada comunidade no Orkut (Ocupação da Reitoria da USP)⁴ e discutiram o movimento em mais de 300 blogs e páginas individuais na Internet⁵. Não é objetivo deste texto é discutir o uso da Internet pelos movimentos sociais, mas esse exemplo mostra a importância que a blogosfera e outras ferramentas simples têm adquirido nesse sentido.

O que interessa ressaltar é a existência, na chamada blogosfera, de *blogs* jornalísticos, que não representam um movimento social, mas influenciam a grande imprensa e o debate público em

² A explicação do desaparecimento pode ser, não obstante, outra, já que, uma semana depois, saiu também do ar o *e-mail* ocupacao.usp@gmail.com (substituído por ocupacao.usp@linuxmail.org), cujo provedor é o Google, reforçando a hipótese da ação de *hackers*. MORENO, Ana Carolina. Depois de blog, e-mail usado pela ocupação da USP sai do ar. **Portal Estadão**, São Paulo, 21 maio 2007. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/educacao/noticias/2007/jun/01/358.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

³ OCUPAÇÃO da USP é mostrada no YouTube e blog de alunos. **Portal Estadão**, São Paulo, 1 jun. 2007. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/educacao/noticias/2007/mai/21/113.htm>>. Acesso em: 11 jul. 2007.

Fonte; <http://www.estadao.com.br/educacao/noticias/2007/jun/01/358.htm>Fonte; <http://www.estadao.com.br/educacao/noticias/2007/jun/01/358.htm>

⁴ CRUZ, Elaine Patricia. Blog da ocupação da USP tem novo endereço. **Bem Paraná**, Curitiba, 25 maio 2007. Disponível em: <<http://www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VtUXlWapqU0ZKUFVrZDRUMXBYZEVkTk1WSlhWV3hLYVZadVFfWlVWV2gzVkcXR1YyTklRbUZTYldoUVdWZDRjMVpWTVZoa1JuQldUVVZ2ZVZVeFVrOVdNbEY0WwtkNFIxSlIRbkJhVmxatTFkYeGtWMVJyVGxka-VJsWTBWVlprYTYJFeFNyafhha0pVVmxkTmVGcEhNVk5rUIRrSVdrZEdWMI-ZzV25sV01uaHZVekpLUIZaWWJGQINSRUU1>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

⁵ DEAK, André. Estudantes da USP usam Internet para divulgar informações sobre ocupação da Reitoria. **Agência Brasil**, Brasília, 22 maio 2007. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/05/22/materia.2007-05-22.0001063892/view>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

geral. Os *blogs* acabaram adquirindo uma relevância inesperada na economia política da Internet justamente ao se tornarem ferramenta de ação independente por parte de muitos jornalistas com posição de destaque, que ganham, assim, autonomia em relação ao “capital da notícia”, para usar a feliz expressão de Ciro Marcondes (1986). Trata-se de um movimento no sentido oposto àquele, predominante, de desqualificação, flexibilização e enquadramento do trabalho dos jornalistas, decorrente do uso da informática nas redações, que se amplia, com o surgimento do Jornalismo *online* (BRITTOS; BOLAÑO, 2006b). No caso em exame, o que se vê é a recuperação, por parte de uma elite de intelectuais jornalistas, da capacidade de ação crítica a serviço dos velhos ideais da profissão, contra os interesses oligopolistas da grande imprensa, interesses, que fique claro, não meramente publicitários ou individuais, mas propagandísticos e gerais do conjunto do empresariado da comunicação, com raras e notórias exceções.

Na verdade, mais do que em esfera pública em geral, deve-se falar aqui na existência de campos de práticas, no sentido de Bourdieu (1977), que se intersectam ou se tangenciam, mostrando que a dinâmica de formação do consenso social é mais complexa do que normalmente se imagina.

