FRANCISCO EMÍLIO SURIAN

**A liberdade de imprensa
e sua ressignificação no neoliberalismo**

O jornalismo sob a ameaça da intensificação
da produtividade e da lucratividade

São Paulo

2007

FRANCISCO EMÍLIO SURIAN

**A liberdade de imprensa
e sua resignificação no neoliberalismo**

O jornalismo sob a ameaça da intensificação
da produtividade e da lucratividade

Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) como parte dos requisitos para a obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação no programa regular de Pós-Graduação.

Área de concentração: jornalismo. Linha de pesquisa: estudos dos meios e da produção mediática

Orientador:

Profa. Dra. Nancy Nuyen Ali Ramadan

São Paulo
2007

FOLHA DE APROVAÇÃO

FRANCISCO EMÍLIO SURIAN

A LIBERDADE DE IMPRENSA
E SUA RESSIGNIFICAÇÃO NO NEOLIBERALISMO

*O JORNALISMO SOB A AMEAÇA DA INTENSIFICAÇÃO
DA PRODUTIVIDADE E DA LUCRATIVIDADE*

Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) para a obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação no programa regular de Pós-Graduação.

Área de concentração: jornalismo. Linha de pesquisa: Estudos dos Meios e da Produção Mediática

____/____/____
DATA DE APROVAÇÃO

BANCA EXAMINADORA:

_____	_____
.....	
.....	
.....	
_____	_____
.....	
.....	
.....	
_____	_____
.....	
.....	
.....	

DEDICATÓRIA

A meus pais, Antônio Celso Surian (*in memorian*) e
Carlina Perego Surian, pelo apoio que sempre deram
aos meus estudos, mesmo quando isso significou
distância e saudades.

AGRADECIMENTOS

A minha esposa, Guadalupe Correa Mota, pela motivação. Sua presença, apoio e companhia e os constantes diálogos em toda esta caminhada foram fundamentais.

Há outras pessoas que foram importantes nestes quase 4 anos de idas e vindas a São Paulo. Gostaria de agradecer a todos: professores, amigos e parentes. Agradeço a Pe. Antônio Baldan Casal, Vigário Geral da Diocese de Santos, instituição onde trabalho, pelo incentivo, que significou a possibilidade de dividir o tempo entre os estudos e o trabalho. Quero lembrar os Professores José Coelho Sobrinho e José Luiz Proença. Nos conhecemos em um curso em Santos e eles foram grandes incentivadores para que eu fizesse o mestrado na ECA-USP.

Por fim, quero agradecer a minha orientadora, Professora Nancy Ramadan pela palavra amiga e todo o acompanhamento.

*"O orçamento nacional
deve ser equilibrado.
As dívidas públicas
devem ser reduzidas,
a arrogância das autoridades
deve ser moderada e controlada.
Os pagamentos
a governos estrangeiros
devem ser reduzidos,
se a nação não quiser ir à falência.
As pessoas devem novamente
aprender a trabalhar
em vez de viver por conta pública."*

*(Marcus Tullius Cícero,
Roma, 55 a.C.)*

RESUMO

SURIAN, Francisco Emílio. *A Liberdade de imprensa e sua resignificação no neoliberalismo: O jornalismo sob a ameaça da intensificação da produtividade e da lucratividade*. 2007. 252 p. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo, 2007.

Este trabalho pretende demonstrar que nas democracias modernas, diante das exigências do neoliberalismo, a *liberdade de imprensa* estaria sofrendo um processo de resignificação. Atualmente é possível dizer que a *liberdade de imprensa* aproxima-se do seu simulacro, afastando-se definitivamente do seu sentido original, político, de transformação e denúncia. O espaço mais importante é o da comercialização, é o da circulação do produto-notícia. São extraídas da *liberdade de imprensa* suas qualidades dinâmicas, transformando-a em mais um adorno publicitário, utilizado para a conquista de leitores e de anunciantes. Uma vez reconhecido como valor ético e recuperada a dinâmica própria do conceito, a liberdade de imprensa pode novamente posicionar-se na defesa dos direitos do cidadão.

(Jornalismo; liberdade de imprensa; economia; neoliberalismo; ética; empresa).

ABSTRACT

SURIAN, Francisco Emilio. The Freedom of the press and its resignificance in the neoliberalism: The journalism under the threat of the intensification of the productivity and the profitability. 2007. 252 p. Monograph (Post graduation} - School of Communication and Arts, University of São Paulo (ECA-USP), São Paulo, 2007

This work intends to demonstrate that in the modern democracies, ahead of the requirements of the neoliberalism, the press freedom would be suffering a process from resignificance. Currently it is possible to say that the press freedom comes close to its simulacrum, moving away itself definitively from its original direction, politician, of transformation and denunciation. The space most important is of the commercialization, it is of the circulation of the product-notice. Its dynamic qualities are extracted of the press freedom, transforming it into plus an adornment advertising executive, used for the conquest of readers and advertiser. A recognized time as value ethical and recouped the proper dynamics of the concept, the press freedom can again be located in the defense of the rights of the citizen.

(Journalism; press freedom; economy; neoliberalism; ethics; company).

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 .	Posição das manchetes por edição do <i>Jornal ANJ</i>	114
Gráfico 2 .	Comparativo das manchetes.	115
Gráfico 3 .	Posição das chamadas de capa por edição.....	117
Gráfico 4 .	Comparativo das chamadas de capa.	118
Gráfico 5 .	Posição das chamadas de coluna por edição.....	119
Gráfico 6 .	Comparativo das chamadas de coluna.	120
Gráfico 7 .	Posição das sub-manchetes por edição.....	121
Gráfico 8 .	Comparativo das sub-manchetes.	122
Gráfico 9 .	Posição geral das manchetes, sub-manchetes, chamadas de coluna e de capa.	123
Gráfico 10 .	Soma geral dos valores entre manchetes, sub-manchetes, chamadas de capa e chamadas de coluna.	126
Gráfico 11 .	Primeira versão do gráfico geral.....	182

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1. Formulário para inserção de dados para a análise de conteúdo	182
Ilustração 2. Exemplo de relatório detalhado dos itens analisados nas capas do <i>Jornal ANJ</i>	184
Ilustração 3. Formulário que solicita os dados principais do material pesquisado.....	185
Ilustração 4. Resultado final: as citações estão prontas para serem inseridas no trabalho	186
Ilustração 5. Tela do Word com toda a bibliografia gerada pelo BCB.	187
Ilustração 6. Mídia dos EUA é censurada na guerra	211
Ilustração 7. <i>Folha de S.Paulo</i> divulga seus brindes.....	232
Ilustração 8. Publicidade de carro entre as colunas de notícias.....	233
Ilustração 9. Rolha de Champagne atravessa texto	234
Ilustração 10. Carro empurra matéria no jornal.....	235

LISTA DE TABELAS

Tabela 1.	Detalhamento da contagem de todos os itens da capa na edição 144 do <i>Jornal ANJ.</i>	124
Tabela 2.	Soma dos itens analisados na capa da edição 144	125
Tabela 3.	Detalhamento da contagem de todos os itens da capa na edição 160 do <i>Jornal ANJ.</i>	127
Tabela 4.	Definição dos valores para os itens de capa	181
Tabela 5.	Moedas e unidades monetárias brasileiras, 1822-1899	217

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Ancinav – Agência Nacional de Cinema e Audiovisual

ANJ – Associação Nacional de Jornais

ASNE – Sociedade Americana de Editores de Jornais

ATDL – Asociación Técnica de los Diarios Latinoamericanos

BIRD – Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento

Cepal – Comissão Econômica para a América Latina

Conar – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária

EUA – Estados Unidos da América

FMI – Fundo Monetário Internacional

G-7 – Grupo dos 7

GATT – Acordo Geral de Tarifas e Comércio

IFEX – Intercambio Internacional para a Liberdade de Expressão

OMC – Organização Mundial do Comércio

ONGs – Organizações não Governamentais

RSF – Repórteres Sem Fronteiras

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

WAN – World Association of Newspapers

SUMÁRIO

Introdução	14
1 Releitura histórica da liberdade de imprensa	29
1.1 - Liberdade de imprensa e responsabilidade histórica	33
1.2 - A experiência que vem de outros países	44
1.3 - Brasil e sua história da liberdade de imprensa	63
2 Conjuntura atual.....	74
2.1 - A liberdade de imprensa e o poder econômico	81
2.1.1 - Jornalismo: a empresa.....	83
2.1.2 - A empresa jornalística no neoliberalismo.....	89
3 Exigências éticas para uma empresa de comunicação em um mundo neoliberal (ou: liberdade de e[i]mpre[n]sa no neoliberalismo).....	94
4 A liberdade de imprensa e a empresa no <i>Jornal ANJ</i>	105
4.1 - As características do <i>Jornal ANJ</i>	106
4.2 - Escolha dos documentos para a análise.....	108
4.2.1 - Primeira parte: análise de conteúdo das capas.....	111
4.2.1.1 - Trabalhando com as Manchetes.....	112
4.2.1.2 - Trabalhando as outras chamadas	115
4.2.1.2.1 - Chamada de capa.....	117
4.2.1.2.2 - Chamada de coluna.....	119
4.2.1.2.3 - Sub-manchete	121
4.2.1.3 - Unindo resultados	123
4.2.1.4 - Avaliando a análise de conteúdo	128
4.2.2 - Segunda parte: Análise dos editoriais	131
4.2.2.1 - Editorial: “Paulo Cabral, presidente da ANJ”	132
4.2.2.2 - Editorial: “Compromisso com o futuro”.....	136
4.2.2.3 - Editorial: “Encontro Anual de Tecnologia”.....	140
4.2.2.4 - Editorial: “Pensando no futuro”.....	143

4.2.2.5	Editorial : “Símbolo”	147
4.2.2.6	Editorial : “Publicidade e liberdade”	151
5	Considerações finais	157
	Bibliografia.....	166
	Apêndices e Anexos	179
	APÊNDICE A — Criação de material de apoio à pesquisa.....	180
	APÊNDICE B — Análise do <i>Jornal ANJ</i>	188
	ANEXO A — Liberdade de imprensa e liberdade de empresa.....	204
	ANEXO B — Membros do IFEX	209
	ANEXO C — Mídia norte americana é censurada na guerra	211
	ANEXO D — Industriais compram jornais franceses	212
	ANEXO E — Moeda brasileira – Os réis e os contos de réis	217
	ANEXO F — A ética da Economia Capitalista	219
	ANEXO G — Biblioteca da Salvação	229
	ANEXO H — Publicidade da Folha de S.Paulo anunciando seus brindes	232
	ANEXO I — A publicidade ‘empurra’ a notícia para fora do jornal.....	233
	ANEXO J — Declaração de Chapultepec.....	236
	ANEXO K — PICA Method	237
	ANEXO L — A Comissão sobre Liberdade de Imprensa -1947	239
	ANEXO M — Algumas capas do Jornal ANJ	248

INTRODUÇÃO

No mundo da agilidade e do conhecimento distribuído por redes de *bits e bytes* há pouco espaço para aprofundar conceitos, re-visitá-los inseridos na nova realidade gerada pelo progresso e toda a transformação que a ação humana tem sido capaz de produzir. Este trabalho se propõe a analisar a importância da *liberdade de imprensa* no contexto da democracia inserida no neoliberalismo¹. A partir da segunda metade do século XV, no Ocidente, o conceito de *liberdade de imprensa* vem sendo lapidado num processo de amadurecimento da sociedade organizada. Ganha conteúdo e brilho ao sofrer o atrito com as diversas formas de governo nos últimos 400 anos de história, passando por impérios e ditaduras até chegar às democracias modernas. Nosso objetivo é refazer, enquanto possível, esse percurso do conceito, e aprofundar sua análise diante da democracia neoliberal, que tem no mercado e no lucro seu maior ponto de arrimo.

As leituras, o desvelar da história e a *companhia* de vários autores – através de suas obras – em todo o percurso que percorri, levaram-me a considerar que a *liberdade de imprensa* é um conceito dinâmico que se relaciona com o poder e a maneira pela qual esse poder é

¹ "É no contexto do globalismo que o liberalismo se transfigura em *neoliberalismo*. (..) São muitas e evidentes as interpretações, as propostas e as reivindicações que se sintetizam na ideologia neoliberal: reforma do estado, desestatização da economia, privatização de empresas produtivas e lucrativas governamentais, abertura de mercados, redução de encargos sociais relativos aos assalariados por parte do poder público e das empresas ou corporações privadas, informatização de processos decisórios, produtivos, de comercialização e outros, busca de qualidade total, intensificação da produtividade e da lucratividade da empresa ou corporação nacional e transnacional.

(..) Os principais guardiões dos ideais e das práticas neoliberais em todas as partes do mundo têm sido o Fundo Monetário Internacional (FMI), O Banco Mundial ou Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD) e a Organização Mundial do Comércio (OMC), sendo que esta organização multilateral é a herdeira do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT). Três guardiões dos ideais e das práticas do neoliberalismo; ou a santíssima trindade guardião do capital em geral, um ente ubíquo, como um deus." (IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999 p. 217.)

exercido.

Interessa aprofundar na pesquisa o desdobramento que o conceito de *liberdade de imprensa* vem sofrendo, principalmente nos últimos anos, quando já é perceptível a influência da globalização² no cotidiano da vida e da cultura. A tarefa é no mínimo pouco confortável, uma vez que o conceito de *liberdade de imprensa* está submetido a uma aura quase intocável, dada a proximidade histórica de nossa sociedade com a experiência da censura imposta pelo golpe militar. Censura ainda tem o cheiro do sangue da tortura nos porões da ditadura; ainda tem o eco do grito de dor das mães que nunca mais viram seus filhos desaparecidos; ainda tem a lágrima que escorre entre as rugas rasgadas no rosto de homens, pelo medo, pelo ódio e pelo amor reprimidos pela força de canhões contra corpos nus... No primeiro capítulo do trabalho, quando é proposta uma releitura histórica, já se procura deixar claro que o trabalho se concentra sobre a *liberdade de imprensa* e não sobre a censura.

É importante tomar distância e sobriedade para buscar a compreensão de fatos que ocorrem hoje, diante de uma nova conjuntura globalizada, penetrada em suas entranhas pelo mercado, submetida até as profundezas pela lógica do capital organizado pelo que se conveniou chamar neoliberalismo. O segundo grande capítulo faz esta aproximação à conjuntura atual, procurando ter sempre como ponto de arrimo a *liberdade de imprensa*.

A pertinência dessa reflexão passa pela intuição do momento fundador da *liberdade de imprensa*. Nesse espaço-história a *liberdade de imprensa* aparece como um dos pilares de sus-

² "Para saber o que se pode conhecer e administrar, ou o que tem sentido modificar e criar, cientistas e artistas têm de negociar não só com mecenas, políticos ou instituições, mas também com um poder disseminado que se oculta sob o nome de globalização, costuma-se dizer que a globalização atua por meio de estruturas institucionais, organismos de toda escala e mercados de bens materiais e simbólicos mais difíceis de identificar e controlar que no tempo em que as economias, as comunicações e as artes operavam sempre dentro de um horizonte nacional. Hoje Davi não sabe onde está Golias." (CANCLINI, Néstor García. *A globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003 p. 9) .

tentação da democracia. Ela dialoga e impõe-se frente ao poder político, antes autoritário, como espaço público representativo dos anseios do povo e fiel sentinela do direito de opinião e do direito social de informação.

O Direito Social à Informação e o Direito de Opinião - este, de todos os setores e indivíduos de uma sociedade - constituem dois dos principais pilares da democracia contemporânea. As Lutas sociais pela democracia carregam, na dinâmica que lhes é inerente, o direito de estar informado, o direito de saber o que está acontecendo à sua volta, porque sem o acesso ao fato histórico, o homem não passará a protagonista da ação social. Faz parte também da conquista democrática o livre acesso aos canais de informação para que seja garantido o Direito de Opinião, não o que caracteriza o liberalismo clássico, mas o que se expande a toda a sociedade. O Direito à Informação e o Direito à Opinião são os suportes da participação de todos no seu próprio destino.³

As mudanças radicais e rápidas em nossa sociedade, transformam a conjuntura na qual se insere o conceito de *liberdade de imprensa*. Alguns autores definem o momento atual com a transferência do cetro do poder das mãos do *poder político* para o *poder econômico*. Octavio Ianni dirá que os governos nacionais transformam-se em auxiliares da economia global e abandonam seu posto de defesa do bem-estar doméstico e as políticas de longo prazo para organização da nação.⁴

Aparentemente a *liberdade de imprensa* continua a relacionar-se com o poder político que, de alguma forma, já não detém o poder como tal. A passagem do cetro do poder das mãos dos políticos para a economia globalizada é um processo imperceptível, questionável e de difícil apreensão tanto para cientistas, pesquisadores ou para aqueles que dia-a-dia gastam suas vidas na busca do pão de cada dia, assalariados ou não. A organização do mundo chegou

³ MEDINA, Cremilda de Araujo. *Notícia, um produto à venda*: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988. p. 133.

⁴ IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999. p. 219.

a tal complexidade, que já não é possível perceber com tanta facilidade o núcleo daqueles que lutam pela propriedade privada e daqueles que empunham a bandeira do social. Enquanto estes debates aconteciam na superfície da guerra fria que dividia o mundo em duas partes, as raízes rizomáticas da globalização econômica espalhavam-se por todas as entranhas da civilização humana. Qual uma praga, que não mata sua vítima, para não perder seu alimento, mas que já não pode ser extraída sem que sérios danos aconteçam, com o risco de a vítima vir a desfalecer permanentemente.

Tem-se escrito profusamente sobre a crise da política atribuída à corrupção e à perda de credibilidade dos partidos, à sua substituição pela mídia e pelos tecnocratas. Quero destacar que, além disso, transferir as instâncias de decisão da *política* nacional para uma vaga *economia* transnacional está contribuindo para reduzir os governos nacionais a simples administradores de decisões alheias, atrofiando a imaginação socioeconômica e levando a esquecer as políticas de planejamento de longo prazo. Esse esvaziamento simbólico e material dos projetos nacionais deprime o interesse pela participação na vida pública. Mal se consegue reativá-lo em períodos pré-eleitorais por meio de técnicas de marketing.⁵

Esta transição que transfere “as instâncias de decisão da *política* nacional para uma vaga *economia* transnacional” passa a ser um dos principais prismas de leitura da realidade para compreender a envergadura deste trabalho. Sendo os jornais empresas, cada vez mais inseridas no jogo do mercado, são refém do poder econômico e a ele servem. E, neste caso, cala-se a *liberdade de imprensa* frente ao poder no poder. Apostam os jornais mais no lucro que na defesa dos direitos fundamentais. O direito de opinião e informação fica refém do poder econômico.

Se ainda aqui retomar a metáfora da praga que assume as condições vitais de sua vítima seria possível dizer que, nesta difícil mistura entre a praga e sua vítima, a *liberdade de im-*

⁵ CANCLINI, Néstor García. *A globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003. p. 19.

prensa poderia agir como fino e eficaz bisturi, porém a condição do jornalismo como empresa, o torna refém do poder econômico e deixa as mãos do cirurgião trêmulas.

Na realidade, as próprias empresas não colocam claramente um padrão industrial avançado a serviço da demanda social. Embora usem, em campanhas publicitárias, ingredientes democráticos de direito à Informação, os conteúdos que veiculam não manifestam o profissionalismo inerente ao equilíbrio entre a oferta e a demanda da sociedade brasileira. Um exemplo do desequilíbrio e das contradições da ditadura da oferta são os conteúdos relacionados aos interesses nacionais, terceiro-mundistas, e os interesses dos grandes capitais internacionais. Em recentes coberturas sobre a moratória ou sobre a reserva de mercado da informática, ou da conversão da dívida em capital de risco, boa parte dos conteúdos da informação abandona o quadro de referência da sociedade brasileira para se pôr a serviço das expectativas internacionais. Ou então, dentro da fronteira nacional, submetem-se umbilicalmente ao poder e a grupos econômicos e praticam a demagogia da objetividade jornalística. Os capitais nacionais e internacionais exercem, portanto, formas de controle ao Direito Social à informação. É fácil praticar o discurso do compromisso com o leitor, da independência ideológica e da eficiência profissional na busca da verdade; outra coisa é verificar as práticas de temas e coberturas nos momentos contundentes. Um dos clássicos calcanhares-de-aquiles é a questão da terra no Brasil.⁶

Talvez *refém* não seja o conceito mais feliz para este momento. Pois quem é refém, deseja libertar-se. A relação do jornal-empresa para com o poder econômico não é exatamente esta. Pelo contrário, age como cúmplice, comparsa. Instiga o mercado na ambição do lucro. Qual jogador viciado, aposta no seu dominador crente que tem nas mãos uma grande cartada. Aposta todas as suas fichas no mercado⁷. Até obtém ganhos enquanto tem fichas para apostar, mas não se apercebe do custo social de todo o processo e das valas que se enchem com os corpos daqueles que ficam pelo caminho.