Escândalos e eleições

Sete nomes concorreram à Presidência da República na eleição de 2006, com forte polarização entre Geraldo Alckmin, da aliança PSDB/PFL, que dera sustentação ao Governo anterior, de Fernando Henrique Cardoso, e Luiz Inácio Lula da Silva, candidato à reeleição pela coligação PT/PRB/PCdoB. Mas a posição do concorrente à reeleição nas pesquisas era francamente favorável, apontando sempre para a possibilidade de vitória no primeiro turno. Presumia-se que a mídia – cuja interferência nos processos eleitorais no país é patente⁶, mas que se manteve surpreendente-

⁶ Vários exemplos históricos são citados pelos autores da coletânea organizada por ocasião dos 40 anos da TV Globo: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Orgs.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

mente objetiva no pleito anterior, o qual levaria Lula pela primeira vez ao Palácio do Planalto – permaneceria nessa posição, inclusive tendo em vista a benevolência com que foi tratada durante o primeiro Governo Lula.

Este já enfrentara, desde 2004, com a chamada “CPI do fim do mundo”, escândalos e denúncias de corrupção, em especial o rumoroso caso do chamado “mensalão”, em que a oposição chegou a levantar a hipótese de *impeachment* em mais de uma ocasião (FOLHA DE S. PAULO, 2007). O estopim da crise do mensalão, deflagrada em maio de 2005, foi a revelação de uma fita de vídeo, que mostrava o ex-funcionário dos Correios Maurício Marinho negociando propina com empresários interessados em participar de uma licitação. No vídeo, o funcionário da estatal dizia ter o respaldo do deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ). Acuada, Jefferson decidiu sair para o ataque contra o Governo e, em entrevista à *Folha de S. Paulo*, no início de junho do mesmo ano, denunciou um suposto esquema de pagamento de mesada a parlamentares da base aliada em troca de apoio político.

Antes mesmo da denúncia, já havia sido criada a “CPI dos Correios”, que tinha o objetivo de investigar as denúncias de corrupção nas estatais, mais especificamente nos Correios. Seu foco, no entanto, foi deslocado pouco depois para a investigação da existência do suposto mensalão. A própria “CPI do Mensalão”, que tinha como objetivo, graças a uma manobra bem sucedida do Governo, investigar as denúncias de Jefferson, mas também aquelas de compra de votos para a aprovação da emenda da reeleição de Fernando Henrique Cardoso, encerrou seus trabalhos em novembro de 2005 sem aprovar um relatório final e sem aprofundar devidamente todas as investigações.

O presidente da CPI, senador Amir Lando (PMDB-RO), classificou a falta de vontade política como o principal motivo para o encerramento dos trabalhos da Comissão. Foram protocoladas na Mesa do Congresso as assinaturas de 148 deputados em apoio à prorrogação dos trabalhos da CPI do Mensalão. O mínimo exigido era de 171 deputados. À CPI dos Correios coube o mérito de ajudar a revelar o esquema de distribuição de recursos a parlamen-

tares, teoricamente para bancar despesas de campanhas eleitorais, apelidado pela imprensa de “valerioduto”, devido ao nome de seu operador, o empresário Marcos Valério Fernandes de Souza.

O processo todo gerou um desgaste importante ao Governo, pois se somava, ademais, ao escândalo dos bingos, da “CPI do fim do mundo”, relacionada também com o problema do financiamento das campanhas eleitorais, tornando-se inevitável uma reforma ministerial. A mudança mais significativa, no âmbito da análise comunicacional, foi a substituição do ministro das Comunicações, no momento em que se discutia a posição do Brasil sobre o padrão da TV digital, tema de interesse vital para os radiodifusores, capitaneados pela Rede Globo de Televisão, empresa da qual o novo ministro, Hélio Costa, fora empregado e hoje é sócio. Em todo o processo, a posição da Globo pareceu ser, mais uma vez, de relativa distância, atacando, por certo, com veemência, o Partido dos Trabalhadores, mas procurando preservar a figura do presidente.

Acalmados os ânimos, em 2006, um novo escândalo animaria a mídia, mas desta vez implicando não apenas parlamentares da base governista, mas de todas as agremiações partidárias e, especialmente, o PSDB, principal partido de oposição, com denúncias contra o candidato ao Governo de São Paulo, José Serra. O caso ficou conhecido como da “máfia das ambulâncias”, ou da “CPI das sanguessugas”, instaurada a partir do desmonte, pela Polícia Federal (PF), de uma quadrilha que fraudava a venda de ambulâncias para prefeituras de diversos estados do país, com membros infiltrados na Câmara dos Deputados e no Ministério da Saúde. No total, a quadrilha teria movimentado R\$ 110 milhões desde 2001 e entregue mil veículos, sendo que já começava a operar outro esquema em licitações de equipamentos para inclusão digital, segundo informações do delegado Tardeli Boaventura Cerqueira.

A denúncia que permitiu o início das investigações partiu do próprio Governo. Coube à Controladoria-Geral da União alertar a PF sobre as irregularidades. A PF iniciou as investigações em 2004 e, com o auxílio da Receita Federal, identificou 22 empresas fantasmas montadas para dar aparência de veracidade às concorrências para venda das ambulâncias (FOLHA DE S. PAULO, 2007). Tudo fazia supor, portanto, que o caso se esgotaria no nível das

investigações policiais e da Justiça. Um fato, no entanto, levaria a grande mídia a seguir por caminhos surpreendentes, retornando de forma dramática o clima de acusações e suspeitas contra o PT e o presidente Lula, agora candidato à reeleição.

O dossiê da mídia

O estopim desta vez foi a divulgação, faltando 15 dias para as eleições, da compra de um dossiê contra o candidato ao Governo de São Paulo, José Serra, que apareceria num vídeo e fotos, apreendidos pela Polícia Federal, na entrega de ambulâncias da máfia das sanguessugas. O material contra Serra seria entregue pelo empresário Luiz Antônio Vedoin, chefe das sanguessugas, a Gedimar Pereira Passos, advogado e ex-policial federal, e Valdebran Padilha da Silva, filiado ao PT do Mato Grosso. Gedimar e Valdebran foram presos quando aguardavam, no hotel Ibis, em São Paulo, com R\$ 1,7 milhão, por um emissário de Vedoin, Paulo Roberto Dalcol Trevisan. Os quatro envolvidos foram presos pela PF.⁷

Embora o caso se referisse à campanha pelo Governo paulista, as acusações se dirigiam ao presidente da República, candidato à reeleição, submetido, portanto, a uma “dupla visibilidade”.⁸ Nomes

⁷ Em depoimento, Gedimar disse que foi “contratado pela Executiva Nacional do PT” para negociar com a família Vedoin a compra de um dossiê contra o tucano, e que do pacote fazia parte uma entrevista, supostamente à revista *Istoé*, acusando Serra de envolvimento na máfia. Disse ainda que seu contato no PT seria alguém de nome “Froud” ou “Freud”. Após a denúncia, o assessor especial da Presidência da República, Freud Godoy, pediu afastamento do cargo. Ele nega as acusações. O PT também nega que o dinheiro seja do partido.

⁸ O Doxa, Laboratório de Pesquisas em Comunicação, Política e Opinião Pública, do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), produziu um estudo sobre o desempenho dos meios de comunicação na campanha das eleições presidenciais de 2006, em que, analisando o comportamento e as opções editoriais principalmente dos três maiores jornais do país (*O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*), demonstra claramente como a cobertura jornalística foi “predominantemente” negativa “para o presidente/candidato Lula”, tendo sido dedicado “mais espaço positivo para Geraldo Alckmin”. Foi constatado um “anti-lulismo que, pela unanimidade, comprometeu a pluralidade indispensável para a saúde da democracia”. COMO queríamos demonstrar. **Carta Capital**, São Paulo, n. 451, 4 jul. 2007. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/2007/07/451/como-queriamos-demonstrar/>>. Acesso em: 14 jul. 2007.

importantes do PT começaram a ser relacionados ao dossiê. A crise derrubou o coordenador da campanha à reeleição de Lula, Ricardo Berzoini, presidente nacional do partido, que não teve, como ficou constatado posteriormente, participação no caso, substituído por Marco Aurélio Garcia. Outros membros da sigla com cargos no Governo também acabaram demitidos preventivamente. Em São Paulo, o candidato ao Governo do PT, Aloizio Mercadante, afastou o coordenador de comunicação da campanha, Hamilton Lacerda, que teria articulado a publicação da reportagem da *Istoé* contra Serra.