⁶ MEDINA, Cremilda de Araujo. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988. p.145.

⁷ “O que singulariza a grande corporação da mídia é que ela realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania. Realiza limpidamente as principais implicações da indústria cultural, combinando a produção e a reprodução cultural com a produção e a reprodução do capital; e operando decisivamente na formação de ‘mentes’ e ‘corações’ em escala global.” (IANNI, Octavio. *Enigmas da Modernidade-Mundo*. 3. ed.. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 152.

Muitos autores, em diversos trabalhos e movidos por variados interesses, fizeram referência à *liberdade de imprensa*. Com certeza, não está aqui uma relação de todos aqueles que fizeram alguma consideração sobre o tema, e nem é possível dizer que reuni os mais importantes. Tal pesquisa seria, certamente, a pesquisa de uma vida e, mesmo assim, incompleta. Lembro que fiz a opção pelo referencial histórico para tratar do conceito de *liberdade de imprensa*. É neste contexto que destaco alguns autores e os coloco lado a lado. O lugar social e histórico de cada um deles é diverso, o que nos dá a possibilidade de perceber a grande dificuldade diante do conceito e sua complexidade. As diversas opiniões apresentadas, com seus conflitos, são ponto de apoio para que eu permaneça, durante toda a pesquisa, focado no referencial histórico, e assim seja possível compreender a importância do conceito de *liberdade de imprensa* e de localizá-lo como espaço de relação/mediação entre o poder e o povo na própria evolução da democracia.

Um primeiro texto para a apreciação mostra a complexidade e dificuldade enfrentadas para a definição do conceito. Barbosa Lima Sobrinho reafirma que a *liberdade de imprensa* está historicamente ligada à experiência da censura prévia ao mesmo tempo que questiona as tentativas da construção de um conceito de uma ‘liberdade ilimitada’:

[...] a liberdade 'completa' da imprensa, até mesmo em face do mais generoso liberalismo, se reduz à ausência da censura prévia. Assim a entendem por toda a parte. Aqueles que se batem por uma liberdade ilimitada da imprensa não encontram para a defesa de sua tese nenhum argumento de ordem histórica, ou qualquer fato.

A essência do problema, como a sua dificuldade, se apresenta no ponto de saber em que consiste verdadeiramente a liberdade de imprensa, isto é, até onde podem ir aquelas medidas restritivas. O conceito do regime intermediário entre a licença e a restrição é dos mais árduos da ciência política, tantas as questões que envolve e os interesses que prejudica. Procura-se expressar a fórmula dessa liberdade com um a frase oca, que não a apresenta

como a faculdade de usar a liberdade de imprensa mas sem abusos. Que serão porém esses abusos da imprensa. Como defini-los? ⁸

A dificuldade de definir a *liberdade de imprensa* em um conceito lapidar obriga o autor a adjetivar *liberdade*: liberdade *completa*, liberdade *responsável*, liberdade *restrita*... A partir deste momento, liberdade passa a depender do sujeito que fala. A adjetivação faz parte de uma experiência pessoal, nem sempre universal. Portanto, a relação entre o poder, a censura prévia e a *liberdade de imprensa* faz parte da própria experiência do desenvolvimento do conceito naquela sociedade que o esculpiu:

A liberdade de imprensa - dizia na Inglaterra Lord Mansfield ⁹ - consiste no direito de imprimir sem autorização prévia, mas com as consequências previstas em lei. ¹⁰

Ainda em Lima Sobrinho é possível ler a manifestação de Benjamin Constant reforçando a relação entre a *liberdade de imprensa* e a ausência da censura prévia com a necessidade de uma lei capaz de punir os abusos que o mau uso da liberdade possa provocar:

Quem ler a expressão “a imprensa é livre” pensará que esse termo corresponde a uma licença completa para dizer tudo o que se quiser. Mais uma vez se verá que as palavras embarçam os conceitos. Quando existia o regime da censura prévia, toda aspiração da imprensa se reduzia a fugir a esse freio e contra essa restrição se bateu a fina flor do liberalismo político. Liberdade de imprensa significa apenas, para os doutrinadores, a pressão daqueles limites vexatórios, e assim se projetou a frase na ciência política. Dizia Benjamin Constant:

Pretendo mostrar que está no interesse do governo permitir, até mesmo aos jornais, completa liberdade; entendo essas palavras como sendo a faculdade concedida aos escritores de mandar imprimir os seus trabalhos a salvo de qualquer censura prévia. Essa faculdade não exclui a repressão dos delitos a que sirva a imprensa de veículo. As leis devem pronunciar penas contra a calúnia, a provocação de revolta, em suma contra todos os abusos que

⁸ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 29.

⁹ Viveu entre 1705 e 1793 e foi um importante juiz na Inglaterra (*acrécimo nosso*).

¹⁰ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 58.

possam resultar da manifestação de opiniões. Tais leis não prejudicam a liberdade, garantem-na. Sem elas não poderia existir liberdade.¹¹

No encalço da história, há outros autores que repercutem, no processo de compreensão e nascimento do conceito de *liberdade de imprensa*, as disputas internas dentro de uma sociedade que passa de autoritária para liberal. Uma sociedade que constrói seu caminho identificando-se com a liberdade contra a censura prévia exercida por aqueles que detinham o poder político. A experiência humana cravada na história é a experiência de um rito de passagem. Na história materializam-se os ritos de uma sociedade que antes permitia a censura prévia, e, na passagem de um ciclo para outro, passa a perceber a falta de sentido para tal relação com o poder.

Não há dúvida de que a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa têm suas histórias vinculadas à chamada liberdade negativa (negative freedom), isto é, à liberdade de indivíduos ou grupos de indivíduos de expressar suas opiniões sem interferência externa. Na sua origem essas liberdades se referiam à ausência de restrições exercidas pelo poder absolutista, autoritário, não-democrático. Foi contra esse poder que se insurgiram alguns dos clássicos do liberalismo que continuam até hoje sendo invocados quando o tema reaparece na agenda pública, sobretudo John Milton (1608-1674) e John Stuart Mill (1806-1873).¹²

Porém a história continua passo a passo sua caminhada para o futuro e a sociedade transforma-se, evolui, modifica-se:

Muita coisa mudou desde os tempos em que os indivíduos se reuniam face a face nas suas aldeias e pequenas comunidades para discutir e decidir sobre seus problemas comuns e em que "imprensa" (*press*) significava o direito individual de imprimir. O desenvolvimento tecnológico e a conformação dos sistemas econômicos fizeram com que as sociedades se tornassem mais complexas e grande parte da comunicação humana fosse, aos poucos, sendo intermediada por tecnologias (mídias) e instituições (empresas priva-

¹¹ CONSTANT, Benjamin. *Oeuvres Politiques*. p 212-213. in LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 28-29.

¹² LIMA, Venício A. de. Mercado e Liberdade - A privatização da censura. 7/9/2004. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=293JDB001>>. Acesso em: 28/8/2006.

das) que estão longe de ser meros condutores neutros através dos quais a informação circula livremente.

Hoje, essas empresas de mídia – que pretendem representar a cada um de nós – se constituem, elas próprias, em importantes e poderosos atores, tanto econômicos quanto políticos, mas, sobretudo, como atores determinantes na construção da opinião pública em todo o mundo.¹³

Para o Professor Dr. Venício A. de Lima é necessário entender *liberdade de imprensa* inserida na história e atento aos atores sociais que se envolvem em todo o processo, e este parece-me ser o caminho mais correto para compreender o conceito. Penso ainda que a tentativa de ver a realidade hoje com a exata medida do passado – sem adaptações e sem analisar a evolução dos atores sociais – abre o caminho para a formulação de ideologias perigosas e uma compreensão míope dos fatos.

Professor Dr. Venício, no mesmo espaço da *web*, defende a diferença entre *liberdade de imprensa* e liberdade de expressão no artigo “*Liberdade de imprensa e liberdade de empresa*”¹⁴. A questão é de extrema pertinência e deve ser considerada. Por diversas vezes, durante a pesquisa, deparei-me com textos que se utilizam de um e de outro conceito quase como se fossem sinônimos. Para maior fluidez do pensamento no trabalho, resolvi não questionar a cada momento se os autores e jornais pesquisados estavam ou não diferenciando um conceito do outro; considereei que, se os textos faziam referência à imprensa, é possível entender que o autor referia-se à *liberdade de imprensa* mesmo ao usar o termo liberdade de expressão ou liberdade de pensamento e de opinião. De forma mais sistemática, encontrei nos editoriais do *Jornal ANJ* (corpus deste trabalho de pesquisa) o uso de *liberdade de expressão* em vez de *liberdade de imprensa*.

¹³ LIMA, Venício A. de. A privatização da censura. 7/9/2004. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=293JDB001>>. Acesso em: 28/8/2006.

¹⁴ Ler a íntegra do texto do professor Venício A. de Lima no ANEXO A (p. 204).

Em sua tese de doutorado em comunicação, Martha Geralda A. D’Azevedo mostra como é significativa a passagem de um ciclo para outro na história da humanidade. Argumenta com as diversas leis e códigos que tiveram caráter universal em seus respectivos contextos históricos:

A liberdade de imprensa, definida principalmente após a Revolução Industrial, teve sua origem nos direitos dos povos, que procuravam expressar os anseios e as conquistas dos homens através da história. Leis foram sendo estabelecidas para garantir os direitos conquistados ou as obrigações assumidas em diferentes épocas. Desde a Legislação Mosaica, passando pelo Código de Hamurabi, Código de Manú, Leis das XII tábuas, o Alcorão, a Magna Carta, somente na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, gestada pela Revolução Francesa de 1789 e aprovada pela Assembléia Nacional Francesa em 19 de agosto, aparece registrado pela primeira vez na história da humanidade o direito de liberdade de pensamento e de opinião.¹⁵

Aproveito ainda o trabalho de Martha para fazer a passagem entre a compreensão da evolução histórica do conceito de *liberdade de imprensa* para a crítica do conceito. Porém, é preciso destacar que, nos casos que passo a apresentar, não é exatamente o conceito que está em questão, mas as relações e o lugar social de seus críticos. Aparentemente não é o conceito que está sendo criticado em sua essência, mas o *uso* que se faz dele. E, certamente, esta é a questão com a qual me defronto neste trabalho.

Não há como duvidar da importância de se construir uma sociedade sobre os fundamentos da liberdade. A dificuldade está em compreender as relações que estão em jogo, em perceber as mudanças e a evolução nos poderes que disputam a operacionalidade da sociedade. Em seu trabalho Martha ocupa os capítulos de 1 a 3 com o histórico do desenvolvimento do conceito da *liberdade de imprensa* referenciando-se principalmente à Organização das Na-

¹⁵ D AZEVEDO, Martha Geralda Alves. *Liberdade de Imprensa, realidade e utopia*: A notícia Internacional em Jornais da América Latina. 1985. 316 f. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. 1986, p. 42.

ções Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Em sua tese a leitura crítica da *liberdade de imprensa* prepara o trabalho comparativo entre os jornais "El Comercio" (Quito-Ecuador) e "O Estado de S. Paulo" (São Paulo-Brasil). No seu resumo de abertura apresenta a seguinte conclusão a partir da tese elaborada:

O estudo demonstra que liberdade de imprensa, consagrada pelos povos, foi transformada nos países desenvolvidos em uma perigosa ideologia, que lhes faculta livre acesso aos meios de informação dos países subdesenvolvidos, veiculando nestes meios as informações que defendem seus interesses políticos, econômicos, culturais, tecnológicos e sociais, e não deixando chegar a esses meios qualquer informação que possa contrariar esses mesmos interesses.¹⁶

Esta é uma afirmação grave, pois ao transformar-se em ideologia, a *liberdade de imprensa* assume a qualidade de instrumento de opressão. Esse é um processo de enorme violência, porém, de imperceptível sutileza: a *liberdade de imprensa*, que é gestada no seio da sociedade, para ajudar a realizar o sonho de justiça e libertação dos oprimidos da sanha do autoritarismo, ao transformar-se em ideologia, pode vir a ser usada em benefício do poder e de sua concentração. Mais que isso, mantém para si o apelo social e de mobilização das massas, pois a sua mutação permanece imperceptível. O terceiro capítulo do trabalho amplia este questionamento e situa-o no horizonte do neoliberalismo além de tentar recuperar o grande apelo ético da *liberdade de imprensa* na defesa dos direitos do cidadão

Afastando-se de um contexto Ocidental e de uma sociedade que evoluiu tendo o capital como o grande exercício de suas relações econômicas e políticas, vamos encontrar, no o-

¹⁶ D AZEVEDO, Martha Geralda Alves. *Liberdade de Imprensa, realidade e utopia*: A notícia Internacional em Jornais da América Latina. 1985. 316 f. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. 1986, p. 1.

posto desta visão de mundo, o pensamento de Lênin citado em dois autores diferentes. Nos dois, Lênin refere-se à *liberdade de imprensa* como instrumento de manipulação das elites para calar e cegar os pobres e o proletariado.

Na palavras de Lênin, 'os capitalistas chamam liberdade de imprensa a supressão da censura e a faculdade para todos os partidos editarem jornais conforme lhes convenha. Na realidade, isto não é a liberdade de imprensa, mas a liberdade... para a burguesia enganar as massas populares oprimidas e exploradas.¹⁷

'A liberdade de imprensa para os capitalistas - escreveu Lênin - equivale a liberdade para os ricos de comprar a Imprensa, de fabricar e de falsificar a chamada opinião pública. Os defensores da democracia pura são defensores de um dos sistemas mais vis e abjetos de dominação dos ricos sobre os órgãos de educação das massas; embusteiros que, com frases elegantes e enganadoras, afastam o povo do cumprimento de uma de suas histórias, consistente na libertação da imprensa da pressão do capital¹⁸

A compreensão parece ficar cada vez mais difícil. Acredito que isso se dê pela dificuldade de se representar no conceito de *liberdade de imprensa* o seu estado dinâmico e combativo. Historicamente a *liberdade de imprensa* impõe-se na relação entre o poder em exercício e os direitos do cidadão, desvelando os interesses distintos desta relação/conflito. Pode-se dizer que a *liberdade de imprensa* é um *conceito em relação*, o que faz dela um daqueles conceitos que estão em constante transformação. Não porque seja a *liberdade de imprensa* um *ser* em mutação. Na verdade o que está em constante transformação é a sociedade onde está inserida a *liberdade de imprensa*. Os diferentes interesses e as diferentes relações de poder, em nossa sociedade, iluminam o conceito e possibilitam uma multiplicidade de visões. É preciso

¹⁷ LAFER, Celso, *A reconstrução dos direitos humanos: um diálogo com o pensamento de Hannah Arendt*. São Paulo: Cia das Letras, 1988. p. 239-242. in , Sílvia Henrique. *Imprensa e Censura: As ameaças ao Direito à Informação*. 1999. 97 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1999.p. 13.

¹⁸ LÊNIN, *Ideário Bolchevista*, p 26 in LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 66.

perceber a partir de onde fala o ator social. Compreender onde ele se situa, qual a sua visão de sociedade e das relações sociais. E, por fim, analisar como este ator social percebe, compreende e vivencia o poder na sociedade. O conflito se dá porque a imprensa é um ator de destaque dentro das relações de poder na sociedade. Caso sua ação fosse desconsiderada, destituída de qualquer influência ou poder, não haveria porquê ocupar-se com sua ação. Mas, justamente por preencher lugar de destaque entre as forças que disputam o poder na sociedade, a imprensa tem lugar de destaque nos debates e, neste sentido, a *liberdade de imprensa* passa a ser a sua senha de infiltração na sociedade. É a *liberdade de imprensa* que, em parte, dá à imprensa o respaldo da ética e a capa de verdade necessária para sua integração na sociedade no seu atual lugar social. Sem a *liberdade de imprensa* os jornais deixam, *a priori*, de serem combativos. Esta identidade do jornal com a liberdade é importante para as relações na sociedade e dão às páginas do jornal um contexto de verdade capaz de transmitir a segurança necessária para o jogo das relações sociais. É neste contexto de equilíbrio das forças que regem a sociedade que se situa o *conceito-relação de liberdade de imprensa* que priorizo nesse trabalho. Aceitando que, historicamente, o movimento pela *liberdade de imprensa* inicia com a luta para eliminar a censura prévia; vencida essa etapa, evolui, ao lado da sociedade, e pode-se afirmar que, em estágio mais elaborado do conceito, a *liberdade de imprensa* situa-se entre o poder e o povo, ocupando espaço privilegiado para que se realize a democracia, tendo como objetivo primeiro a defesa dos direitos do cidadão contra possíveis investidas de qualquer poder totalitário.

Na história política da humanidade, a imprensa surgiu como um meio de controle do poder, mais precisamente como um instrumento de fiscalização e denúncia dos governos, em defesa dos direitos e liberdades individuais. Essa foi a razão da excepcional importância que os grandes pensadores do constitucionalismo clássico sempre atribuíram à liberdade de imprensa. Thomas Jefferson, por exemplo, pouco antes da Convenção de Filadélfia que elaborou a Constituição federal norte-americana, em carta a Edwart Carrington datada de 16 de janeiro de 1787, não hesitou em enveredar, nesse assunto, pelo caminho da utopia libertária. 'Sendo a opinião do povo a base dos nossos governos (dos Estados confederados da América do Norte)', disse ele,

'o seu primeiríssimo objeto deve ser a garantia desse direito (de opinião); e se tocasse a mim decidir se deveríamos ter um governo sem jornais, ou jornais sem governo, eu não hesitaria um segundo em preferir o segundo termo dessa alternativa'.¹⁹

Se a “imprensa surgiu como um meio de controle do poder, mais precisamente como um instrumento de fiscalização e denúncia dos governos”, é preciso identificar *onde* está o poder hoje e, assim, reconstituir as relações em sua dinâmica própria, sem afastar-se da experiência da história, e inserindo-se dinamicamente no momento presente. Para isso, será necessário trazer para o debate o Neoliberalismo e perceber que no novo arranjo da sociedade o poder não é mais político, mas concentra-se no econômico e as regras passam a ser ditadas pelas organizações multilaterais: Grupo dos 7 (G-7), Organização Mundial do Comércio (OMC), Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional (FMI) que agem independente dos desejos das políticas nacionais. Pelo contrário, as políticas nacionais adaptam-se e submetem-se às regras do capital internacional.

Acredito ser possível dividir este trabalho em três momentos que completam-se e compõem sem dificuldades um único corpo:

No primeiro momento há uma concentração na pesquisa histórica bibliográfica que buscará destacar a importância da *liberdade de imprensa* para o equilíbrio do desenvolvimento da sociedade e o respeito à vida do cidadão. É preciso estar atento ao método histórico para refazer uma leitura da evolução do conceito de *liberdade de imprensa* na história. Agnes Heller e Edward Carr contribuem na percepção de que a história não se reduz a um elencar de datas sequenciais. É neste contexto que vejo a importância de, na leitura histórica da *liberdade de imprensa*, recuperar o seu significado primevo. A perda do significado é um dos elementos

¹⁹ DORNELES, Carlos. *Deus é inocente: a imprensa, não*. São Paulo: Editora Globo, 2002. p. 13.

fundantes de uma sociedade sem história e alheia à cultura.

O segundo momento procura posicionar dialética e criticamente a *liberdade de imprensa* no neoliberalismo. Neste momento apresentam-se as pistas para a ressignificação do conceito de *liberdade de imprensa* diante do poder econômico. É acompanhado de perto pela leitura de alguns dos autores que assumem uma postura crítica em seus trabalhos e analisam as mudanças no seio do poder.