Um fato teve importância crucial no rumo das eleições. No dia 29 de setembro, véspera do primeiro turno, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, principal fonte de informação da população brasileira, apresentou, com grande destaque, fotos tomadas irregularmente pelo delegado Edmilson Bruno, da Polícia Federal, do dinheiro apreendido com Gedimar e Valdebran. O repórter César Tralli, da Globo, recebera, segundo informou à *Carta Capital*, em primeira mão, o CD distribuído à imprensa pelo delegado, o que desencadeou, naturalmente, intensos movimentos na redação do telejornal. Depois de entregar o material a Tralli, o delegado reuniu-se com outros quatro jornalistas (Lilian Christofoletti, da FSP, Paulo Baraldi, de OESP, André Guilherme, da Rádio Jovem Pan, e Tatiana Farah, do jornal *O Globo*) para repassar outro CD, a fim de que fosse copiado. Luiz Carlos Azenha foi o primeiro a divulgar, em seu *blog*, trechos da conversa do delegado com os jornalistas. Em seguida, Paulo Henrique Amorim veiculou o áudio e uma transcrição sumária da fita; logo Azenha liberou o texto completo.

A decisão de divulgar as fotos no *Jornal Nacional* daquele dia foi acompanhada de outras duas: (1) omitir o acidente com o avião da Gol, que, na mesma data, se chocara com um jato Legacy, provocando a morte de todos os passageiros, e (2) não veicular a existência da fita de áudio posteriormente divulgada por Amorim. A revista *Carta Capital*, em pelo menos duas edições, foi em defesa da verdade dos fatos, denunciando o chamado “dossiê da mídia” (PEREIRA, 2006), que conta ainda com outras ações, por parte da revista *Veja*, por exemplo, o que não cabe retomar aqui.

O resultado do primeiro turno indicou 48,61% de votos váli-

dos para Lula e 41,64% para Geraldo Alckmin, levando a disputa para um segundo turno (TERRA, 2007). Na segunda etapa, a estratégia do candidato Lula mudou. O presidente dedicou-se prioritariamente à eleição. Os debates, desta vez com a presença do postulante petista, muito criticado por não haver comparecido aos do primeiro turno⁹, ganharam destaque e o dossiê da mídia foi sendo desmascarado pela ação dos jornalistas e outros participantes do espaço dos *blogs*.

A reportagem de capa de *Carta Capital*, “Os fatos ocultos”, provocou reações diferentes em vários veículos de comunicação (PEREIRA, 2006). Alguns, a começar por *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *TV Globo*, citados nominalmente no texto, esquivaram-se até quanto possível. Na *TV Record*, o *Jornal da Record*, na sexta feira 13, mencionou a publicação e mostrou

⁹ A ausência de Lula no debate da *TV Globo* no primeiro turno ganhou uma cobertura midiática não verificada quando Fernando Henrique Cardoso fez-se ausente em encontros semelhantes, ao concorrer à reeleição, em 1998. A cadeira vazia, que seria ocupada pelo candidato do PT, foi focada várias vezes, com os demais concorrentes dirigindo-se ao ausente. A primeira pergunta do debate, feita por Cristovam Buarque, foi dirigida a Lula, sem resposta, logicamente: “O senhor é candidato sob fortes suspeitas de uso de recursos públicos no processo eleitoral. Se for eleito e comprovar-se a denúncia, renunciará ao cargo?”. Alckmin e Heloisa Helena mencionaram a falta de Lula antes de responder às suas questões: “Ele tinha a obrigação de descer do seu trono de corrupção e covardia e vir aqui se explicar ao eleitorado”, disse a candidata do PSOL. UNIDOS, candidatos atacam Lula. **G1**: o portal de notícias da Globo, Rio de Janeiro, 29 set. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Eleicoes/0,,AA1290678-6282-433,00.html>>. Acesso em: 10 jul. 2007. A Rede Globo informou que lamentava a ausência do presidente da República e candidato à reeleição, Luiz Inácio Lula da Silva, em debate. **GLOBO** lamenta ausência de Lula em debate. **Terra Notícias**, Porto Alegre, 28 set. 2006. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1164639-EI6651,00.html>>. Acesso em: 10 jul. 2007. Segundo o presidente, “o grau de virulência e desespero de alguns adversários” era o principal motivo para a ausência no debate. Lula afirmou ainda que foi um dos candidatos que mais participou de debates nos últimos anos e que não tinha “receio” de enfrentar os adversários. O presidente teria consultado pesquisas qualitativas, indicando que a ausência não provocaria perdas no índice de intenção de voto. LULA não vai a debate para evitar [desespero] de adversários. **Terra Notícias**, Porto Alegre, 28 set. 2006. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1164639-EI6651,00.html>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

capa e miolo da revista. A TV Bandeirantes usou informações da reportagem no *Jornal da Band*, sem, no entanto, citar a revista. Registros. Mas é em outro meio de comunicação que verdadeira ebulição tomou lugar. Na Internet, em seus sites e *blogs*, alguns jornalistas puderam opinar e estimular alguma reflexão sobre a faceta da mídia escancarada pela *Carta Capital*¹⁰.

Ao contrário do caso dos *blogs* do movimento dos estudantes da USP, citados anteriormente, que serviram como fontes para a imprensa, estes, jornalísticos, facilitaram o debate no interior do campo jornalístico, com impacto na opinião pública, ao influenciar o trabalho dos formadores de opinião. Mais, estes últimos podem ser empregados dos grandes veículos¹¹. Mas, nos seus *blogs* pessoais aparecem e se comportam efetivamente como intelectuais autônomos e conquistam respeito no campo (entre seus pares) por isso.

Considerações conclusivas

Os *blogs* diferenciaram-se da cobertura da grande mídia contribuindo para uma visão mais plural, na medida em que apresentaram versões diferenciadas para os mesmos fatos, mostrando a diversidade de nuances dos acontecimentos. O que esse caso demonstra é a complexidade dos mecanismos de manipulação e de criação do consenso numa sociedade de massas, em que a mediação entre os interesses hegemônicos e o público consumidor, eleitor ou cidadão, para realizar-se, deve recorrer a um tipo de trabalho especial (cultural, intelectual) cuja subsunção no capital será sempre problemática. Assim como em outros setores da chamada economia do conhecimento, a exemplo da pesquisa biotecnológica, para citar um paradigmático, a produção capitalista só pode existir

¹⁰ PEREIRA, Raimundo Rodrigues, op. cit.; RESPOSTA a Ali Kamel: Tartufo trabalha na Globo?, op. cit. A revista cita uma série de *blogs* e *sites* jornalísticos que participaram do debate. Em anexo apresenta-se a lista dos que foram consultados nesta pesquisa.

¹¹ As companhias comunicacionais cada vez mais lançam *blogs* de responsabilidade de seus contratados, aproveitando a vocação da organização (sinergia funcional), que é a captação e produção de conteúdo, no caso combinada com a sinergia de recursos humanos, tratando-se de nomes conhecidos do público por sua atuação na grande mídia, que já buscam informações para outros veículos do mesmo grupo. BRITTOS (2006).

em articulação com um campo particular de conhecimento, que extrapola o meramente mercantil. Assim, não é simplesmente o mercado de medicamentos que a indústria farmacêutica deve considerar, mas cada um dos diferentes campos acadêmicos envolvidos na pesquisa e na inovação de interesse do setor. Também no campo do jornalismo constitui-se uma esfera pública produtiva particular, que os profissionais da imprensa devem levar em consideração, sob o risco da desmoralização e do descrédito.