A última parte do trabalho refere-se a análise de conteúdo do ***Jornal ANJ*** na tentativa de perceber, através do jornal, qual a importância do conceito de *liberdade de imprensa* para a Associação Nacional de Jornais. Esse momento busca trazer a pesquisa teórica para o hoje de nossa realidade, justamente naquele espaço onde os debates sobre *liberdade de imprensa* sempre tiveram destaque. Esta última parte tem suas bases no trabalho de Laurence Bardin, em seu livro “Análise de conteúdo”²⁰.

²⁰ Laurence Bardin reproduz em seu livro “*Análise de Conteúdo*” a definição de Berelson : “análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977. p. 19).

1 RELEITURA HISTÓRICA DA LIBERDADE DE IMPRENSA

A *liberdade de imprensa* insere-se na história num contexto bem mais amplo do que um direito que se opõe à censura. Esse contexto faz parte dos processos nos quais a sociedade, em constante transformação, desafia seus próprios limites, organização e valores. A construção da sociedade, para chegar ao século XXI, enfrentou caminhos e descaminhos: pessoas, vidas, civilizações nos mais diversos graus de envolvimento, contribuíram para que hoje, pudessemos viver na sociedade que aí está²¹. Compreender o todo dessa evolução²² e discernir como grandes ou pequenas decisões influenciaram para a formação de leis, de costumes, de valores, de direitos é uma tarefa quase impossível, de forma que este trabalho tem a pretensão de contribuir para um melhor conhecimento do conceito de *liberdade de imprensa*, mas não pretende esgotar as possibilidades de uma reflexão sobre o tema.

Mais que a clarividência de um conhecimento de largos horizontes, percebo a necessidade de saber estreitar com pertinência o foco do trabalho, para poder pinçar com esmero os

²¹ Em seu livro, *A Era dos Direitos*, Norberto Bobbio faz uma rica exposição sobre a evolução dos direitos do homem e a constituição do Estado de Direito destacando essa percepção de processo: "...os direitos não nascem todos de uma vez. Nascem quando devem ou podem nascer. Nascem quando o aumento do poder do homem sobre o homem - que acompanha inevitavelmente o progresso técnico, isto é, o progresso da capacidade do homem de dominar a natureza e os outros homens - ou cria novas ameaças à liberdade do indivíduo, ou permite novos remédios para as suas indigências: ameaças que são enfrentadas através de demandas de limitações do poder; remédios que são providenciados através da exigência de que o mesmo poder intervenha de modo protetor". (BOBBIO, Norberto. *A Era dos Direitos*. 19. reimp. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992. p. 6).

²² Certamente o texto de Edward Carr é uma salvaguarda para todos os pesquisadores que num primeiro momento têm a tendência de querer abarcar toda a realidade em sua pesquisa. Outra característica de seu trabalho é a insistência em dar a devida dose da relação entre presente, passado e futuro ao tratar da história: "Nenhum historiador de sã consciência pretende fazer algo tão fantástico como abranger 'o todo da experiência'; ele não pode abranger mais do que uma fração diminuta dos fatos, mesmo de seu setor escolhido, ou aspecto da história. O mundo do historiador, assim como o mundo do cientista, não é uma cópia fotográfica do mundo real, mas antes um modelo funcional que lhe possibilita mais ou menos eficazmente compreendê-lo e dominá-lo. O historiador filtra da experiência do passado, ou do tanto de experiência do passado que lhe é acessível, aquela parte que ele reconhece como sujeita a explicação e interpretação racionais e dela tira conclusões que podem servir como um guia de ação". (CARR, Edward Hallet. *O que é história*. 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 137).

conhecimentos deixados por aqueles que nos antecederam, e a partir de sua leitura ser capaz de uma nova organização das pedras do quebra-cabeça da história. Não há a intenção de dizer que outros que se debruçaram sobre o mesmo tema erraram ou falharam de alguma forma. Apenas que, no recompor a posição das pedras no mosaico da história, novos detalhes destacam-se. Os novos destaques, porém, não são uma descoberta. São muito mais um novo acontecimento. Pois são muitas as variáveis que possibilitam a percepção do novo arranjo. Entre elas o momento presente que vivenciamos, com suas novas necessidades e valores, com outros desejos a desejar, com as infinitas experiências de um mundo conectado, globalizado, ilhado, de dimensões imensas para os nossos pés e do tamanho da cabeça de um alfinete para os *bits*. Em tempos não muito distantes, nossos antepassados só tinham os pés. E isso muda tudo, ou quase tudo.

A imprensa foi uma criação daquele tempo, quando ainda só se podia contar com os próprios pés. Daquele tempo para este, o desenvolvimento tecnológico e cibernético modificou a vida no mundo, mas com certeza, é a imprensa, uma das que mais sofre com a revolução dos *bits*. É possível dizer isso, mesmo quando se faz referência às mudanças sofridas no campo da economia. Explico: os meios de comunicação - entre eles a imprensa -, além de sofrerem em sua estrutura com a chegada dos computadores e das novas tecnologias, estão no olho do furacão das transformações. Ao mesmo tempo em que são propulsores para novas descobertas, sofrem os resultados de cada nova tecnologia, sofrem também os vieses da economia. A imprensa - a partir do momento que passou a ser mais uma empresa entre tantas outras, e rendeu-se às regras do mercado -, na qualidade de *empresa* jornalística tem necessidade

de fechar seu balanço anual com lucro²³, ou terá vida curta, desaparecendo do universo circulante para cristalizar-se em algumas estantes de bibliotecas, à espera dos raros olhos atentos dos pesquisadores, capazes de fazer com que duas ou três linhas voltem a circular em uma pesquisa, ou nova matéria de internet, jornal ou revista.

Ao mesmo tempo em que se destaca as mudanças pelas quais passa a imprensa e todos os meios de comunicação em nossa sociedade, outros temas ficam à margem da reflexão. Por vezes aparecem para o debate público, mas normalmente são apreciados de forma superficial. Por falta de tempo ou de audiência, não se aprofunda o questionamento de seu conteúdo, mantendo-se na superfície de sua representação. A *liberdade de imprensa* é um destes temas. Lembrada quando, de alguma forma, percebe-se a possibilidade da censura, a *liberdade de imprensa* aparece mais como um símbolo, uma bandeira, porém esvaziada de sua história, lutas retrocessos e conquistas. Hasteada por qualquer temor que possa ser identificado com a censura, a *liberdade de imprensa* aparece sem seu conteúdo político que delegou à imprensa a defesa da democracia contra os desmandos do poder arbitrário²⁴.

Perdido o contexto no qual foi forjada a *liberdade de imprensa* perde também sua

²³ A *Folha de S.Paulo* exerceu - e exerce ainda hoje, em menor escala - uma função paradigmática na imprensa brasileira e por muito tempo apresentou-se como um jornal independente, superior ao canto de sereia do mercado. Arbex relata que profissionais que militavam nas redações da *Folha* e leitores tiveram suas expectativas frustradas, quando o projeto de reestruturação do jornal em 1984 apresentou a face empresarial do jornal, escondida até então: "Nem foi um acaso a nomeação, em 24 de maio de 1984, de Otavio Frias Filho como diretor de redação: apesar da retórica e dos métodos supostamente 'modernizadores' adotados pela *FSP*, a empresa preservava seus traços fortemente marcados por uma estrutura familiar de poder. Desde o início, o *Projeto Folha* caracterizava a notícia **como mercadoria, destinada a gerar lucros**" (*grifo nosso*). (ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnlismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2002. p. 141-142).

²⁴ A perda do significado é um dos elementos fundantes de uma sociedade sem história. As palavras são repetidas, mobilizadas pelo interesse de um e de outro, mas já não dizem o que deveriam dizer. Esvaziadas de seu conteúdo histórico podem ser instrumentalizadas e servem a quaisquer senhores. A *liberdade de imprensa* faz parte deste *panteon*. Ainda que resguarde a sua simbologia, capaz de mobilizar setores da sociedade que jamais aceitariam o retorno da censura, a *liberdade de imprensa* permanece qual ninfa despida: chama a atenção, mas no seu uso cotidiano está sem história, sem cultura.

compreensão, e ela passa a ser bandeira também daqueles que se interessam em publicar qualquer material de qualidade questionável. O ouvido atento do maestro é capaz de perceber o quanto fica prejudicada a obra da *orquestra da democracia* uma vez que são abandonados os sons graves, normalmente anunciadores dos mais altos tributos à busca da melhor informação, da defesa da democracia e do cidadão. Esses sons graves dos celos e dos trombones foram trocados pelos agudos, e também belos, sons das flautas de pã, nesse caso, anunciadores do lucro fácil e dos interesses da empresa, que com toques cadenciados, em ritmo de marcha militar, aceleram uma corrida vertiginosa e cega em busca da audiência a qualquer preço²⁵.

Portanto, este capítulo propõe-se a recuperar parte da história que fundamentou a *liberdade de imprensa* como um dos alicerces da democracia, buscando principalmente ater-se a formação do conceito de *liberdade de imprensa* como experiência nascente de uma sociedade de direitos. Por definição não se dará destaque aos atos de censura. Alguns bons trabalhos recentes fazem ampla coletânea e um exaustivo levantamento histórico dessa época no Brasil. Nosso foco não se encontra na censura, mas na formação do conceito de *liberdade de imprensa*, o que nos remete a algumas incursões na história da formação da sociedade de direitos, analisando a passagem da sociedade feudal-imperial, para as tentativas de organização do Estado livre, destacando-se a Revolução Francesa. É nesse contexto conflitivo que é possível

²⁵ Matéria do caderno *Dinheiro* na *Folha de S.Paulo*, ocupando duas páginas inteiras, com diversos gráficos denuncia a situação de calamidade da mídia nacional: "Mídia nacional acumula dívida de 10 bi" além de afirmar que o setor já cortou "17 mil vagas em dois anos". Os detalhes apresentam uma ciranda de empréstimos internos e externos, em um complicado jogo entre lucro, juros, impostos e depreciação demonstrando o grau de inserção da mídia no campo empresarial, sua preocupação com o lucro e a tentativa de levar a conta final para ser paga pelo governo. Luiz Sandoval, então presidente do Grupo Sílvia Santos, ao comentar a possibilidade de empréstimo do BNDES, chega a afirmar que a "indústria de radiodifusão tem de ter uma linha de financiamento. É justo. Correto. Não somos diferentes de uma fábrica de sabonetes...", mas discorda do empréstimo para pagar dívidas. "o SBT não tem dívidas". (LOBATO, Elvira. Mídia Nacional acumula dívida de 10 bi. *Folha de S.Paulo*, Sucursal do Rio de Janeiro, domingo, 15 de fevereiro de 2004, B6 e B7. A matéria completa também pode ser lida em <http://www2.rio.rj.gov.br/cgm/clipping/especial/noticia_detalhe.asp?idClipping=7418>, acesso em 17/01/2007).

encontrar o germe da *liberdade de imprensa*: uma sociedade em transformação que percebe na liberdade o próprio fio condutor da história²⁶.

1.1 - Liberdade de imprensa e responsabilidade histórica

A liberdade não foi sempre a expressão de maior destaque dos anseios da humanidade. A *felicidade*, antes da liberdade, ocupou esse lugar de ícone da civilização, destacando-se como o grande valor a ser conquistado. Não é o caso de polemizar se há felicidade sem a liberdade, ou se há liberdade sem felicidade. Apenas constatou-se a existência de um outro grande anseio, que se por um lado não se opõe à liberdade, se antecipou a ela historicamente.

Voltemos ao caráter complexo dos valores morais. Até agora referimo-nos apenas ao momento da explicação da essência humana relacionado com a sociedade. Citemos um novo aspecto: também a liberdade é uma categoria central da ética. Observemos, incidentalmente, que nem sempre isso ocorreu. No cume da hierarquia axiológica das éticas antigas não estava a liberdade, mas a felicidade. A liberdade só veio a conseguir um lugar importante e cada vez mais significativo no núcleo da ética na época em que assumiu essa mesma importância na própria realidade; quando as comunidades naturais de tipo antigo se dissolveram, a sociedade capitalista empreendeu o caminho do seu desenvolvimento e, com isso, esgotou-se a inserção incondicional e natural do homem numa situação dada; por conseguinte, pelo menos de modo abstrato e de acordo com a mera possibilidade, o homem pôde já escolher seu lugar no mundo, e com ele seus costumes e suas normas, o que tornou desnecessária uma ética vinculada ao código dos costumes. Assim, portanto, a 'Liberdade' enquanto nova categoria central da eticidade significa um *crescimento axiológico*. Esse crescimento foi um fato real e objetivo, embora para a grande maioria dos indivíduos continuasse a ser uma mera possibilidade abstrata.²⁷

É importante perceber, e terá repercussão futura neste trabalho, o fato da liberdade as-

²⁶ "A história da humanidade é a história do nascimento e do desenvolvimento da liberdade: os homens se libertam cada vez mais da fatalidade natural e, no entanto, nunca chegam a suprimi-la". (HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a história*. 6. ed. São Paulo: Paz e terra, 2000. p. 118).

²⁷ HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a história*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 6.

sumir a "categoria central na eticidade" no momento em que "a sociedade capitalista empreendeu o caminho do seu desenvolvimento". Capital e liberdade parecem formar um núcleo bipolar que passará a dar a tônica da realidade. A alegação da necessidade de mais liberdade, por vezes, parece estar mais a serviço do desenvolvimento do capital e menos a serviço do direito do homem e sua qualidade de vida²⁸. A percepção dessa realidade, porém, é quase invisível no cotidiano de múltiplos acontecimentos e no desenvolver das atividades comuns que conduzem o mundo na história. É o ouvido treinado do maestro que consegue perceber um violino com pequeno desvio de afinação no meio de toda uma orquestra. Para a maioria dos mortais, é quase impossível decodificar no conjunto harmônico da orquestra, o som daquele violino. Para que isso seja possível, é necessário fazer um ensaio de atenção. Fazer apenas os violinos tocarem. Metade dos violinos. Dois violinos. Agora sim é possível perceber entre um e outro as diferenças de afinação. O exercício de buscar na história o foco de um trabalho é bastante semelhante. Ao mesmo tempo em que não se deve esquecer que os dois violinos fazem parte de toda uma orquestra, às vezes é preciso ouvi-los executando um solo, para perceber as nuances de sua afinação.

Octavio Ianni pode, com certeza, ser considerado um destes maestros e em diversas de suas obras analisou a globalização denunciando as inversões que transformam as mais diversas instituições em peças submissas, verdadeiras escravas da economia global:

Há um processo transnacional de formação de consenso entre os guardiões oficiais da economia global. Este processo gera diretrizes consensuais, escoradas por uma ideologia da globalização, que são transmitidas aos canais de formulação das políticas de governos nacionais e grandes corporações. (...) A sua influência mais comum é converter o estado em uma agência

²⁸ "O que se questiona é se houve no século XX algum progresso em nossa organização da sociedade, em nosso domínio do meio social, nacional ou internacional, ou se não teria havido, na realidade, uma acentuada regressão. Não terá a evolução do homem como ser social se atrasado fatalmente em relação ao progresso da tecnologia?" (CARR, Edward Hallet. *O que é história*. 8.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 151).

para o ajustamento das práticas e políticas da economia nacional às exigências estabelecidas pela economia global. O estado torna-se correia de transmissão da economia global à economia nacional, a despeito de ter sido formado para atuar como bastião de defesa do bem-estar doméstico em face dos distúrbios de origem externa.²⁹

A percepção desse fragmento de conjuntura atual é importante, pois é com mais essa experiência presente que podemos olhar com outros olhos o passado, tentando com maior perspicácia perceber a importância da *liberdade de imprensa* nestas novas relações entre poder econômico, grandes conglomerados – entre eles as empresas de comunicação – e o Estado. Parece-nos muito mais preocupante na realidade atual a situação econômica que a possibilidade da constituição de um governo ditador ou de caudilhos. O risco maior que Ianni destaca, é justamente o da submissão dos governos nacionais a economia mundial. E, nesse fato, o que impressiona é o silêncio da mídia nacional. E, mais que isso, o apoio dado para que se efetivasse no País as regras do neoliberalismo e da privatização. Exemplo marcante da associação da mídia local com o poder econômico mundial é o tratamento dado, pela mídia, às notícias sobre a dívida externa e as possibilidades do governo nacional declarar moratória. A moratória, na verdade, faz parte do contrato de empréstimo, pois um país não pode levar à mínima seu povo para pagar suas dívidas. Como parte do contrato, a moratória – como diz a palavra – é uma ação na qual o devedor ganha tempo para cumprir com suas obrigações, renegocia juros, prestações, tempo de pagamento. Porém, tanto na época em que Itamar Franco declarou moratória, como também ao fazer a cobertura da situação econômica da Argentina, o termo usado indiscriminadamente nas manchetes dos principais jornais de circulação nacional

²⁹ Robert W. Cox, "Global Restructuring Making of the Changing International Political Economy", Richard Stubbs e Geoffrey R. D. Underhill (orgs.), *Political Economy and the Changing Global Order*, Londres, MacMillan, 1994, pp. 45-59; citação da p. 49. In IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999. p. 219.

foi "calote". O teor da palavra, e sua força de *pecha*, não diz a verdade sobre a ação da relação entre as instituições. Porém para os credores, que tinham pressa em receber, era importante, que os países que não pagassem suas dívidas pontualmente, fossem vistos como caloteiros. Dessa forma, a mídia local fez o jogo dos credores, demonstrando-se refém do poder econômico internacional.³⁰

O momento histórico que nos interessa localiza-se na passagem do feudalismo para organização do Estado. Sai de cena o rei. O poder distribuído em três - executivo, legislativo, judiciário - assume a organização de partes de território que se denominam Estado. Ao mesmo tempo, e na provocação dessas mudanças, organizam-se os burgueses, que negociam mercadorias, importam e exportam e passam a concentrar as riquezas. Rebelam-se contra os impostos e pedágios exigidos pelos senhores feudais. Torna-se imperioso organizar a sociedade de maneira diferente. Para a ampliação dos novos caminhos da sociedade é necessário permitir a livre circulação de mercadorias, de dinheiro e de pessoas. Para que os negócios possam progredir, é necessário que haja liberdade.

Diante da construção da liberdade, fica a questão de como organizar o poder para eli-

³⁰ Compartilho com outros autores com a idéia que a utilização do termo 'calote' denuncia um atrelamento da mídia ao poder econômico em prejuízo do cidadão comum, cria a condição de simular a crise, o caos, para ratificar o status de devedor para as nações que contraíram dívidas no passado. Mais que isso, a simulação cria condições de transformar as nações ricas, aquelas que emprestam o dinheiro, em sofredoras, vítimas do calote, invertendo um processo histórico que vem desde a colonização. Num passe de mágica a vítima transforma-se em algoz. A possibilidade de uma leitura crítica fica reduzida pela força da simulação (Baudrillard) e sua consequente dissuasão. Arbex traz outros exemplos do mesmo tema em seu livro *Showrnlismo: "O Le Monde Diplomatique* criou a expressão 'jornalistas de mercado' para designar os profissionais que adotam concepções neoliberais. Exemplos: a *Rádio Eldorado*, do grupo *Estadão*, concedeu ao governador Itamar Franco o troféu de 'cara-de-pau', ao lado dos vereadores corruptos de São Paulo, por ter decretado a moratória; comentaristas de rádio e televisão sugeriram que "a moratória de Itamar" foi responsável até por oscilações da Bolsa de Nova York. Segundo analistas da *Folha de S. Paulo*, a moratória decretada pela Rússia em agosto de 1998 causou a crise naquele país (cf. FSP, p. 1-4, 01, jun. 99). O mesmo jornal qualificou de 'calote' uma eventual moratória da dívida argentina, em manchete de primeira página (FSP, 24 nov.00), assumindo o discurso do FMI. (ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnlismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2002. p. 101.)

minar o despotismo e construir uma sociedade igualitária, onde todos, em tese, possam assumir o poder, sem que isso seja uma determinação sangüínea e hereditária. Passo a passo organiza-se o regime democrático. Porém, o regime democrático não é ainda a certeza da justiça e da liberdade. Para conciliar o desejo de poder com os anseios de direitos do cidadão a imprensa passa a assumir um papel de destaque, protegida pela *liberdade de imprensa*.³¹ Fundamenta-se a formação de uma sociedade onde entre o desejo de poder do líder da comunidade, cidade ou estado, e os moradores daquelas localidades, está a imprensa, como cão de guarda dos direitos do cidadão e atenta aos desvios dos governantes. É com essa lógica que se desenvolveu e foi forjada, qual ferro no fogo, a compreensão da importância da *liberdade de imprensa* para a sociedade.³² Portanto, a *liberdade de imprensa* tem relação com este espaço que está entre o povo e o poder, espaço vital para a estabilização da democracia; tem a ver com a instituição e a defesa dos mais altos anseios de uma sociedade para que aqueles que exercem o poder não se desvirtuem, não esqueçam o caráter público de suas ações e não fique comprometida, em nenhum momento, a transparência das políticas públicas.