É interessante notar, mas isto é assunto para outro artigo, que a participação de um indivíduo nesse campo jornalístico dos *blogs* não exige diploma ou certificação. Não se pode defini-lo, portanto, como algo puramente profissional, tratando-se antes de um campo aberto, atravessado pela política, mas com a qual não se confunde. Trata-se de uma área de disputas estratégicas, envolvendo jornalistas, políticos e outros (sindicatos, movimentos sociais, profissionais de diferentes áreas, intelectuais de todo tipo) interessados na luta pela hegemonia no campo da produção simbólica e da ideologia. É uma esfera pública específica (e bastante especializada), com influência importante e crescente na grande esfera pública do capitalismo atual, na medida em que fiscaliza, denuncia e, de alguma forma, pauta a grande imprensa, ajudando a construir a agenda social.

Certamente, tal cenário implica em democratização, mas não deve haver ilusões a respeito do seu alcance. Saskia Sassen, arguta analista da sociologia das redes eletrônicas, explicita bem a questão da rede como espaço de poder distribuído. Para ela, é preciso mudar a representação da Internet como “impermeável à comercialização e universalmente acessível. Pode continuar sendo um espaço para práticas democráticas de fato (não necessariamente autoconscientes). Mas será assim parcialmente, como uma forma de resistência contra os extensos poderes da economia e do poder hierárquico, mais do que como o espaço de uma liberdade ilimitada (SASSEN, 2003, p.217)”. O não-hegemônico, na rede, é periférico, assim como no mundo real, embora naquele possa haver maiores condições para sua reprodução. As imagens que devem ser introduzidas nas representações da rede são as da confrontação e da resistência, mais do que “simplesmente o romance entre a

liberdade e a inter-conectividade (SASSEN, 2003, p.217)”.
Por isso, é preciso entender a ação dos *blogs* na reconstrução de um espaço crítico no interior do campo político do Jornalismo *online*, como parte de um processo de recuperação do velho ideal burguês da liberdade de imprensa, num mundo em que a tônica continua sendo, e cada vez mais, a da liberdade de empresa, de todas as empresas oligopolistas de todos os setores econômicos, inclusive aquele, cada vez mais concentrado e centralizado, da comunicação social. Aparência de liberdade que a esfera pública global em construção cria, para manter, na essência, o sistema de exclusão e exploração do capital e os mecanismos de manipulação e controle da velha Indústria Cultural, potencializados agora com os instrumentos da convergência digital.

Referências

BOLAÑO, C. R. S. *Mercado brasileiro de televisão*. 2. ed. São Paulo: Educ, 2004.

_____. *Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo: a reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva*. Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política, Rio de Janeiro, n. 11, p. 53-78, dez. 2002.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. *Digitalização, flexibilidade e reordenação dos processos jornalísticos*. E-Compós- revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, n. 7, dez. 2006. Disponível em: <<http://boston.braslink.com/compos.org.br/e%2Dcompos/>>. Acesso em: 12 jul. 2007.

BOURDIEU, P. *La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques*. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, Paris, n. 13, p. 3-43, feb. 1977.

BRITTOS, V. C. *Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo*. In: _____ (Org.). *Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta*. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 21-45.

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. (Orgs.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

BRITTOS, V.; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Espaço público midiático e ideologia do merchandising social da Rede Globo: uma crítica na perspectiva da economia política da comunicação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICACÃO, 15., 2006, Bauru. *Anais...* Bauru: UNESP, 2006. 1 CD.

COMO queríamos demonstrar. *Carta Capital*, São Paulo, n. 451, 4 jul. 2007. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/2007/07/451/como-queriamos-demonstrar/>>. Acesso em: 14 jul. 2007.

CRUZ, Elaine Patricia. **Blog da ocupação da USP tem novo endereço.** Bem Paraná, Curitiba, 25 maio 2007. Disponível em: <<http://www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VtUXlWa1pqU0ZKUFVrZDRUMXBYZEVkTk1WSlhW-V3hLYVZadVFsWlVWV2gzVkcXRlYyTkIRbUZTYldoUVdWZDRjMVpWTV-Zoa1JuQldUVVZ2ZVZZeFVrOVdNbEY0WwtkNFIxSIIRbkJhVmxatTFkYeGt-WMVJyVGxkaVjsWTBWVlprYTJFeFNyYFhha0pVvMxkTmVGcEhNVk5rUL-RsSVdrZEdWMlZzV25sV01uaHZVekpLUIZaWWJGQlNSRUU1>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

DEAK, André. **Estudantes da USP usam Internet para divulgar informações sobre ocupação da Reitoria.**

Agência Brasil, Brasília, 22 maio 2007. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/05/22/materia.2007-05-22.0001063892/view>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

ENTENDA as crises que atingiram o primeiro mandato de Lula. *Folha Online*, São Paulo, 29 out. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u84180.shtml>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

GLOBO lamenta ausência de Lula em debate. *Terra Notícias*, Porto Alegre, 28 set. 2006. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1164639-EI6651,00.html>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LULA não vai a debate para evitar o “desespero” de adversários. *Terra Notícias*, Porto Alegre, 28 set. 2006. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1164639-EI6651,00.html>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986

MORENO, Ana Carolina. **Depois de blog, e-mail usado pela ocupação da USP sai do ar**. Portal Estadão, São Paulo, 21 maio 2007. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/educacao/noticias/2007/jun/01/358.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

OCUPAÇÃO da USP é mostrada no YouTube e blog de alunos. **Portal Estadão**, São Paulo, 1 jun. 2007. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/educacao/noticias/2007/mai/21/113.htm>>. Acesso em: 11 jul. 2007.

PEREIRA, Raimundo Rodrigues. Os fatos ocultos. Carta Capital, São Paulo, n. 415, 17 out. 2006. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/2006/10/5457/>>. Acesso em: 14 jul. 2007; RESPOSTA a Ali Kamel: Tartufo trabalha na Globo? Carta Capital, São Paulo, n. 416, 24 out. 2006. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/2006/10/5459/>>. Acesso em: 14 jul. 2007.

SASSEN, Saskia. **Los espectros de la globalización**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2003.

SOUZA, Danielle A. A Internet como suporte jornalístico em Aracaju: adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Centro de Artes, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju.

TERRA. **Especial Eleições 2006**: apuração 1º turno – governador resumo nacional. Disponível em: <<http://eleicoes.terra.com.br/frameset.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

UNIDOS candidatos atacam Lula. **G1**: o portal de notícias da Globo, Rio de Janeiro, 29 set. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Eleicoes/0,,AA1290678-6282-433,00.html>>. Acesso em: 10 jul. 2007.