A complexidade do conceito da *liberdade de imprensa*, tem difícil definição e por certo muitos dos autores que se debruçaram sobre ele percebem a dificuldade de sondar seus

³¹ "No decorrer desse século, e de forma especial, a partir de 1850, em um contexto em que se concretiza a noção de liberdade de opinião, um conjunto de invenções técnicas vai permitir o desenvolvimento de novas redes de comunicação. As formas históricas de implantação, segundo as quais cada um desses novos circuitos de troca vai se inserir nas diversas sociedades, são anunciadoras de questões que continuarão a ser formuladas no século seguinte." (MATTELART, Armand. *Comunicação Mundo: História das Idéias e das Estratégias*. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 15)

³² Victor Gentilli em sua dissertação de mestrado destaca a relação entre o jornalismo e democracia, "A democracia representativa contemporânea tem no jornalismo e na imprensa um de seus elementos constituidores decisivos. A estrutura de comunicações e do estágio de desenvolvimento alcançado pelos jornais são um fator indispensável para o processo de ampliação e alargamento da democracia.".(GENTILLI, Victor. *Democracia de Massas: Cidadania e informação*. 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995, p. 173.)

limites.³³ Assim sendo, o conceito fica a mercê dos interesses. Os donos de jornais insistem em mantê-lo tão amplo quanto possível. Há quem perceba nisso a possibilidade de invasão da privacidade e prefira que a lei restrinja seus efeitos. Na disputa entre uns e outros corre-se o risco da perda do contexto histórico e com ele a sensatez. O retorno às fontes, de alguma forma apresenta uma possível saída para o impasse.

Quando da criação das primeiras prensas, e mesmo um pouco antes, todo o escrito, para tornar-se público, precisava receber a licença para ser publicável. O *imprimatur* que ainda hoje pode ser visto em livros de teologia que têm a aceitação da Igreja Católica, era uma obrigação para todos os campos do conhecimento. O *imprimatur* era uma licença para publicar dada, em última instância pelo rei, ou por seus representantes. A relação entre rei e súditos também era desta forma definida. Ou seja, apenas o rei poderia ter idéias ou permitir que idéias fossem publicadas no território de seu reino³⁴. O súdito tinha a obrigação de pedir licença para publicar suas idéias. Com a elaboração do conceito de cidadão/cidadania, e com este, a evolução dos ideais de liberdade e consequentemente de liberdade de expressão, percebe-se a inutilidade do *imprimatur*. Com as facilidades de publicar a partir da criação da prensa com tipos móveis, imprimir e publicar fica mais fácil em sua materialidade, mas ainda não enquanto ato livre. Vem daí, baseado também nos direitos naturais propagados pela Revolução Fran-

³³ Na introdução deste trabalho procurei colocar lado a lado algumas definições de liberdade de imprensa de vários autores.

³⁴ "Apesar dessas medidas regressivas, uma espécie de mercado negro literário supria a informação e o passatempo proibidos. Sabemos, por exemplo, que Henrique VIII irritou-se, no 36º ano de seu reinado, com as narrativas de uma batalha na Escócia. As notícias foram divulgadas pelos mascates londrinos de 'cartazes', grandes folhas de papel impresso usadas naquele tempo especificamente para descrever certo acontecimento. A queixa do rei não era tanto por serem falsas as notícias, mas por terem sido publicadas sem a sua permissão. Evidentemente, nem mesmo o poder absoluto do rei podia sufocar a imprensa, mas o clima não favorecia o rápido desenvolvimento do jornalismo." (EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. p. 20).

cesa, um movimento em torno da “*liberdade de imprensa*”, portanto, a liberdade de imprimir sem que se sofresse a censura prévia, o *imprimatur*. Esta constatação dá-nos a leitura exata das relações que estão em jogo nesse momento da história. O poder do rei, já em declínio e descrédito, ainda é o poder político estabelecido e se vê no direito de dizer o que pode ou não ser publicado em seu reino. O súdito, já em busca da *maioridade* do cidadão livre, antevê que não pode mais ficar preso ao poder do rei para pensar e expressar suas idéias. Muitos dedicaram-se a conquistar a *liberdade de imprimir* como mais um direito. A liberdade de imprimir inicia com um movimento de libertação da necessidade de pedir licença para se expor as próprias idéias. Licença esta pedida ao personagem que detinha o poder como tal, no caso o rei. Mais tarde, na democracia nascente, o conceito permanece sob a mesma base e amplia-se. Na democracia não deve existir a censura prévia. E neste caso, dada a conjuntura das novas cidades - já bem diferente dos feudos -, a liberdade de imprimir assume também o papel de sustentação da democracia. O jornal transforma-se em espaço de defesa dos direitos do cidadão contra os possíveis desmandos de déspotas que, no mal uso do poder, queiram se colocar contra o cidadão e seus direitos. É importante analisar a relação das forças que estão em jogo. O representante do poder de um lado, o povo de outro e a *liberdade de imprensa* entre os dois, como mediadora, protetora dos direitos do cidadão. A função da imprensa, nesta relação, é impedir que o mandatário do poder o use indevidamente: contra o povo e não a favor do povo. É nesta dinâmica de relações que a *liberdade de imprensa* é vista como uma das colunas de sustentação da democracia.

Acredito que é possível demarcar a história da *liberdade de imprensa* com três eventos de grande destaque que influenciaram em definitivo os caminhos dos jornais no mundo ocidental. Em primeiro aparece a criação e a multiplicação da prensa com os tipos móveis de Gu-

tenberg entre 1440 e 1450.³⁵ Depois a Revolução Francesa em 1789. Alguns autores somam a esse evento a Revolução Americana³⁶. Por fim, a última etapa até os nossos dias, a criação e popularização dos microcomputadores a partir do fim da década de 80, unida ao rápido desenvolvimento das tecnologias da comunicação, destacando-se a Internet. De alguma forma cada uma dessas fases interpenetram-se, cada qual desses marcos - ao mesmo tempo materiais e simbólicos - representam verdadeiras revoluções dentro de sua época. O último deles, a revolução dos PCs, representa transformações radicais em toda a sociedade. Interessa-nos, porém, perceber a transformação que trouxe para dentro das redações dos jornais. De lá saíram as velhas máquinas de escrever substituídas pelos computadores pessoais e aconteceu toda uma nova organização do trabalho. Representou o fim de algumas profissões, e foi feita uma total redistribuição das atividades.

Esses três períodos demarcam, *primeiro*, a multiplicação de fato do periodismo. A popularização do jornal só foi possível após a criação da prensa com tipos móveis e com isso a

³⁵ Uma interessante matéria que apresenta o museu Plantin-Moretus, que guarda de forma original uma das principais casas de imprimir da Antuérpia, que iniciou suas atividades em 1576, dá detalhes sobre a prensa de tipos móveis, que, antes de Gutenberg, foi utilizada, na China: "Na China há 4 mil anos, já havia o que o mundo mais tarde viria a denominar impressão. Colunas de mármore nas quais eram esculpidas em relevo escrituras budistas, recebiam camada de tinta e, em seguida, os peregrinos aplicavam sobre elas folhas de papel - uma espécie de litogravura dos textos religiosos. Tempos depois, já no Século II da Era Cristã, um alquimista chinês chamado Pi Sheng, 400 anos antes do alemão Gutenberg, criava cubos de madeira nos quais em uma das faces, esculpia ideogramas - xilogravura. Entretanto, assim como ocorrera com o macarrão - que surgiu na China e, levado à Itália pelo navegador Marco Pólo, ali recebeu o molho que deu a fama internacional do produto aos italianos -, os tipos móveis chineses não conseguiram êxito. Não bastasse o alfabeto chinês possuir milhares de caracteres, os tipos de madeira não eram reutilizáveis, tornando o processo ainda mais difícil. Só depois, com os definitivos tipos metálicos alemães, em torno de apenas trinta diferentes peças, foi possível proporcionar a liberdade do saber à humanidade." (VIVEIROS, Ricardo. Museu Plantin-Moretus - A certeza de que imprimir é uma arte. *Revista Abigraf*, São Paulo, n.214, ano 29, p. 98-100, novembro de 2004).

³⁶ "A Revolução Francesa, disse Tocqueville, foi inspirada pela 'convicção de que o que se procurava era substituir o complexo de costumes tradicionais que regiam a ordem social na época por simples regras elementares derivadas do exercício da razão humana e do direito natural'. 'Nunca até então' escreveu Acton numa de suas anotações manuscritas, 'os homens haviam procurado liberdade sabendo o que procuravam'. Para Acton, como para Hegel, liberdade e razão nunca estiveram separadas. E a Revolução Francesa estava ligada a Revolução Americana." (CARR, Edward Hallett. *O que é história*. 8, ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 168).

ampliação de um movimento cada vez maior pela liberdade de imprimir³⁷. *Segundo*, o estabelecimento da consciência da importância da *liberdade de imprensa* como um dos resultados da Revolução Francesa. *Terceiro*, no fim dos anos 80, presenciamos a passagem em definitivo da imprensa para o mundo da tecnologia e a transformação dos jornais em empresas de comunicação assumindo o lucro como valor maior a ser defendido pelas decisões dos donos da empresa.

Se os dois primeiros períodos parecem evidentes na relação entre objeto e causa, o mesmo não acontece exatamente com o último. A chegada dos computadores nas redações – no Brasil, da metade dos anos 80 em diante – é apenas a ponta do iceberg de uma reestruturação que já vinha sendo gestada desde o momento em que os jornais passaram a vender publicidade. O fato destaca-se no meio de toda uma nova conjuntura de transformações sócio-econômicas em todo o mundo. Nas redações, o computador é apenas um álibi para que se faça a reestruturação necessária, o corte definitivo das vagas de profissões que se tornaram desnecessárias, a renovação de profissionais com o afastamento de toda uma geração de jornalistas que representavam uma época. Com eles esvaiu-se a visão de um jornalismo produzido pelo coração de homens idealistas, engajados, preocupados com os rumos sociais e políticos do Estado. O jornalismo entra na era cirúrgica, asséptica: o profissional da notícia escreve o texto que representa os fatos, não mais defende idéias ou valores.

³⁷ “A prática da impressão gráfica se espalhou pela Europa com a diáspora dos impressores germânicos. Por volta de 1500, haviam sido instaladas máquinas de impressão em mais de 250 lugares na Europa - 80 na Itália, 52 na Alemanha e 43 na França. As prensas chegaram a Basiléia em 1466, a Roma em 1467, a Paris e Pilsen em 1486, a Veneza em 1469, a Leuven, Valência, Cracóvia e Buda em 1473. Todas essas gráficas produziram cerca de 27 mil edições até o ano de 1500, o que significa que - estimando-se uma média de 500 cópias por edição - cerca de 13 milhões de livros estavam circulando naquela data em uma Europa com cem milhões de habitantes. Cerca de dois milhões desses livros foram produzidos somente em Veneza, enquanto Paris era um outro centro importante, com 181 estabelecimentos em 1500.” (BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. p. 26.)

Na sequência deste trabalho, pretendo, portanto, aprofundar aqueles pontos que possam ser elencados sobre o desenvolvimento do conceito de *liberdade de imprensa* nesses três períodos: a criação da prensa, a Revolução Francesa – esses dois períodos de forma mais geral, ocupando-nos ao menos da experiência da França, Estados Unidos, Inglaterra e Brasil – o último período, a revolução dos PCs, concentrará a pesquisa na realidade brasileira.

A recuperação histórica, nesse caso, é bem mais do que justapor datas, organizar cronologias, citar o nome de quem primeiro cunhou o termo. Importa aqui recuperar um espaço de relações, inferências, e contextos capazes de trazer à mente a força do conceito em sua totalidade, naquele momento em que *a liberdade de imprensa* fez história.

Mais que recuperar datas, acredito que o trabalho se pautará em buscar o tônus social³⁸ daquele espaço-história, onde *a liberdade de imprensa* exerceu o seu significado em totalidade. Relembro portanto:

Na história política da humanidade, a imprensa surgiu como um meio de controle do poder, mais precisamente como um instrumento de fiscalização e denúncia dos governos, em defesa dos direitos e liberdades individuais. Essa foi a razão da excepcional importância que os grandes pensadores do constitucionalismo clássico sempre atribuíram à *liberdade de imprensa*.³⁹

Aparentemente perdeu-se, no jornalismo, a convicção de sua função social como um dos pilares de sustentação da democracia, trocada pela exigência empresarial e as convicções capitalistas de que uma *boa* empresa tem que gerar lucro. Nesse contexto, *a liberdade de imprensa* transforma-se em moeda de troca no jogo das decisões. A percepção que se tem, é que

³⁸ Informação verbal fornecida por Cremilda Medina em aula do dia 28 de abril de 2004 na disciplina “A Construção Teórica do Jornalismo. Fundamentos Científicos e a Crise de Paradigmas Contemporânea”. Citando Oscar Landi, pesquisador, sociólogo Argentino. Em minhas anotações de aula retive o seguinte: tônus social refere-se ao fato de que a cultura tem no seu subjetivo um sentimento interno invisível. Um dos exemplos citados: 25 de abril de 1984 - tônus social do luto nacional pela não passagem das Diretas.

³⁹ DORNELES, Carlos. *Deus é inocente: a imprensa, não*. São Paulo: Globo, 2002. p. 13.

cada vez mais os jornais vêm a reboque da sociedade, relatam fatos, não os descobrem não os denunciam e abandonaram em definitivo o papel de cães de guarda da democracia. Para quê serve então a *liberdade de imprensa*, de expressão, e a liberdade de informação?

As lutas pela liberdade de publicar e pela liberdade de criticar travadas nas salas dos tribunais foram importantes. Mas de igual importância foram as lutas pelo direito de ter acesso às notícias, pois o direito de publicar notícias não tem nenhum valor se as fontes de informações forem estancadas.⁴⁰

⁴⁰ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965. p. 765

1.2 - A experiência que vem de outros países

Com o advento da Internet, a rapidez das comunicações, as tecnologias sem fio e atuação dos satélites, todos os países defrontam-se com questões referentes à *liberdade de imprensa*. Institutos internacionais e Organizações não Governamentais (ONGs) mapeiam o mundo todo com relatórios, denunciando países que desrespeitam a *liberdade de imprensa*. Entre todas estas, a de maior repercussão é a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO):

Para a UNESCO, liberdade de expressão e liberdade de imprensa constituem direitos humanos. Suas ações nessa área procuram sensibilizar governos, legisladores e outros tomadores de decisão para a necessidade de garantir o exercício desses direitos. Procura, também, monitorar a efetiva implementação da liberdade de expressão e de imprensa e estimular a mídia independente e pluralista como pré-requisitos e fatores do processo de democratização. As principais atividades nesse tema incluem a celebração do Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, em 3 de maio de cada ano, a criação de um grupo assessor internacional sobre liberdade de imprensa que inclui profissionais da mídia de todos os continentes, e a criação do Prêmio Mundial de Liberdade de Imprensa UNESCO/Guillermo Cano.⁴¹

Outra organização que destaca-se por reunir diversos outros grupos que trabalham no mundo todo com ações em defesa da *liberdade de imprensa*⁴² é o Intercâmbio Internacional sobre a Liberdade de Expressão (IFEX)

IFEX nació en 1992, cuando muchas de las organizaciones más importantes en pro de la libertad de expresión se reunieron en Montreal para debatir la mejor manera de avanzar hacia sus metas colectivas. El núcleo de IFEX está constituido por organizaciones cuyos integrantes están dispuestos a defender a quienes tienen el valor de exigir su derecho humano fundamental a la libre expresión cuando son censurados, tratados brutalmente o asesinados. Integrado por 72 grupos diferentes de libertad de expresión -ubicados

⁴¹ *Liberdade de Imprensa*. n/c. Disponível em: <http://www.unesco.org.br/areas/ci/areastematicas/liberdadedeimprensa/index_html/mostra_documento>. Acesso em: 22/10/2006.

⁴² Ver a relação de todos os participantes no ANEXO B (p. 209). Ver também a “Declaração de Chapultepec” no ANEXO J (p. 236) e o “*Pica Method*” no ANEXO K (p. 237).

em todas partes, desde Oceanía, Europa y África occidental- IFEX reúne una comunidad global extraordinariamente diversa y dedicada.⁴³

Os Repórteres Sem Fronteiras (RSF) também têm se destacado na defesa da *liberdade de imprensa* em todo o mundo. Entre outras atividades mantém informe anual sobre a *liberdade de imprensa* no mundo, seu relatório sobre a violência contra repórteres está em constante atualização e incentivam iniciativas a favor da *liberdade de imprensa*.

Reporteros Sin Fronteras, una asociación reconocida como de utilidad pública. Cuando más de un tercio de la población mundial vive en países en los que no existe ninguna libertad de prensa, Reporteros Sin Fronteras actúa a diario para que la información recupere sus derechos. En 2003, 42 profesionales de los medios de comunicación perdieron la vida mientras trabajaban para informarnos. Actualmente, más de 130 periodistas se encuentran encarcelados en todo el mundo, simplemente por haber cumplido con su obligación. En Nepal, en Eritrea o en China, un periodista puede pasar varios años en la cárcel, por una palabra o por una foto. Porque encarcelar o matar a un periodista significa eliminar a un testigo esencial y amenazar al derecho de todos a la información, Reporteros Sin Fronteras lleva a cabo su combate desde hace más de 18 años.⁴⁴

A existência de tantos grupos, ONGs e Institutos ocupados com a *liberdade de imprensa* comprova a preocupação com o tema e sua importância. Importância que tem longa história em alguns países. Quero destacar neste trabalho alguns momentos na história da Inglaterra, Estados Unidos e França.

Na Inglaterra, após a primeira experiência de Gutenberg com os tipos móveis, é Henrique VIII (1491-1547) que está no poder, segundo rei da dinastia Tudor, concentra em sua mão o poder político e religioso e proíbe a livre circulação de livros:

Henrique VIII começou o controle da imprensa com uma lista de livros proibidos. Isso foi em 1529, e teve essa medida por finalidade levantar

⁴³ *El Intercambio Internacional por la Libertad de Expresión*. n/c. Disponível em: <<http://www.ifex.org/es/content/view/full/51489/>>. Acesso em: 22/10/2006.

⁴⁴ *Con Reporteros Sin Fronteras, no espere a que le priven de la información para defenderla*. n/c. Disponível em: <http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=284>. Acesso em: 22/10/2006.

um dique contra a crescente onda do protestantismo. O primeiro sistema de alvará sob o controle do governo foi estabelecido um ano depois e, por um edito no natal de 1534. Henrique VIII estatuiu que os impressores precisavam da permissão real para abrirem uma tipografia. Em parte para se defender das heresias externas, em parte para amparar os tipógrafos locais, determinou que livros estrangeiros não fossem mais vendidos na Inglaterra. O edito declarava também que o preço dos livros devia ser razoável.⁴⁵

Independente dos argumentos do monarca, seja em defesa dos tipógrafos locais ou contra as heresias, é importante perceber que é o rei que detém o poder de deixar ou não imprimir algo. Esta é uma das marcas do absolutismo que reprimia povos em todos os continentes e inicia sua derrocada na Inglaterra em 1688 com a Revolução Gloriosa. Como resultado desse conflito sem sangue Guilherme de Orange assume o poder como Guilherme III, assina a Declaração de Direitos (*Bill of Rights*) em 16 de dezembro de 1689, “que institui o governo parlamentar inglês. Na declaração estão os limites de atuação do monarca. Ele é obrigado a submeter ao Parlamento a aprovação de qualquer aumento de impostos e deve garantir a *liberdade de imprensa*, a liberdade individual e da propriedade privada”⁴⁶. Passaram-se quase 250 anos desde a criação da prensa com tipos móveis para que a *liberdade de imprensa* ganhasse espaço na Inglaterra. Mesmo assim, enfrentou dificuldades e só se impôs graças a coragem de muitos que se dedicaram e acreditaram na importância dessa liberdade para a organização da sociedade. Edwin Emery já vê lampejos da função de defesa do espaço público contra o abuso do poder nos acontecimentos desta época e define a imprensa como “o cão de guarda dos negócios públicos”. Aos poucos, portanto, fundamenta-se a visão amplificada da importância da *liberdade de imprensa*: não é só livrar-se da censura prévia, mas acredita-se numa ação de defesa do bem público em favor de toda a população e não apenas de uma mi-

⁴⁵ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. p. 19

⁴⁶ CARMO, Suzana J. de Oliveira *Direitos Humanos - Trajetória no tempo, fragmentos da história*. 29/01/2004. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/x/14/50/1450/>>. Acesso em: 29/10/2006.

noria.

Tendo a Inglaterra passado do poder absoluto dos Tudors para a administração mais moderada dos Stuarts e daí para um governo mais representativo, depois da gloriosa revolução de 1688, as restrições da imprensa acompanharam a política dominante. Houve reveses ao longo da caminhada. Homens tiveram que sofrer e morrer por uma maior liberdade para a imprensa. Não obstante o progresso é evidente. Quando o poder absoluto decaiu e outros grupos começaram a desafiar a autoridade, a imprensa começou a funcionar como a crítica, a oposição leal e o cão de guarda dos negócios públicos.⁴⁷

Apesar de a Revolução Gloriosa ser um ícone na história e a significativa importância da Declaração de Direitos, não é possível dizer que a *liberdade de imprensa* encontrou campo aberto para as atividades jornalísticas na Inglaterra. A censura prévia foi substituída pelo “alargamento do conceito de injúria” e o temor do castigo trazia efeitos semelhantes ao da censura prévia, continuando uma relação de constrangimento e cerceamento.

Na própria Inglaterra, tão ciosa da liberdades individuais, a censura prévia estabelecida pela *Star Chamber* sobreviveu ao desaparecimento desse tribunal e a ordem que a criava foi várias vezes revigorada, até fim do século XVII, em ano que os estudiosos discutem, mas que foi aproximadamente o de 1695, data em que os Comuns rejeitaram um *Bill* da Câmara dos Lordes renovando o *licensing act*, isto é, a lei da censura. (...) mas o desaparecimento da lei da censura prévia não emancipou o jornalismo. (...) os julgadores alargaram o conceito da injúria até um ponto que implicava em severas restrições à liberdade de crítica. Macaulay, sustentando que o temor do castigo substituíra sem progresso a censura dizia: 'A liberdade de imprensa novamente permitida, servia de pouco ou nada ao partido vencido; porque as disposições dos juízes e jurados eram tais, que um escritor, perseguido pelo governo em caso de libelo, não poderia ter esperanças de escapar à condenação. O receio do castigo valia por censura.'⁴⁸

É possível perceber na história a complexidade cada vez maior do tema. A censura

⁴⁷ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965. p. 34.

⁴⁸ Macaulay citado por Lima Sobrinho trata-se de Thomas Babington Macaulay, Barão de Macaulay (1800-1859)(*acréscimo nosso*). LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 21.

prévia aparece como uma marca do absolutismo dos reis, mas a sua superação não significa uma passagem para um ambiente de total *liberdade de imprensa*. A dificuldade que se apresenta é o grande jogo de interesses que lança sombras sobre toda a atividade jornalística. Ainda na Inglaterra vemos estes interesses passarem do campo jornalístico para as necessidades da empresa jornalística:

Recentemente, escrevia o falecido Lord Northcliffe brochura de resposta aos ataques de que foi alvo, quando recusou acompanhar a iniciativa dos seus colegas para a redução de salários no jornalismo. E ele afirmava então que como os matutinos, também os vespertinos de Londres tinham milionários atrás dos bastidores. E alguns jornais valiam, segundo certos cálculos, 14 milhões de libras esterlinas. Essas folhas representam mais as empresas a que pertencem do que os interesses políticos das correntes partidárias. E por isso, sustentando fortunas consideráveis, o jornalismo se orienta para as idéias conservadoras. Assim o dizia, comentando o trabalho de Lord Northcliffe, *O New Stateman*: 'Os jornais de Lord Northcliffe são independentes; os de Sir Hulton independentes conservadores e os de Lord Beaverbrook mais liberais do que conservadores. Londres não possui um matutino liberal de primeira ordem. O trabalhismo ainda está em situação pior, com um único jornal, em toda a Inglaterra, e esse mesmo arrastando existência precária'⁴⁹

Estes quase 500 anos, focados rapidamente em algumas citações, apresentam material que já nos possibilita subtrair da história parte da evolução da *liberdade de imprensa* na Inglaterra. O debate de idéias é expressivo para perceber os rumos da *liberdade de imprensa* passando pela vitória contra a censura prévia, as dificuldades de seu estabelecimento diante de uma rígida lei e o alargamento do conceito de injúria. Já, no século XX, nos deparamos com os interesses comerciais capazes de transformar a imprensa em grande protetora da empresa e dos interesses do comércio que dão sustentação aos jornais.

Os Estados Unidos da América define-se como o país das liberdades, e entre elas, com algum destaque, está a *liberdade de imprensa*. Mas esta não é toda a sua história. No princí-

⁴⁹ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 46. Também é atribuída a Lord Northcliffe (1865-1922) a frase “notícia é o que sai no verso do anúncio”.

pio, como uma Colônia da Inglaterra, os Estados Unidos seguia as mesmas orientações da Inglaterra: repressão, mortes, prisões e muitos jornais foram censurados e eliminados. Só mais tarde, após muitas lutas, configura-se a *liberdade de imprensa* em todo o país. Em 1662, a única tipografia existente era a de Harvard e a corte de Massachusetts aprovou decreto restringindo a imprensa⁵⁰. Somente em 1690 aparece um primeiro jornal, o *Publick Occurrences, Both Forreign And Domestick*, mas que poucos autores reconhecem como marco inicial da história da imprensa nos Estados Unidos da América, uma vez que censurado, teve apenas o seu primeiro número em circulação. Apenas em 1704 o *Boston News Letter* passa a circular e tem maior reconhecimento como o primeiro jornal na América do Norte. Porém, ainda não pode ser visto como um exemplo de *liberdade de imprensa*: o editor, John Campbell, submetia os originais ao governador e por várias vezes recorreu à ajuda oficial para manter o jornal durante os seus 15 anos de história.⁵¹

Os interesses que movem a história do jornalismo norte-americano marcaram suas decisões e cedo optou-se pelo formato mais comercial, voltado às necessidades do comércio e a divulgação publicitária.

O estímulo comercial que fomenta o desenvolvimento da imprensa popular apareceu na Nova Inglaterra de modo singular. Rendendo muito pouco a agricultura em proporção à energia despendida, o ianque da Nova Inglaterra passou à pesca como um meio mais fácil de ganhar a vida (...) Em consequência começou a se projetar na Nova Inglaterra uma classe de homens de negócios, independentes, astutos e tenazes. Muitos deles tornaram-se ricos e dispostos a manter uma publicação que pudesse anunciar artigos e divulgar notícias oportunas(...) Melhores comunicações beneficiariam o comércio sem dúvida, e o homem de negócios estava ávido de informações desse gênero. Finalmente, quando a rivalidade incentivava o comércio nas comunidades em desenvolvimento, o mercador descobriu que podia levar seus artigos a um freguês rapidamente, se imprimisse informações e anúncios em alguma publicação lida por eles. O predomínio desse tipo de jorna-

⁵⁰ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. p. 44

⁵¹ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. p. 54-55

lismo é demonstrado pelos numerosos jornais daquele tempo com o título 'Anunciante' em caracteres estereotipados. O desenvolvimento do comércio, então, desempenhou importante papel na fundação do primeiro jornal e de todas as primitivas publicações que apareceram nos centros comerciais.⁵²

Os fundadores de muitos dos jornais norte-americanos tinham o perfil de empreendedores e dedicaram-se a esta atividade com desenvoltura mais comercial que política. Esta característica, focada no desenvolvimento, marcou espaço na história e na cultura americana. A imprensa norte-americana faz parte deste mundo dos negócios, quer pela importância que deu aos anúncios, quer pelos grandes negócios de compra e venda de jornais: empresas que eram negociadas e trabalhadas para dar lucro para seus donos como qualquer outro comércio. Barbosa Lima Sobrinho, em uma comparação entre os jornais ingleses e americanos dá a exata medida dos interesses que marcam uma e outra imprensa:

Colônias britânicas se inclinaram em sua maioria para o modelo da metrópole, com exceção dos Estados Unidos em que o jornalismo sensacional, levado pela preocupação de novidades, deixa de lado o escrúpulo de informar com segurança. Para essa diferença entre as duas imprensas concorreram várias causas. A imprensa inglesa mantém a função de servidores do público e cada uma das suas folhas se orgulha de apresentar provas de sua dedicação à causa geral. Já nos Estados Unidos a ambição do dólar fez dos jornais verdadeiras empresas que o proprietário procura explorar comercialmente. Bryce, que não é suspeito de antipatia aos americanos, descrevendo as narrações propositadamente falseadas dos jornais daquele país, as explica como consequência da alta pressão em que se faz ali o negócio da imprensa: 'are the natural result of the high pressure under which the newspaper business is carried on'. O jornal raramente se apresenta como órgão de um partido político. O seu caráter é de empresa comercial. As suas responsabilidades são pequenas e enormes os seus apetites. Quando se excede na linguagem, o faz calculadamente e sabendo o que faz e fazendo-o com o intuito exclusivo do lucro. Se em vez de empresa de propriedade individual encontramos uma sociedade anônima, a sua liberdade de ação é incomparavelmente maior, como é maior a sua ambição.⁵³

⁵² EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. p. 42-43

⁵³ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 55.

Em 1789 os Estados Unidos sofre os efeitos da *Sedition Law* que “punia com multa e prisão, como crime público, os escritos impressos contendo acusações escandalosas ou malévolas contra o governo, o congresso, ou presidente”. A lei caiu em desuso e também causou a queda do partido que a elaborou.⁵⁴

Pode-se dizer que a *liberdade de imprensa* nos Estados Unidos ganhou sua maioria com a promulgação da 1ª emenda em 1791⁵⁵, mas não ficou livre dos contínuos conflitos. É no século XX, porém, que a imprensa norte-americana sofrerá derrotas ao colocar seus interesses econômicos acima da ética. Para tentar fugir dos rigores da *New Deal* de 1933 – que instalou a segurança social federal, o seguro desemprego e outras iniciativas visando o bem-estar do cidadão – a Associação de Editores tentou alegar que o enquadramento da imprensa nas iniciativas do governo eram contra a *liberdade de imprensa*. O fato gerou grande mal-estar entre os donos de jornais, e os relatos da época demonstram que a tentativa de instrumentalizar a *liberdade de imprensa* em benefício dos interesses do próprio lucro foi reprovada até mesmo por alguns daqueles que poderiam se beneficiar com a argumentação da Associação.

Algumas vozes dentro da própria imprensa expressavam o temor de que essa indiscriminada oposição à legislação e os constantes apelos de proteção à *liberdade de imprensa* afastariam o apoio público - da qual depende eventualmente aquela liberdade - e que tornaria a imprensa tolhida de combater eficientemente as iniciativas do governo que se mostrassem claramente perigosas para o bem-estar dos jornais e por conseguinte do bem-estar público. Uma dessas vozes foi a de Artur Hays Sulzberger, editor do *New York Times*, que sugeriu na assembléia anual da Associação de Editores que possivelmente a Associação estaria indo longe demais em sua campanha. Dizia

⁵⁴ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 147

⁵⁵ "Nos Estados Unidos, a Constituição ganha a primeira Emenda, em 1791, que garante, entre outras, a liberdade de imprensa. 'O Congresso não fará qualquer lei sobre o estabelecimento de religião, ou proibindo o livre exercício da mesma; ou limitando a liberdade de expressão, ou de imprensa'." (VIEIRA BARBOSA, Sílvio Henrique. *Imprensa e Censura: As ameaças ao Direito à Informação*. 1999. 97 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1999. p. 7-8).

ele que conquanto fosse necessário salvaguardar a *liberdade de imprensa*, ele não estava convencido de que o governo de Roosevelt 'tenha ou tivesse tido propósitos contra a *liberdade de imprensa*'. E recordava aos seus ouvintes que a garantia da *liberdade de imprensa* na Constituição 'é a afirmação de uma liberdade essencial de um povo livre e não um privilégio de imunidade estendido a um comércio particular ou profissão. As responsabilidades que a isenção encerra são maiores do que os privilégios que ela concede'.

De crítica mais rude foi Virginius Dabney, conhecido editor do *Richmond Times-Dispatch*, que escreveu por ocasião da esmagadora vitória da reeleição de Roosevelt em 1936:

'A associação dos editores entregou-se a uma campanha desavergonhada de auto louvor: superexaltou a 'liberdade de imprensa' até ao ridículo incorporando por isso na suspeita de estar usando dessa senha como de um engodo. Seus membros uniram-se para derrotar a lei, como a Emenda do trabalho infantil, e criaram por isso em muitas mentes a impressão justa ou não de que põem seus interesses particulares acima do bem comum.'⁵⁶

Os problemas de acomodação com a *New Deal* estenderam-se ainda a outros debates - repetindo o mesmo molde - e por outras vezes os editores tentaram defender seus interesses e lucros com a força da *liberdade de imprensa*, e outras vezes foram vencidos por argumentos que deixavam transparente a tentativa de instrumentalizar a *liberdade de imprensa*.

No fim da década de 40 começa uma nova luta, a da liberdade de acesso a informação. Em uníssono com a *liberdade de imprensa*, a liberdade de informação é a expressão da liberdade que abre as portas para que os jornais possam ter acesso à matéria prima de sua atividade de maior envergadura na defesa dos direitos e controle do poder.

As campanhas pela liberdade de informação foram desenvolvidas desde o fim da década de 1940 pela Sociedade Americana de Editores de Jornais, pela Associação dos Redatores-Chefes da Associated Press, pela Associação de Diretores de notícias da Rádio-Televisão e pela Sigma Delta Chi, sociedade de jornalismo profissional. Graças aos seus esforços e de outros, 33 estados têm leis exigindo a disponibilidade dos arquivos públicos e 25 estados têm leis exigindo reuniões públicas para tratar assuntos do interesse público em 1960. Entre os líderes da luta estavam James S. Pope, do *Louisville Courier-Journal*; J.R. Wiggins, do *Washington Post*; V. M. Newton, Jr.

⁵⁶ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965. p. 757, citando *Public Opinion Quarterly*, I (Abril, 1937).

do *Tampa Tribune* e Harold L. Cross, consultor jurídico da Sociedade Americana de Editores de Jornais (ASNE).⁵⁷

Porém as conquistas da última metade do século passado aparentemente têm dificuldades de sobreviver às guerras e ao neoliberalismo. As últimas guerras promovidas pelos Estados Unidos da América (EUA) levantaram questionamentos sobre a capacidade dos jornais locais serem imparciais em suas informações. A manipulação da informação fez parte integrante das estratégias de guerra⁵⁸. Multiplicam-se as denúncias de suborno para jornalistas. Em 2004 o departamento de educação pagou Armstrong Williams para promover a lei de educação do presidente Bush⁵⁹. Também foram veiculadas notícias informando que jornalistas foram pagos para fazer artigos que denegrissem as atividades de Fidel Castro em Cuba em passado recente. Crises diversas nos maiores jornais norte-americanos anunciam o fim dos anos dourados da imprensa americana. A *liberdade de imprensa* continua sendo o grande mote de mobilização tanto dos impérios de informação como também dos leitores ciosos de suas

⁵⁷ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. 1.ed. Brasil.. ed. Taubaté: Campineira, 1965. p. 766.

⁵⁸ "Os censores militares enlouqueceram quando um comandante de campo permitiu a repórteres assistirem cenas de um vídeo filmadas a partir de um helicóptero, 'Apache' durante um ataque a um batalhão iraquiano. As cenas mostravam adolescentes aterrorizados que corriam caoticamente, em todas as direções, enquanto as rajadas disparadas pelas metralhadoras do helicóptero, que eles não conseguiam ver, cortavam seus corpos ao meio. Esse vídeo foi rapidamente retirado de circulação. Quando perguntei a razão a um oficial graduado do Pentágono, ele respondeu: 'Se nós permitirmos que as pessoas tomem conhecimento desse tipo de coisa, nunca mais haverá outra guerra.'" Afirmação de Greg Easterbrook citado antes do prefácio do livro *Showrnalismo*. (ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnalismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. p. 3).

⁵⁹ "O governo americano deu dinheiro a um importante jornalista para que ele promovesse a lei de educação de George W. Bush e desse espaço na mídia ao secretário de Educação Rod Paige, segundo registros obtidos pela Associated Press. Amstrong Williams, uma personalidade do rádio, da imprensa escrita e da TV dos EUA, recebeu US\$ 240 mil do Departamento da Educação para promover organograma governamental No Child Left Behind (nenhuma criança deixada para trás). (...) O Contrato cobria os anos de 2003 e 2004. (...) Williams reconheceu que as críticas às suas relações com o Departamento de Educação eram 'legítimas'. 'Trata-se de uma linha tênue. Embora eu não seja um repórter, mas um comentarista, creio que eu deva seguir o padrão de ética. Meu julgamento não foi o melhor. Não faria isso novamente e aprendi a lição", disse Williams a agência de notícias Associated Press." (JORNALISTA leva dinheiro para promover ação de Bush. *Folha de S.Paulo* / Associated Press, São Paulo, 11 jan. 2005, Mundo, p. A 10).

liberdades. Porém cada vez mais a *liberdade de imprensa* aparece como maquiagem dos interesses da empresa jornalística, capaz de negociar as notícias por gordas subvenções ou aquiescendo ao discurso de defesa nacional diante de um país *constantemente invadido por terroristas*. Entre o discurso de defesa nacional e os interesses empresariais da imprensa norte-americana há uma grande zona de sombras, o que pode apontar, nos dois casos, para o mesmo fim: o lucro, pois o comércio de armas também faz girar a economia.

Os últimos anos têm sido pródigos em mostrar o jogo de interesses que disputam espaço nas redações e páginas dos jornais norte-americanos. Com a queda das torres gêmeas em 2001 e a partir desta data, o medo passa a ser um novo ingrediente na cultura e no solo americano. Acostumados a fazer guerra em várias regiões do Globo, pela primeira vez o cidadão americano percebeu-se vulnerável dentro de sua própria casa. O medo transformou-se nas vendas do povo e na autocensura da imprensa⁶⁰, que embarcaram no apoio de mais uma guerra. Chegamos ao século XXI, e nos Estados Unidos a imprensa passa por grave crise de ética, interesses e pouca clareza de seu lugar social, quer para a sociedade norte-americana, quer para a sociedade mundial. Ofuscada pelo poder econômico, pelos interesses dos grandes conglomerados e pelo rígido discurso militar, que apresenta a defesa nacional como dever de todos os americanos, houve momentos em que a imprensa americana, e a ocidental em uníssono com ela, transformou-se em instrumento das manobras do poder político-econômico nos EU-

⁶⁰ "Seis dias após o atentado 11 de setembro de 2001, o Clear Channel, uma das maiores empresas de rádio dos Estados Unidos, com mais de 1.000 retransmissoras em todo o país, lançou um a 'lista' para seus associados, em que 'aconselhava' a não difusão de 150 músicas. A maior parte delas falava de morte, aviões e guerra, mas outras de paz, como Imagine de John Lennon." - "O premiado cartunista Rex Babin, do jornal Sacramento Bee, sofreu um verdadeiro 'linchamento' moral por parte de jornalistas e apresentadores de televisão. Seu 'crime': ousou publicar uma ilustração, no dia 13 de setembro, onde aparecem, ao fundo, as torres gêmeas desabando, e no primeiro plano a famosa cena da criança vietnamita Kim Phuc, de 9 anos, correndo nua, em pânico, fugindo das bombas despejadas por aviões americanos. (ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnalismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. p. V.). Ver no ANEXO C (p. 211) - página do jornal *Folha de S. Paulo* com notícia sobre a censura na mídia norte-americana contra o terror em 2001.