Recebido em: 06.12.2009

Aceito em: 17.02.2010

Apêndice

Blogs jornalísticos pesquisados

Origem	Responsável	Endereço	Tema central	Datas de out. 2006
Blog do Gadelha	Hayle Gadelha, jornalista	www.blogdogadelha.blogspot.com	Parcialidade das mídias, dossiê Serra, crítica a Globo	4, 6, 11, 13, 16, 17, 19-28 e 31
Blog do ET	Etevaldo Dias, jornalista	http://z001.ig.com.br/ig/21/55/931191/blig/blogdoet/2006_45.html	Erro do jornal O Globo, controle dos meios de comunicações	10, 21, 24
Blog de Fernando Rodrigues	Jornalista Fernando Rodrigues	http://uolpolitica.blog.uol.com.br/arch2006-10-22_2006-10-28.html	Aumento de gastos de campanha, Riscos de Lula	23 e 24
Blog do Mello	Antonio Mello, escritor e publicitário	http://blogdo-mello.blogspot.com/2006_10_01_archive.html	Críticas ao diretor de jornalismo da Globo e a revista Veja, dossiê e reportagem Carta Capital	4, 5, 7, 14, 16-24, 27
Blog Verbo Solto	Luis Weis, jornalista	http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=3	Dossiê, críticas aos meios de comunicações	3, 14, 15, 19, 20
Blog Contrapauta	Alceu Nader, jornalista	http://blog.contrapauta.com.br/	Código de conduta dos meios de comunicação	25, 26
Blog Cristina Padiglione	Cristina Padiglione, jornalista	http://blog.estadao.com.br/blog/padiglione/?m=200610	Debate e a disputa da audiência	8/10
Blog Boteco de idéias	UOL	http://fperlatto.zip.net/arch2006-10-15_2006-10-21.html	Obsessão pelo dossiê e desespero golpista	17/10
Blog Coligados	Não encontrado	http://blogscoligados.blogspot.com/2006_10_01_archive.htm	Covardia geral dos meios	17
Blog Deu no jornal	ONG Transparência Brasil	http://crwa.zip.net/arch2006-10-01_2006-10-31.html	Dossiê, liberdade de imprensa, Informações das mídias sobre o dossiê	4, 6, 13, 16-19, 22, 27
Blog Código aberto	Carlos Castilho, jornalista	http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_	Meias verdades nas campanhas eleitorais, confiabilidade das urnas eletrônicas	6, 10, 23

Blog de Janer Cristaldo	Janer Cristaldo, jornalista	http://cristaldo.blogspot.com/2006_10_01_cristaldo_archive.html	Mentiras do Presidente, Longa vida ao PT	2 e 9
BLOG Abafos e Desabafos	Luís Guilherme Fernandes, estudante da Unicamp	http://lpereira.freehostia.com/blog/2006/10/11/lula-vai-ganhar/	Lula vai ganhar	
Blog de Mario Araujo Filho	Mario Araújo, prof. da Univ. Federal de Campina Grande	http://www.panorama-blogmario.blogspot.com.br/2006_10_01_archive.html	Debate, dossiê, Geraldo Lula e as elites	9,10,13, 25
Blog do Patrick	Acadêmico do Curso de História da UFCG	http://blogdopatricks.blogspot.com/2006_10_01_archive.html	Fotos do dinheiro do dossiê, o papel da mídia	19
Blog do Ricardo Noblat	Ricardo Noblat, jornalista	http://oglobo.globo.com/pais/noblat/arquivodoblog.asp	Dossiê, acusações entre os candidatos, denúncias da Veja	3-28
Blog Coligados	Não encontrado	http://blogscoligados.blogspot.com/2006_10_01_archive.htm	Covardia geral dos meios	17
Blog Minha política	Não encontrado	http://minhapolitica.blogspot.com/2006_10_01_minhapolitica_archive.html	Análise da cobertura eleitoral, críticas a Veja e Carta Capital	5,16,27, 28
Blog Na pratica a teoria é outra	Não encontrado	http://nopraticateoriaacouta.blogspot.com/2006_10_01_archive.html	Críticas à blogs, revista Carta Capital e Veja	14 e 25
Blog Que a indignação leve à ação	Não encontrado	http://daindignacaoacao.blogspot.com/2006_10_01_daindignacaoacao_archive.html	A mídia e o Presidente	15,19, 22
Blog des- controle = Corrupção	Não encontrado	http://controleinterno.zip.net/arch2006-10-15_2006-10-21.html	Ética da Globo e transparência da Polícia Federal	19 e 21
Blog de conversa em conversa	Valter Abrucez, jornalista	http://deconversaeconversa.blogspot.com/2006_10_01_archive.html	Debate e massacre da imprensa	13 e 19
Blog Blogando Francamente	Dr. David Zylbergeld Neto, médico e jornalista	http://blogandofrancamente.blogspot.com/2006_10_01_archive.htm	Análise da imprensa	10 e 19