A. Movimentada pelo poder do dinheiro, a nação americana transformou-se em uma máquina de guerra e destruição, desrespeitando a maioria dos acordos internacionais, e mesmo assim, pouco criticada pela maioria dos jornais. Analistas e historiadores debruçaram-se sobre os fatos de 11 de setembro de 2001 e vêm, desde aquela data, tentando explicar e entender os processos que têm causado grande retrocesso em todas as políticas de direitos conquistadas nas décadas anteriores e, que no momento, encontram-se sob risco na união de dos dois fortes catalisadores que tentam forjar a sociedade do século nascente: o lucro e o medo. Para a imprensa norte-americana o início do século XXI deixa uma marca amarga em sua história no que se refere a *liberdade de imprensa*.

No fim de 2001, no seu relatório anual, a organização Repórteres sem Fronteiras incluiu os Estados Unidos como um dos países que prejudicam a liberdade de imprensa: 'Desde o 11 de setembro se constata que a liberdade de imprensa está em perigo dentro dos Estados Unidos devido à censura oficial de imagens e opiniões e à autocensura motivada pelo patriotismo. Os Estados Unidos consideram que estão numa guerra declarada e que os jornalistas devem se converter em patriotas'.⁶¹

A disseminação do medo e sua standardização tem servido aos interesses do poder político e econômico norte-americanos. Pelo medo derruba-se as barreiras éticas de uma sociedade que já acomodara parte de seus princípios e direitos; pelo lucro incentiva-se a todos aqueles que podem a tirarem vantagem de tal situação, a continuarem a aplicar no medo como se aplica na poupança ou na bolsa de valores.

A CNN tinha tudo para ganhar com mais essa guerra - dinheiro e prestígio -, como ocorreu na Guerra do Golfo. Antes dos atentados, a emissora passava por uma séria crise, queda de audiência e concorrência da Fox News e da CNBC. E apostou alto desde o início da cobertura. Uma semana depois do 11 de setembro mudava seu lema permanente no vídeo de 'América sob ataque' para 'A nova guerra da América' e, como toda a imprensa americana, pressionava por uma guerra que ainda não tinha sido declarada. Ancorada no estado de comoção do país, a emissora bateu recordes de audiência e foi das

⁶¹ DORNELES, Carlos. *Deus é inocente: a imprensa, não*. São Paulo: Editora Globo, 2002. p. 26.

poucas empresas, na mídia, com ações em alta na Bolsa de Nova York após os atentados.⁶²

Na história do jornalismo norte-americano – que, devido ao contexto de sua colonização, permitiu, desde o seu início, uma luta pública por maior liberdade. Não por menos, Emery inicia seu livro, "*História da Imprensa nos Estados Unidos*", com as seguintes palavras: "A história do jornalismo é a história da *longa batalha* do homem *pela livre comunicação* com os seus semelhantes" (grifo nosso).⁶³ A partir desse enfoque ele escreve quase 900 páginas relatando as conquistas e os percalços do desenvolvimento da imprensa no continente, relatando com riqueza de detalhes alguns dos conflitos entre impressores, governo e leitores. Há casos que demonstram o zelo pela *liberdade de imprensa* por parte de alguns, ao mesmo tempo em que outros impressores percebem, na mesma liberdade, o artifício para conquistar isenções fiscais e outros benefícios, mesmo que isso representasse descumprir direitos recém estabelecidos em favor dos trabalhadores e crianças. Em uma dessas polêmicas entre a Associação dos Editores e o governo, Emery cita o discurso do presidente Roosevelt que dá a tônica do quanto tentavam os editores conquistar facilidades econômicas alegando a defesa da *liberdade de imprensa*:

Quando aprovou o esboço do código da imprensa diária em fevereiro de 1934, o Presidente Roosevelt chamou de 'pura redundância' a cláusula dos editores sobre a *liberdade de imprensa*, acrescentando: 'A liberdade assegurada pela Constituição é a liberdade de expressão e essa será escrupulosamente observada, mas não é a liberdade de botar as crianças para trabalhar, ou de negociar em casas sem segurança contra incêndio ou de violar as leis contra a obscenidade, a calúnia e a licenciosidade.'⁶⁴

⁶² DORNELES, Carlos. *Deus é inocente* a imprensa, não. São Paulo: Editora Globo, 2002, p. 130.

⁶³ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965. p. 11.

⁶⁴ (EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965. p. 746.)

A França antes da Revolução é absolutista e o advento da prensa com tipos móveis enfrenta as barreiras próprias de uma monarquia centralizada no poder do rei⁶⁵. Este é um tempo sem liberdades, e todos os escritos devem passar pela censura prévia. Os que conseguem burlar a censura serão perseguidos pela polícia, e dessa forma o Estado absolutista se afirma. O regime de controle cria suas estratégias e tende a se fechar sempre mais. O que mais impressiona na França são relatos de uma imensa estrutura que durante o império possibilitou a difusão de livros, beneficiou livreiros e autores que tinham regalias e permissão de imprimir criando uma rede de difusão sem precedentes para a época. Livreiros/impressores faziam parte de um comércio promissor. Nesta época, os livros eram parte integrante de heranças, eram citados em testamentos ao lado de bens imóveis e outras relíquias de família. O livro ganha importância ímpar antes da Revolução, porém sua circulação não era livre e os mesmos livreiros que usufruíam dos benefícios cedidos pela coroa, também burlavam a lei para passar livros proibidos, principalmente aqueles que eram tipificados como ‘livros de filosofia’. Neste caso, talvez menos movidos por uma ideologia, e mais interessados pelo lucro que proporcionavam, pois conseguir passar um livro proibido pela fiscalização representava um ganho considerável, uma vez que estes livros eram bem pagos por seus compradores.

Mesmo assim, não é fácil crer que, do século XVI até a Revolução, a censura do que se declarava e escrevia era a política oficial da França, que a existência de uma 'polícia do pensamento' era o estado normal das coisas. Não havia liberdade de imprensa sob o Antigo Regime, porque desde os primeiros dias de seu poder a Coroa estabeleceu a vigilância sobre impressores e livreiros e um mecanismo de controle da disseminação das idéias. Diferentes instrumentos eram empregados para este fim, numa política que se justificava com a multiplicidade de argumentos em que o econômico, e o ideológico sempre se equilibravam perfeitamente: os direitos dos editores

⁶⁵ "O Estado absolutista típico é a França de Luís XIV (1638-1715). Conhecido como o Rei Sol, a ele é atribuída a frase que se torna o emblema do poder absoluto: "O Estado sou eu". Luís XIV atrai a nobreza para o Palácio de Versalhes, perto de Paris, onde vive em clima de luxo inédito na história do Ocidente." (CARMO, Suzana J. de Oliveira *Direitos Humanos - Trajetória no tempo, fragmentos da história*. 29/01/2004. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/x/14/50/1450/>>. Acesso em: 29/10/2006.).

privilegiados de Paris e os valores invioláveis de uma sociedade desigual tinham que ser defendidos. O poder real estendia também sua intervenção às duas extremidades da cadeia que liga os escritores ao seu público: os leitores e os outros autores. Antes da publicação havia um habilidoso exercício da censura, aplicado através de uma política de privilégios seletivos que envolvia inspeção prévia de conteúdo dos manuscritos e a recompensa aos editores que, em troca da sua cooperação com a ordem estabelecida, desfrutavam as vantagens do monopólio. Após a publicação, cabia à polícia exercer o controle.⁶⁶

Pesquisas mostram que em 1750 os leitores consumiam 3500 edições e 150 periódicos por ano. Em Paris, não só os ricos ocupavam-se da leitura de livros e aos poucos as salas de leitura, *saloons* e bibliotecas públicas popularizavam-se. O maior número de leitores não significava a mudança do regime. Ainda demorou um pouco para que se pudesse fugir da censura prévia sem que isso fosse prenúncio de perseguição e prisão. Esta foi uma conquista lenta, produzida por ataques à estrutura absolutista por muitos lados, criando na história o sabor e o gosto pela liberdade ao mesmo tempo.

A França antes da Revolução é o próprio caldeirão em ebulição. Talvez não se possa aferir como os livros fizeram parte integrante desse processo e foram seu combustível. Porém é possível afirmar que o interesse pela leitura, pelas idéias transmitidas pela palavra impressa ganharam respeito em todo esse processo vivido pelos franceses nesta época. O marco mais significativo do valor alcançado pela palavra impressa nesta época é o fato de a própria Declaração dos Direitos do Homem destacar a *liberdade de imprensa* como a mais importante das

⁶⁶ DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (org.). *Revolução impressa: a Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996. p. 21

liberdades humanas⁶⁷. A mobilização anterior à revolução foi fundamental para dar o devido valor a *liberdade de imprensa*. Em 1789 a *liberdade de imprensa* torna-se um fato e concretiza-se em letra de lei. É incluída na Declaração dos Direitos do Homem e ganha o mundo, sobrevivendo a mais diversas tentativas de submissão⁶⁸. A *liberdade de imprensa* na França assume condições que se destacam, uma vez que as prensas já eram suportadas pelo antigo regime e em torno desse fato foi construída toda uma super-estrutura de censura prévia e polícia. Em pouco tempo toda esta estrutura perde seu sentido.

Entre 1789 e 1793 toda a infra-estrutura legal e institucional da edição no Antigo Regime entrou em colapso. As objeções aos privilégios e a declaração da liberdade de imprensa acabaram com os monopólios que as proeminentes elites culturais francesas tiveram sobre os meios de produzir e disseminar idéias através da palavra escrita, isto é, das gráficas e das livrarias. Os membros da velha corporação também testemunharam uma contestação irreversível dos seus privilégios exclusivos de publicação da herança literária da França.⁶⁹

Dessa forma a *liberdade de imprensa* repercute em toda a estrutura da sociedade francesa. A França assiste um rápido aumento da atividade gráfica: multiplicam-se os jornais ao mesmo tempo que os antigos editores e livreiros reclamam que as novas liberdades inviabilizaram seus negócios. Os novos jornais têm como foco principal a relação do povo com os

⁶⁷ A Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão (1789) afirma: 'Os homens nascem livres e iguais em direitos' e que, 'A livre comunicação dos pensamentos e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do Homem, e todo o cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na Lei'. Sílvio Henrique. *Imprensa e Censura: As ameaças ao Direito à Informação*. 1999. 97 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1999. p. 8.

⁶⁸ "Escritores como Mirabeau e M.J. Chénier clamavam por uma liberdade de imprensa irrestrita, e a barragem de panfletos no começo de 1789 tornara essa liberdade *de facto*. Em poucos meses os temidos parlamentos eram varridos para sempre. O princípio da imprensa livre, afirmado no artigo 11 da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, foi gravado na lei. E iria sobreviver à Restauração, a dois Napoleões e aos regimes totalitários do século XX.." (DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (org.). *Revolução impressa: A Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996. p. 96).

⁶⁹ DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (org.). *Revolução impressa: A Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996. p. 114.

políticos. Fazem esta atividade das mais diversas formas, da mais didática até a tentativa de relatar as atividades dos políticos como uma ata de suas reuniões.

O mais importante, porém, para este trabalho, é perceber que antes da Revolução tudo o que era escrito deveria passar antes pela censura prévia da coroa. Com a declaração da *liberdade de imprensa* a relação com o poder transforma-se. O poder que antes vigiava e censurava passa a ser vigiado pela imprensa. Os jornais ganham o espaço de grande importância para as atividades políticas e para a formação do estado francês.

Poucos entre os líderes revolucionários perceberam o inteiro significado da 'necessidade de tornar a imprensa, e em especial os periódicos políticos, livres desse momento em diante', como o futuro jornalista e político J.-P. Brissot colocou no título de um panfleto publicado em junho de 1789. Para Brissot, a liberdade de imprensa não era apenas um aspecto de um programa de reformas mais amplo: A imprensa era o único meio de instituir a soberania popular num país grande demais para copiar as instituições das cidades-estado clássicas como Atenas e Roma. Os jornais iriam permitir a condução do debate público numa escala nacional, iriam tornar possível a transmissão contínua das opiniões do público para seus representantes eleitos, e iriam possibilitar o esclarecimento dos eleitores por parte dos líderes intelectuais: 'Pode-se ensinar a mesma verdade no mesmo momento para milhões de pessoas; através da imprensa, elas a discutirão sem tumulto, decidirão com calma e darão sua opinião.'⁷⁰

Outros países ainda poderiam ser enumerados aqui. Estes foram escolhidos ou pela influência direta que tiveram no jornalismo brasileiro ou por sua proximidade com as idéias nascentes de *liberdade de imprensa*. É um recorte reduzido da história, mas significativo para o tema neste trabalho. A diferença de enfoques em cada um dos países estudados demonstra também a diversidade das culturas, mas são unânimes no espaço ocupado pela *liberdade de imprensa*: entre o poder e povo. É neste espaço de conflito de interesses que encontra-se a *liberdade de imprensa*, cerceada pelo poder monárquico, autoritário do rei, desejada pelo povo

⁷⁰ DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (org.). *Revolução impressa: A Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996. p. 199.

ansioso por seus direitos e por conhecer as mazelas do poder que lhe rouba o pão e o trabalho.

Ainda haveria muito a contar na história da imprensa francesa, mas acredito que até aqui já se resgatou o material necessário para este trabalho. Com um grande salto, chegamos no século XXI, para perceber que os principais jornais franceses em dificuldades financeiras sendo vendidos ou abrindo seu capital para novos empresários dos mais diversos setores, inclusive da indústria bélica

Em crise, ‘Libération’, ‘Monde’, e ‘Figaro’ se abrem a investidores; jornalistas vêem ameaça à independência e mercado aplaude.

Em um sinal da situação desesperada a que chegaram os jornais nacionais franceses, o “Libération”, diário contestador, está envolvido em negociações detalhadas para vender participação acionária controladora a um aristocrata da dinastia de banqueiros Rothschild. (...) Os cortes começaram no “Figaro”, diário conservador vendido no terceiro trimestre a Serge Dassault, presidente honorário do conselho da Dassault Aviation, produtora do caça Mirage. (...) Nesse clima de desânimo, a elite francesa decidiu ampliar seu domínio sobre o setor de jornais. Não foram apenas os Rothschild e Dassault que aproveitaram a oportunidade para assumir o controle de um título nacional colhendo a influência e o prestígio que disso derivam. Arnaud Lagardère que produz de revistas a mísseis, está de olho no “Monde” e pode em breve se tornar o maior acionista.⁷¹

A *liberdade de imprensa* foi um enorme passo para a formação das futuras democracias. Os jornais destacaram-se neste processo. Porém, os próprios jornais buscaram novos rumos na história:

No começo de sua história, até o final do século XVIII, a imprensa era organizada como empresa artesanal, mais preocupada com a divulgação de notícias e com o eventual engajamento nas grandes lutas políticas que consolidaram o regime burguês. Já no início do século XIX, o estabelecimento do Estado burguês de direito e a legalização de uma esfera pública, na Inglaterra, na França e nos Estados Unidos, fizeram com que a imprensa começasse a abandonar suas características 'politizadoras' para se voltar, cada vez mais,

⁷¹ JOHNSON, Jo. Industriais comprem jornais franceses. *Folha de S.Paulo*, 25 dez. 2004, Dinheiro, p. B7. Ver no ANEXO D (p. 212) íntegra da matéria do jornal *Folha de S. Paulo*, que apresenta detalhes da situação dos jornais franceses.

para os negócios. Os jornais passaram a publicar anúncios, que, com o tempo, tornaram-se a parte mais importante de suas receitas.⁷²

Resguardar o espaço combativo e criativo da *liberdade de imprensa* é fundamental para evitar seu desgaste e o uso de sua força em benefício dos interesses particulares dos empresários e de suas empresas. Dada a importância da *liberdade de imprensa* para a sustentação da democracia, o uso indiscriminado do conceito tem sido questionado por aqueles que percebem, nessa atitude, um risco definitivo para a credibilidade da imprensa. A história da imprensa no Ocidente está repleta desses exemplos.

⁷² ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnlismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. p. 58.

1.3 - Brasil e sua história da liberdade de imprensa

O Brasil colonial, ao contrário de alguns de seus vizinhos na América Latina, não tinha universidade. Era também um dos únicos países do mundo, excetuados os da África e da Ásia, que não produzia palavra impressa. Até 1808, data da chegada de D. João VI, as letras impressas eram proibidas aqui. As poucas tentativas de se estabelecerem tipografias esbarraram na intransigência das autoridades portuguesas.⁷³

A *liberdade de imprensa* não esteve sempre presente nos quase 200 anos de história da imprensa no Brasil. Nos primeiros anos, ainda colônia, é fácil de perceber as relações de poder que impunham à imprensa, nascente e tardia, os mesmo rigores que a coroa impunha em Portugal. Mais que isso, a prensa com tipos móveis, que ‘nasceu’ na mesma época que o Brasil para o mundo ocidental, só aportou por aqui 300 anos depois⁷⁴, quando na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina, os países e colônias já somavam algumas dezenas de anos de história de sua imprensa. Na Inglaterra, o vapor já movimentava a prensa em maior velocidade. Os jornais exigiam rapidez e as tiragens aumentavam enquanto por aqui, aportava a primeira prensa na bagagem do rei D. João VI, foragido das investidas bonapartistas.

Não entraremos no debate se o primeiro periódico do Brasil foi o *Correio Braziliense* de Hipólito da Costa, impresso em Londres, ou a *Gazeta do Rio de Janeiro* publicado no Rio de Janeiro. Interessa-nos perceber que, em solo brasileiro, não havia neste momento *liberdade de imprensa*. Hipólito fazia seu jornal em Londres para fugir aos rigores da lei impostos pela

⁷³ LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. p. 7.

⁷⁴ Consta que em 1706 e 1746 foram instaladas pequenas tipografias em terras brasileiras, em Recife e Rio de Janeiro respectivamente. Rapidamente a coroa agiu mandando seqüestrar as letras e queimar as prensas. 'Mandou a corte aboli-la e queimá-la, para não propagar idéias que podiam ser contrárias ao interesse do Estado' (SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 16-17).

coroa portuguesa em todas as suas colônias, e a *Gazeta do Rio de Janeiro* nada mais é do que o propagador dos atos oficiais do reino⁷⁵ que agora se estabelecia no Brasil.

Estavam, em Portugal, sujeitos os livros a três censuras: a episcopal, ou do Ordinário, a da Inquisição, e a Régia, exercida pelo Desembargo do Paço, desde 1576, cuja superioridade firmava-se nas Ordenações Filipinas, que proibiam a impressão de qualquer obra 'sem primeiro ser vista e examinada pelos desembargadores do Paço, depois de vista e aprovada pelos oficiais do Santo Ofício da Inquisição'. A partir de 1624, os livros dependiam das autoridades civis para serem impressos, isto é, das autoridades reconhecidas pelo Estado, entre as quais, para esse fim estavam as da Igreja; mas dependiam ainda, para circularem, da Cúria Romana. Pombal, em 1768, encerrou esse regime, substituindo-o pelo da Real Mesa Censória, que vigorou até 1787. Ora, se na metrópole feudal essas eram as condições, fácil é calcular quais seriam as que imperavam na colônia escravista, particularmente depois do advento da mineração, com o arroxo que deu à clausura.⁷⁶

Passado o impacto do início tardio nas artes gráficas, a *liberdade de imprensa* terá caminhos sinuosos em terras brasileiras. "Duas fases, todavia, revelaram-se mais infensas à *liberdade de imprensa*: um trecho do Primeiro Reinado, entre 1823 e 1829 e a Regência, desde 1831 até 1836. A imprensa de oposição desapareceu, ou se manteve com dificuldades em meio de atentados."⁷⁷ Barbosa Lima Sobrinho historia ainda as iniciativas para fazer a lei de imprensa em 1922, quase sempre acompanhadas da idéia de restringir a liberdade ou ao menos dificultar a atividade jornalística. Não é o caso de enumerar e avaliar a variedade de jor-

⁷⁵ "Jornal oficial, feito na imprensa oficial, nada nele constituía atrativo para o público, nem essa era a preocupação dos que o faziam, como a dos que o haviam criado. Armitage situou bem o que era a *Gazeta do Rio de Janeiro*: 'Por meio dela só se informava ao público, com toda a fidelidade do estado de saúde de todos os príncipes da Europa e, de quando em quando, as suas páginas eram ilustradas com alguns documentos de ofício, notícias dos dias natalícios, odes e panegíricos da família reinante. Não se manchavam essas páginas com as efervescências da democracia, nem com a exposição de agravos. A julgar-se do Brasil pelo seu único periódico, devia ser considerado um paraíso terrestre, onde nunca se tinha expressado um só queixume'." (SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 20).

⁷⁶ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 9.

⁷⁷ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 133.

nais que marcaram nossa história. Outros autores já o fizeram com grande maestria⁷⁸. Estes jornais tiveram grande importância na história do Brasil e na formação do Estado brasileiro. Em todos estes períodos a *liberdade de imprensa* enfrentou ou os percalços da lei, ou o jogo dos interesses que faziam das páginas do jornal espaço de negociação e mesa de trocas.

No Brasil, a abolição efetiva da censura prévia data de 1821, disposta em decreto de 28 de agosto desse ano, em virtude do qual se regulava a responsabilidade dos autores ou editores, ou, em falta destes, dos impressores, pelos abusos cometidos. A 1º de setembro de 1821 a junta diretora da imprensa régia publicava uma declaração, dizendo que não se fizessem nas oficinas régias manuscritos ou impressos que não viessem assinados pelo autor ou editor, sendo o nome reconhecido por tabelião público. Era a condenação formal e categórica do anonimato.⁷⁹

A acomodação do estado brasileiro em suas fases distintas produziu leis diversas na tentativas de reger as relações da imprensa e a difícil compreensão de sua liberdade. Já no império, o decreto de 18 de julho de 1822 tentava organizar estas relações. Vieram ainda as leis 4.743/1923, o Decreto 24.776/1934 após a Constituição de 34. A lei 2083/1953, mais democrática, inspirada na Constituição de 46 e após o golpe de 64 a Lei 5.250/67. Desde 1991 tramita no Congresso nova Lei de imprensa.⁸⁰ Por sua vez, a Associação Nacional de Jornais (ANJ), em suas atividades em defesa da *liberdade de imprensa* afirma-se na Constituição de 1988.

A ANJ tem como instrumentos norteadores de sua ação no campo da liberdade de imprensa no Brasil a Constituição Federal de 1988, o seu Estatuto Social, o seu Código de Ética, as decisões da sua Diretoria e os objeti-

⁷⁸ Ver: BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica: História da imprensa brasileira*. 4. ed. rev. amp. 1991. 445p. SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. 500p.

⁷⁹ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 123.

⁸⁰ Sílvio Henrique Vieira Barbosa, em Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, discute os aspectos jurídicos das Leis de Imprensa e da Censura, aponta para a importância da eficácia da lei para reger as relações em conflito de forma que o cidadão seja respeitado sem que haja a necessidade de censura prévia, banida dos países democráticos. Ver VIEIRA BARBOSA, Sílvio Henrique. *Imprensa e Censura: As ameaças ao Direito à Informação*. 1999. 97 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1999.

vos do seu Comitê de Liberdade de Expressão, além dos princípios da Declaração de Chapultepec, da qual o Brasil é signatário desde 1996, e da parceria institucional com a World Association of Newspapers (WAN), da qual é associada desde 1988.⁸¹

Barbosa Lima Sobrinho debruçou-se amplamente sobre o assunto. No capítulo *Nosso Regime Legal*, no livro “O problema da Imprensa”, Lima Sobrinho afirma que, em matéria de legislação de imprensa, o Brasil iniciou com a censura prévia. O decreto de 2 de março 1821, que suprimia a censura prévia, tinha efeito apenas para manuscritos, os censores continuavam ocupando-se dos impressos e os livros podiam ser proibidos, quando neles se encontrasse “alguma coisa contra a religião, a moral e bons costumes, contra a Constituição e pessoa do soberano, ou contra a pública tranqüilidade”.⁸² No mesmo ano, em 28 de agosto, se dá a abolição da censura prévia. Mas, em 18 de junho de 1822, novo decreto proíbe o anonimato e dá regras para formação de júri e julgamento dos delitos da imprensa. A primeira Constituinte brasileira, 1823, não votou leis, mas aparentemente ampliava o conceito de *liberdade de imprensa*.⁸³ Um projeto de lei de imprensa chegou a ser apresentado pelo deputado Augusto Xavier de Carvalho, porém a comissão de legislação desenvolve projeto com 46 artigos que D. Pedro transforma em lei, por decreto, em 22 de novembro de 1823. O projeto definia novas regras para o julgamento detalhava os valores das multas. Enumerava, em sistema de cascata, os envolvidos com a impressão do material que eram alvo da justiça. “A responsabilidade era do autor, ou tradutor, e, na falta desses, do impressor, obrigado a gravar seu nome nos impressos que estampasse”. Aos delitos já estavam definidos, no decreto, as respectivas penas que

⁸¹ *LIBERDADE de Expressão - Atividades - 2002/2004*. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/?q=node/110>>. Acesso em: 13/12/2006

⁸² Ver LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p.122

⁸³ “O projeto de Constituição dispunha, no artigo 13, que os escritores não são sujeitos à censura, nem antes, nem depois de impressos, e ninguém é responsável pelo que estiver escrito publicado, salvo nos casos pelo modo que a lei apontar’ (LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 123).

iam dos 10 anos de degredo à três meses de prisão. Incidia ainda, em quase todos os casos multas que iam de 1:000\$000 (hum conto de réis) a 50\$000 (cinquenta mil réis)⁸⁴. Os delitos enumerados eram: incitamento à rebelião, ataques à forma de governo adotada pela nação; injúrias contra a Assembléia Nacional, ou o chefe do executivo; provocação de desobediência às leis, ou autoridades (até aqui penas de degredo + multa). Delitos contra a religião cristã e delitos contra a moral cristã; imputação de fatos delituosos a empregados públicos, em razão do seu ofício, se os não provar; calúnias contra particulares (prisão + multa); injúrias contra particulares, multa de 50\$000 (cinquenta mil réis). Havia aspectos interessantes nesta disposição de delitos e penalidades. Por exemplo: os delitos contra a moral cristã eram punidos com a metade da pena e valor de multa dos delitos contra a religião cristã. Os delitos contra empregados públicos tinham a maior multa, podendo chegar até 1:000\$000 (Hum conto de réis), e dependia da qualidade da calúnia, do emprego do caluniado e das posses do caluniador. Essa lei permaneceu até 1830. Ato de 20 de setembro deste ano estabelece na nova lei novas penalidades, multas, e o júri foi subdividido em júri de acusação e de julgamento. Mantém grande semelhança na qualidade dos delitos e reafirma o regime de responsabilidades que agora pode chegar até o vendedor.

No regime das responsabilidades, preferira-se a sucessiva ou *per cascades*, atingindo primeiro o impressor, depois o editor, por fim o autor e ainda o vendedor, quando se ignorasse o impressor. Cada um deles só se eximia de suas responsabilidades apresentando o mais responsável na escada da lei, até chegar ao autor, que não poderia fugir a responder pelos seus trabalhos.⁸⁵

O Código Criminal, publicado em 16 de dezembro, assume parte do conteúdo do decreto. Mais um personagem é acrescentado no regime de responsabilidade *per cascades*, “a-

⁸⁴ Para melhor compreensão sobre os valores monetários da época, ver tabela no ANEXO E (p. 217).

⁸⁵ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 125.

quele que comunicasse por mais quinze pessoas os escritos” caso não indicasse o autor e provasse que este sabia da divulgação de seu texto. Penas e multas foram modificadas. Em parte abrandadas em relação ao decreto que precedeu o Código. Destaca-se porém que as penas para atos de calúnia e injúria tornaram-se mais severas.

O Código Penal de 1890 registra a mesma lógica que já vinha se estabelecendo para os delitos de imprensa: conserva as penalidades para os delitos contra privados e reduz para os demais. De certa forma o código não dá maior destaque para imprensa, que aparece em artigos dispersos mas agrupa os seus delitos em: provocação de conspiração e resistência à lei, calúnia e injúria. Destaca-se, como diferença das leis anteriores, o regime de *per cascades*, que é abandonado. O Código assume o regime solidário, no qual o ofendido pode processar todos os responsáveis ou usar seu direito de opção.⁸⁶ Os receios com o comunismo e abusos na campanha eleitoral geraram o decreto 4.269 de 17 de janeiro de 1923 e a nova Lei de Imprensa (4.743 de 31 de outubro de 1923), chamada de "Lei Contra a Imprensa" por Evaristo de Moraes “com 37 artigos trazia a prisão especial para os jornalistas infratores. Sobretudo, preocupava-se com as responsabilidades, as penas e com o processo”.⁸⁷ É possível enumerar ainda algumas mudanças de rumo para *liberdade de imprensa* no embalo da situação política do País. Terão seqüência a Revolução de 30, donde se tem a lei 24.776 de 14 de julho de 1934, mais liberal, mas logo substituída pelo Estado Novo e este seguido pela lei 2.083 de 12 de novembro de 1953, com o retorno do regime democrático, “que foi considerada retrógrada

⁸⁶ Lima Sobrinho detalha as questões judiciais que se interpõem na diferença dos dois conceitos. Não vem ao caso entrarmos em tais debates, pois interessa-nos dar um pano de fundo da história e numa visão horizontal perceber os caminhos da liberdade de imprensa no Brasil.

⁸⁷ LANER, Vinícius Ferreira. A lei de imprensa no Brasil. Jus Navigandi, Teresina, ano 5, n. 48, dez. 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=146>>. Acesso em: 13 dez. 2006.

por sua estrutura técnica, defeituosa na sua redação, imprecisa nas suas especificações e por não contemplar os meios eletrônicos de comunicação”⁸⁸. A lei 5.250 de 9 de fevereiro de 1967, elaborada durante o regime militar, continua em vigor no País, apesar das diversas tentativas de se votar nova lei desde 1992 em tramitação em Brasília.

É importante salientar que o regime militar impôs, logo após a aprovação da Lei de imprensa, novas e pesadas restrições à atuação dos jornalistas e das empresas. Isso ocorreu com a ampliação das penas dos delitos de imprensa pela Lei de Segurança Nacional. Completou-se o cerco no período da vigência do Ato Institucional nº. 5, que vigorou de 13 de dezembro de 1968 a 31 de dezembro de 1978, e outorgava plenos poderes ao Executivo. Na época da repressão ao Direito à Informação, existia a figura do censor que marcava toda a inexistência de liberdade de expressão. O censor era o grande incômodo das redações e tinha autoridade para decidir o que podia e o que não podia ser publicado. O tempo foi passando e a lei autoritária ficou exatamente como estava. Hoje representa a última lei com conteúdo ditatorial. Essa desatualização cria graves prejuízos aos interesses públicos, pois não aplica os dispositivos da Constituição e atrasa o processo de democratização dos meios de comunicação. Como resultado prolifera-se a impunidade e o Direito à Informação não normatizado.⁸⁹

O período iniciado com o golpe militar de 64 e de forma mais incisiva com o Ato Institucional nº. 5, é a época de maior restrição à *liberdade de imprensa* em nossa história recente. Assumindo como método a censura prévia, a violência, a tortura e o assassinato de jornalistas o regime militar escreveu uma das piores páginas da história da imprensa no Brasil. Muitos autores escreveram capítulos sobre estes longos anos. Destaco o trabalho de Beatriz Kushnir que em seu livro, “Cães de Guarda: *Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1989*”⁹⁰, faz um trabalho minucioso e inteligente sobre a época, com riqueza de datas, fatos e

⁸⁸ LANER, Vinícius Ferreira. A lei de imprensa no Brasil. Jus Navigandi, Teresina, ano 5, n. 48, dez. 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=146>>. Acesso em: 13 dez. 2006.

⁸⁹ LANER, Vinícius Ferreira. A lei de imprensa no Brasil. Jus Navigandi, Teresina, ano 5, n. 48, dez. 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=146>>. Acesso em: 13 dez. 2006.

⁹⁰ KUSHNIR, Beatriz. *Cães de Guarda: Jornalistas e censores do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004. 402p.

detalhes dos “anos de chumbo”. Beatriz documentou e registrou as relações nas redações, as intervenções, prisões e mortes. Mostra ainda os caminhos da autocensura e os passos de jornalistas que colaboraram com o regime, definindo que esta foi uma época muito mais complexa do que uma história com dois lados apenas, militares de um e imprensa de outro.

Relatar os fatos que marcaram os 20 anos de golpe militar e aprofundar-se nos efeitos da censura em nossa história foi sempre um dos pontos de distensão deste trabalho, desde o início de sua pesquisa. Talvez pelo tênue divisor de águas que separa o conceito de censura da *liberdade de imprensa*. A censura é a negação maior da *liberdade de imprensa*. Ao decidir não detalhar as ações destes 20 anos está a consciente opção por não fugir do núcleo de nosso trabalho. Porém é necessário deixar registrado este período que marcou profundamente a história do Brasil e do nosso jornalismo.

Feito isso, é preciso retornar ao âmago de nossa questão. Há motivos para se ter feito, até aqui, ampla recuperação histórica da evolução do conceito de *liberdade de imprensa*. Compreendo que a *liberdade de imprensa* não significa, neste caso, só ato de liberdade humana, mas um conceito de estruturação da sociedade capaz de assegurar as garantias de qualidade de vida e direitos do cidadão por um lado e a reta organização da democracia por outro. Bem se sabe que a *liberdade de imprensa*, como uma ação de liberdade humana, não é pouca coisa e não pode ser desprezada. É errada a leitura que entenda o advérbio *só* antes de *ato de liberdade humana* – na frase anterior –, com conotação depreciativa ou diminutiva. Não é a intenção. Nesse caso o que se deseja é justamente transportar o pensamento para o espaço ampliado da reflexão, onde *liberdade de imprensa* carrega em seu bojo o peso de cinco séculos de existência, o sangue de mártires, o peso da mão de imperadores e Papas, a violência das

armas e a capacidade ímpar do ser humano de criar significados para sua existência e história. É a partir da história que foi possível perceber que o conceito de *liberdade de imprensa* tem que estar dentro da dinâmica da história e tem que ser dinâmico, jamais perdendo o foco das relações de poder onde se insere.

O problema que se coloca, com a criação da prensa com tipos móveis, em 1446, é o fato de ela possibilitar ao cidadão comum multiplicar e levar para muitas pessoas as suas idéias, e fazer isso por desejo e inspiração própria. Uma vez impressos, os papéis como que têm vida própria, espalham-se, de mão em mão, como se fossem um vírus. Tal ação é inconcebível em regimes totalitários onde o rei tem direitos de vida e morte sobre seus súditos. A única maneira de impedir tal afronta ao poder instituído era impedir que a impressão se fizesse. Portanto, impedir que a prensa existisse, ou só deixar imprimir aquilo que o rei permitisse. Dessa forma equilibrava-se novamente as estruturas de poder, pois, ainda que a idéia não fosse do rei, ela só seria impressa e distribuída com a permissão do rei. Para que isso acontecesse criou-se as estruturas de censura prévia, como grandes redes de extensão do poder do rei de decidir e permitir o que podia ou não ser impresso. Nesse primeiro momento não é exatamente a liberdade que está em jogo. É o poder do rei que não deve ser desrespeitado. Em última instância o que está em jogo é o poder, e, em uma sociedade monárquica, não há dúvidas, quem detém o poder é o rei que o recebeu por dinastia ou pela força de seus exércitos. Não havia por quê se falar em *liberdade de imprensa* enquanto todos aceitavam pacificamente esta estrutura da sociedade

Pela própria evolução da história da humanidade, o conseqüente declínio do poder monárquico, e o início de novas tentativas de organização da sociedade passam a questionar o poder onipresente e onipotente do rei. A geração desses questionamentos encontra força de divulgação na potencialidade da impressão da palavra escrita e sua capacidade de divulgação

das novas idéias. Mas como fazer isso, se para imprimir era necessário pedir licença para a coroa? Os novos tempos passam a exigir a *liberdade de imprensa*, livre da fiscalização prévia que tudo lia antes de o texto ser impresso, e tinha poderes de censurar tudo o que pudesse denegrir a imagem real ou reduzir o seu poder. Era necessário fugir da censura prévia exercida pelo rei, ou por seus soldados, para organizar a sociedade diferente do regime monárquico e divulgar novas idéias. Ganha volume e importância a idéia da *liberdade de imprensa*. Neste momento, ainda como mais uma liberdade entre as outras liberdades que passam a ser disputadas nesta época. Aos poucos a liberdade associa-se à democracia e ao capitalismo e são apresentados como os novos rumos da humanidade em busca da felicidade. Em pouco tempo se percebeu que democracia não era sinônimo de fim do autoritarismo e que o capitalismo era apenas uma das maneiras de organizar a sociedade. Porém, para que funcionasse o regime de trocas e lucros era necessária a liberdade. Para evitar o retorno a qualquer tipo de absolutismo, era necessário resguardar a *liberdade de imprensa* e esta passa a figurar como um dos pilares da democracia, não pela sua força, como mais um poder ao lado do legislativo, do judiciário e do executivo, mas pela sua grande capacidade de se colocar *entre* o poder estabelecido e o cidadão. Não como uma barreira que separa o poder do cidadão, mas como um catalisador capaz de fazer com que o poder jamais esqueça de sua função. Função de serviço: na construção da sociedade, no respeito aos direitos do cidadão e, por fim, na estruturação e na adequação do estado-nação para todos os cidadãos sob os princípios da justiça e da igualdade. Ao mesmo tempo que, ao informar as ações do poder instituído, lembra ao cidadão a qualidade de seus direitos e deveres com o estado-nação. Lembra ao cidadão que está entre os seus deveres impedir que aqueles que ocupam o poder ajam em desrespeito aos direitos do povo. Resguardar a força e dinâmica dessas relações é imprescindível para entender o conceito de *liberdade de imprensa* dentro da história humana e assim poder identificar a necessidade de sua evolução. Os pólos que dinamizam o conceito são o poder e a cidadania. Ao se perder de vista o espaço

focal de onde se concentra um destes dois pólos – *quem é o poder? Quais as necessidades da cidadania?* –, o conceito de *liberdade de imprensa*, que se situa dinamicamente entre eles, perde seu sentido de ser e vira rótulo, competente apenas para vender jornal.

A liberdade de imprensa, 'como de resto qualquer outra concepção - escreveria um ensaísta - requer uma adaptação contínua às necessidades sociais emergentes, sob pena de se transformar na negação de si mesma e numa simples ideologia de dominação'.⁹¹

⁹¹ Luciano Martins: "O problema da liberdade de imprensa", in *o Semanário*, Rio, 16 de novembro de 1963 in SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 443

2 CONJUNTURA ATUAL

A imprensa, realmente, torna-se o contrário do que era, e particularmente do que deveria ser, na medida em que se desenvolve, na sociedade capitalista. O jornal é menos livre quanto maior como empresa.⁹²

O liberalismo, que teve como seu principal teórico Adam Smith (1723 - 1790) com sua obra *A riqueza das Nações* (1776)⁹³, deixou as bases do neoliberalismo. O liberalismo ficou por longo tempo adormecido, para despertar com toda a sua energia na segunda metade do século XX. Algumas das características do liberalismo, assumidos pelo neoliberalismo, repercutem diretamente em nossa reflexão sobre *liberdade de imprensa*. Baseando-se no discurso da liberdade busca restringir o poder do Estado e desloca este poder para as empresas privadas. O liberalismo

prega a necessidade de desregular e privatizar as atividades econômicas, reduzindo o Estado a funções definidas, que delimitassem apenas parâmetros bastante gerais para as atividades livres dos agentes econômicos. São três as funções do governo na argumentação de Smith: a manutenção da segurança interna e externa, a garantia da propriedade e dos contratos e a responsabilidade por serviços essenciais de utilidade pública. Segundo a doutrina liberal a procura do lucro e a motivação do interesses próprios são inclinações fundamentais da natureza humana.⁹⁴

No pensamento de Smith prepara-se o Estado para estar a serviço da empresa. A segurança é fundamental para o comércio. Outro grande quesito, que também tem a ver com segurança, refere-se a garantia dos contratos. A quebra dos contratos e o risco do desrespeito à

⁹² SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 443

⁹³ Escolhi alguns trechos do capítulo 4: “A ética da economia capitalista” do livro *O amor e as paixões* de Júlio de Santa Ana, que acredito, resume com competência o desenrolar das idéias e da história que antecederam o neoliberalismo. Ver ANEXO F (p. 219).

⁹⁴ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: de onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 13-14.

propriedade privada eliminam qualquer possibilidade de ação comercial. Smith propõe que a mão invisível do mercado é mais competente para reger as riquezas e as relações do que a viscosa mão visível do poder político.

No século XIX muitos países assumiram posições opostas à doutrina liberal. No início do século XX os países enveredavam pelo “consenso keynesiano” mais transparente nas ações da New Deal americano e do Estado de bem-estar europeu. Estabelecia-se a convivência do capitalismo com um forte setor público, políticas de renda, seguridade social e negociações. O Estado colocava-se como controlador da atividade econômica, do emprego com instrumentos como política monetária, taxas de juros e gastos públicos. Estava em curso “um novo mundo político, marcado pela negociação entre corporações empresariais e proletárias, intermediadas e institucionalizadas pelo poder público. [...] Processava-se um novo modo de funcionamento para as democracias de massa do Ocidente”.⁹⁵ A Comissão Econômica para a América Latina (Cepal) tinha funções semelhantes no Continente. Por aqui destacavam-se nomes como Celso Furtado e Raul Prebisch. Nesta época, os pensadores neoliberais eram vistos como excêntricos e sem futuro. A partir dos anos 70 diversas mudanças conduzem o mundo para outros rumos: o dólar deixa de ter conversão automática em ouro, primeira *estagnação* em 1974 (inflação alta e estagnação), cresce o mercado financeiro paralelo (comércio de ações, de títulos públicos, de divisas, as formas de riqueza intangível e líquida do capitalismo de papel)⁹⁶

Vale a pena lembrar um evento que iria antecipar algumas das bandeiras importantes do renascer neoliberal. Em 1975, os documentos da chamada Comissão Trilateral alertavam para um problema fundamentalmente político:

⁹⁵ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?* São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 31.

⁹⁶ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?* São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 30-32

a sobrecarga do Estado levava à ingovernabilidade das democracias. Para esse impasse, autores como Samuel Huntington, Daniel Bell, Irving Kristol e Zbigniew Brzezinski enunciavam um receituário inflexível: era preciso limitar a participação política, distanciar a sociedade e o sistema político, subtrair as decisões administrativas ao controle político.

Desse modo, a quarentena dos neoliberais começou a romper-se decididamente na metade dos anos 70. Logo em seguida, líderes partidários alinhados com programas neoliberais conquistaram governos de importantes países: em 1979, Margaret Thatcher, na Inglaterra; em 1980, Reagan nos EUA; em 1982, Helmut Kohl, na Alemanha. A rigor porém as primeiras grandes experiências de 'ajuste' neoliberal foram ensaiadas na América Latina: 1973, no Chile, com Pinochet, e em 1976, na Argentina, com o general Videla e o ministério de Martinez de Hoz. Nos anos 80, os programas neoliberais de ajuste econômico foram impostos a países latino-americanos como condição para a renegociação de suas dívidas galopantes. Daí se passou à vigilância e ao efetivo gerenciamento das economias locais pelo Banco Mundial e pelo FMI: 1985, Bolívia; 1988, México, com Salinas de Gotari; 1989, novamente a Argentina, dessa vez com Menen; 1989, Venezuela, com Carlos Andrés Perez; 1990, Fujimori, no Peru. E, desde 1989, o Brasil, de Collor e Cardoso.⁹⁷

É importante perceber que o dado histórico que dá novo vigor ao neoliberalismo é uma ação que busca limitar as ações administrativas e subtraí-la do controle político. Muita coisa estava em jogo na segunda metade do século XX. Não havia como manter as ditaduras e cada vez mais os candidatos populares estavam aproximando-se do poder político, indicados pelo voto das massas. O neoliberalismo organiza-se e impõe ao mundo a sua lógica: privatização das empresas estatais e serviços públicos; “desregulamentar” e criar novas regulamentações afastando o poder público dos empreendimentos privados. O Estado deveria abandonar as atividades produtivas e deixar que a disciplina do mercado fizesse a função regulatória da sociedade. Para que esse receituário fosse aceito iniciou-se algumas atividades, algumas delas organizadas de forma a ganhar grande apelo popular: empresários reclamam dos impostos, políticos conservadores denunciam as políticas distributivas como ineficientes e paternalistas, di-

⁹⁷ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 32-33.

versas áreas do setor público são avaliadas como 'naturalmente' privadas. O Estado deveria sair da maioria das negociações, inclusive daquelas que versavam sobre o preço dos aluguéis, das escolas, faculdades ou planos de saúde. Se o liberalismo ainda deixava uma reserva de atividades como função do estado, no neoliberalismo nem mesmo este espaço é reconhecido como sua função. Também são alvo da privatização as atividades sociais (educação, saúde, previdência e outros).

Com os novos produtos financeiros globalizados, emergiria um novo gerente das políticas nacionais, isto é uma nova soberania, que se sobrepõe às soberanias nacionais outrora constituídas por processos eletivos. Lembremos que esses 'antigos' processos são qualificados pelos neoliberais como corrompidos, viciados, demasiadamente submetidos aos impulsos imediatistas e ressentidos das massas votantes, à chantagem do sufrágio universal enfim - o sufrágio contra o qual o liberalismo sempre lutou denodadamente em todos os cantos do mundo. A mundialização financeira, já absolutamente firmada no final dos anos 70, determinaria as chacoalhadas neoliberais dos anos 80. A generalização dos mercados financeiros, a nova ordem espontânea, subtrai dos governos nacionais grande parte de seu poder, como a liberdade de cunhar moeda e criar dívida pública. Decreta-se, com festa e regozijo, o fim da ilusão monetária e dos projetos de desenvolvimento nacional. Os grandes credores e detentores de liquidez - aquilo que se reverencia misteriosamente como 'o mercado' - têm agora instrumentos para castigar países 'abusados' e irresponsáveis, aqueles cujos dirigentes 'não fizeram a lição de casa'. A nova integração internacional das finanças, recosturada, revigora o poder de pressão dos financistas sobre as políticas econômicas nacionais. Ficam cada vez mais difíceis as políticas nacionais deliberadamente deficitárias, fundadas na capacidade de emitir 'moedas políticas', moedas sem lastro, visando garantir metas sociais e políticas como pleno emprego e desenvolvimento nacional e reorientar as economias.⁹⁸

Aos poucos o Estado transforma-se num grande condomínio. A principal função do político-zelador, eleito pelo povo, é manter as contas equilibradas, para que o condomínio não fique inadimplente e possa cumprir com o pagamento de suas dívidas.

Estado nacional deixa de ser a fonte única do direito e das regulamentações. Prerrogativas reguladoras (deliberações sobre políticas econômica, monetária, cambial, tributária, etc.) são transferidas para administrações su-

⁹⁸ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 37.

pranacionais, que aparecem como as guardiãs de uma racionalidade superior, imune às perversões, limites e tentações alegadamente presentes nos sistemas políticos identificados com os Estados nacionais.⁹⁹

Destruídas as regulações do Estado nacional as regras passam a ser ditadas pelas organizações multilaterais: G-7, OMC, Banco Mundial, FMI¹⁰⁰. O *espaço de decisão* saía da mão do governo local para ser feito pelos tecnocratas ligados aos países capitalistas centrais que dominam estas organizações. As lutas do movimento popular, dos sindicatos e de outras tantas agremiações sociais e de defesa dos direitos humanos caía por terra. O direito do voto e de influir sobre a organização do Estado, conquistados com tanto esforço, movimentação e até derramamento de sangue, já não tinham mais efeito. O *espaço conquistado* estava esvaziado de poder de decisão, arbitrariamente transferido. Mais uma vez o poder de decisão está inatingível. Com a mundialização, as decisões são tomadas onde nem o voto direto, nem a pressão popular podem influenciar.

Essa situação mereceu um comentário interessante de André Gorz: 'Jamais o capitalismo havia conseguido se emancipar tão completamente do poder político. Mas é preciso acrescentar que os estados que ele ataca são os Estados nacionais. E que ele só consegue dominá-los colocando em cena um Estado supranacional, onipresente, que possui suas próprias instituições, aparelhos e redes [...]. Com o Estado supranacional do capital aparece pela primeira vez um Estado emancipado de toda territorialidade e cujo poder, ainda que se imponha aos estados territorializados a partir de fora, não recria fora deles um outro lugar para a política. Pelo contrário, ele é independente e separado de toda sociedade, situado em um não lugar, a partir do qual ele limita e regulamenta o poder da sociedade de dispor de seu lugar. Sem base social nem constituição política, ele é um puro aparelho que expressa o direito do capital mundializado. Poderes sem sociedade, ele tende a engendrar sociedades sem poder, coloca em crise os Estados, desacredita a política, submete-a às exigências de mobilidade, de 'flexibilidade', de privatização, de desregulamentação, de redução dos gastos públicos, dos custos sociais e dos sa-

⁹⁹ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 38-39.

¹⁰⁰ Ver MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 39

lários, todas essas coisas pretensamente indispensáveis ao livre jogo da lei do mercado.¹⁰¹

É correto dizer que esta é apenas uma parte de todo pensamento neoliberal. Sua atividade é complexa, tem uma lógica bem organizada e trabalhada, e é difícil não acreditar em sua “eficácia” de salvar o mundo. Um discurso bem montado, enfatizado pela comprovação de que qualquer outro caminho significaria grandes perdas construiu um edifício monolítico, o caminho único. Se por um lado os fins não justificam os meios, as premissas denunciam as intenções: se as massas pobre podem votar e eleger seus candidatos, as elites acostumadas com servidão defendem-se para evitar esta afronta¹⁰²:

Cortemos o mal pela raiz, dizem nossos neoliberais. É urgente barrar a vulnerabilidade do mundo político à influência perniciosa das massas pobres, incompetentes, malsucedidas. Em primeiro lugar, reduzindo esse universo político - ou o campo de atividades sobre as quais elas podem influir, desregulamentando, privatizando, emagrecendo o Estado. Em segundo lugar, reduzindo o número de funcionários estatais que estejam submetidos à pressão das massas. Alguns funcionários - os que controlam botões decisivos da política pública, como as finanças e a aplicação da justiça - devem ser protegidos por cordões sanitários que lhes permitam ser mais sensíveis às pressões da Razão, que os nossos neoliberais identificam cada vez mais abertamente com a 'sabedoria' dos mercados financeiros internacionais. E que eles sejam, em contrapartida, menos vulneráveis à voz das urnas e das ruas, inconseqüentes, volúveis e insaciáveis. Em suma, se já não é possível evitar o voto, tratemos de esterilizá-lo. Mas ainda isso é insuficiente. A participação extra-eleitoral das massas também tem de ser limitada - e por isso os processos de 'ajuste' neoliberais golpeiam exemplarmente os sindicatos e associações de defesa dos trabalhadores.¹⁰³

¹⁰¹ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 39-40.

¹⁰² Em tempos passados, só quem tinha posses podia votar. Em passado muito próximo, nas últimas eleições, quando o povo descolou-se do discurso de boa parte da mídia, e elegeu Lula para seu segundo mandato, muitos dos críticos que tomam seus assentos na TV, no Rádio, e nas redações dos jornais foram unânimes em dizer que a grande maioria de pobres era incapaz de escolher com sabedoria seu representante ou estavam ‘comprados’ pela bolsa família, num flagrante ato de tentar reduzir ou desmerecer o voto do pobre.

¹⁰³ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 63.

Estamos diante de um nítido deslocamento do poder. No capítulo anterior destacou-se a importância de manter focados os pólos que dão energia vital para a *liberdade de imprensa* exercer sua função: o poder pelo lado da política, e a cidadania pelo lado do povo, considerando ao lado do povo todos os direitos conquistados em anos de luta para a construção de uma sociedade justa e livre. A *liberdade de imprensa*, enquanto um conceito dinâmico, encontra-se justamente entre o poder e o cidadão, menos como árbitro, mas como cúmplice do cidadão para evitar que o poder se transforme inadvertidamente em um novo absolutismo. Portanto é preciso reajustar o foco e perceber que, no neoliberalismo, o poder desloca-se para o poder econômico com todas as suas organizações e estratégias globais.

É no contexto do globalismo que o liberalismo se transfigura em *neoliberalismo*. (...) São muitas e evidentes as interpretações, as propostas e as reivindicações que se sintetizam na ideologia neoliberal: reforma do estado, desestatização da economia, privatização de empresas produtivas e lucrativas governamentais, abertura de mercados, redução de encargos sociais relativos aos assalariados por parte do poder público e das empresas ou corporações privadas, informatização de processos decisórios, produtivos, de comercialização e outros, busca de qualidade total, intensificação da produtividade e da lucratividade da empresa ou corporação nacional e transnacional. (...) Os principais guardiões dos ideais e das práticas neoliberais em todas as partes do mundo têm sido o Fundo Monetário Internacional (FMI), O Banco Mundial ou Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD) e a Organização Mundial do Comércio (OMC), sendo que esta organização multilateral é a herdeira do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT). Três guardiões dos ideais e das práticas do neoliberalismo; ou a santíssima trindade guardiã do capital em geral, um ente ubíquo, como um deus.¹⁰⁴

¹⁰⁴ IANNI, Octavio. *A era do globalismo*. Campinas: Vozes, p. 217.

2.1 - A liberdade de imprensa e o poder econômico

Definir poder não é coisa fácil. Não poucos filósofos já se debruçaram sobre este assunto desde os gregos, passando por Maquiavel e por Michel Foucault. Não pretendo discutir o conceito de poder, pois isso resultaria em um novo trabalho. Assumo porém o conceito em Foucault que afirma “ser o Poder um tipo de ação, que só tem existência e pode ser definido enquanto exercido”¹⁰⁵. Esta lógica dinâmica do poder apreendida em Foucault identifica-se com o movimento conferido à *liberdade de imprensa* em nossa definição anterior. Tanto o poder como a *liberdade de imprensa* se dão no mundo das relações e estas, além de históricas e culturais, são dinâmicas.

Fixar o Poder em algo é impossível, pois dele só se pode ter ou descrever naquilo que ele não é mais, no seu resultado. Descrivê-lo é apreendê-lo em seus efeitos, porém ele é relação ou relações de relações, fixá-lo é mortificá-lo naquilo que ele não é. O Poder não é uma coisa, mas uma “multiplicidade de correlações de força, que a ninguém pertence, mas que a todos é dado viver, sentir e com ele agir e modificar o presente, re-criando-o.”¹⁰⁶

João Manuel Cardoso de Mello, em prólogo do Livro “Poder e Dinheiro”, ao analisar a reestruturação capitalista que vivemos fala da existência de uma grande concentração do po-

¹⁰⁵ MENEZES COSTA, Danilo Vaz Curado Ribeiro de *A Pulverização do Poder em Foucault: Considerações preliminares acerca do poder e sua nova onto-gênese*. Disponível em: <<http://www.geocities.com/discursus/autores/costa04.html>>. Acesso em: 17/12/2006

¹⁰⁶ MENEZES COSTA, Danilo Vaz Curado Ribeiro de *A Pulverização do Poder em Foucault: Considerações preliminares acerca do poder e sua nova onto-gênese*. Disponível em: <<http://www.geocities.com/discursus/autores/costa04.html>>. Acesso em: 17/12/2006. Em seu trabalho estão citadas as seguintes obras de Foucault: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. - Rio de Janeiro: Graal, 2001; *Vigiar e Punir: O nascimento da prisão*. - Petrópolis: Vozes, 1996; *História da Sexualidade I: A vontade de saber*. - Rio de Janeiro: Graal, 1988.

derio econômico e também militar e aponta três dimensões para esta ação. Primeiro está o acirramento da concorrência entre as grandes empresas e a deflagração da Terceira Revolução Industrial. A segunda dimensão está na unificação dos mercados financeiros. A terceira dimensão nos posiciona diante de um sentimento comum que focaliza com nitidez onde se encontra hoje a concentração do poder:

Em terceiro lugar, esse extraordinário poder econômico privado - das empresas produtivas e das organizações financeiras - se lança de maneira hostil contra as políticas nacionais de proteção social, de um lado, e por outro, contra as políticas nacionais de preservação dos sistemas industriais voltadas para o mercado interno, transformando os Estados Nacionais em reféns das políticas do Grande Capital. Com isso, a dimensão pública dos Estados Nacionais - conquistada ao longo das lutas democráticas deste século - define-se de forma dramática.¹⁰⁷

Para que não sobre dúvidas sobre a qualidade deste poder, se é que o podemos classificar dessa forma, Cardoso de Mello coloca que na América Latina o poder econômico substitui os antigos regimes militares:

Ainda no caso da América Latina, a modernização 'proposta' pelos Estados Unidos - através dos organismos multilaterais manejados pela potência hegemônica - implica em transformar o continente num mercado cativo para as exportações americanas e num território de expansão para os seus capitais, concentrados, em geral nas privatizações dos serviços de utilidade pública. Além disso, a capacidade fiscal do Estado vem se enfraquecendo sob o peso crescente do dispêndio com juros, reduzindo o gasto público e assim liquidando os ensaios de *Welfare State* realizados ao longo das últimas décadas. Não surpreende, nestas condições, que as ditaduras militares tenham se tornado obsoletas. Depois de um curto período de luta política, foram substituídas com vantagem pela ditadura dos mercados e pelo retorno com força redobrada da dominação americana, sempre em aliança com as elites locais.¹⁰⁸

¹⁰⁷ CARDOSO DE MELLO, João Manuel. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradição crítica latino-americana in TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís.(org.) *Poder e Dinheiro: Uma economia Política da Globalização*. 6. ed.. ed. São Paulo: Vozes, 1998. p. 15.

¹⁰⁸ CARDOSO DE MELLO, João Manuel. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradição crítica latino-americana in TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís.(org.) *Poder e Dinheiro: Uma economia Política da Globalização*. 6. ed.. ed. São Paulo: Vozes, 1998. p. 22.

Dessa forma pode-se, na dinâmica das relações, conceber o espaço do poder, que, no neoliberalismo, nitidamente é preenchido pelo poder econômico. Agora é preciso contrapor a ele as ações da *liberdade de imprensa*, que na argumentação anterior, posiciona-se criticamente entre as ações do poder e os direitos do cidadão. Para melhor perceber esta dinâmica não se pode abandonar o processo histórico, pois a associação dos jornais com o mercado e sua aproximação com as elites é uma realidade marcante em nossa sociedade.

Ao assumir que os conceitos de poder e de *liberdade de imprensa* são dinâmicos afasta-se a possibilidade de se solucionar a relação destes dois pólos com definições simples. É preciso continuar em busca da dinâmica das relações que compreendem cada um dos atores envolvidos nesta trama. Compreender o desenvolvimento dos jornais como empresas e a atuação destas empresas no neoliberalismo.

2.1.1 - Jornalismo: a empresa

A transformação do jornalismo em empresa insere-se em um contexto natural da evolução de um processo artesanal para o industrial. Pretende-se demonstrar que esta evolução se dá no contexto histórico das opções que foram constituindo a maneira de nos organizarmos e de gerenciarmos nossa existência. Perceber que há uma evolução estrutural e qualitativa do jornalismo nestes mais de 500 anos de existência da prensa de tipos móveis nos permite perceber a dinâmica da história e a condição humana sempre desejosa de evoluir. Aceitar porém que, dentro do jornalismo, aconteceram processos que o transformaram nestes 500 anos nos obriga também a questionar a evolução do conceito de *liberdade de imprensa*

durante o mesmo período. A criação de empresas de comunicação, e estas cada vez maiores - mega-empresas - modifica visivelmente o jogo das relações e dos interesses na sociedade. Se há mudanças nas relações de forças é necessário empreender esforço para reorganizar as relações e recompor o espaço de ação da *liberdade de imprensa*, para que ela não fique inativa, a reboque das estruturas, incapacitada de exercer sua função de defesa da democracia e da cidadania.

A transformação do jornal em indústria não deve ser visto como um mal em si. Certamente não sobreviveria nos moldes artesanais. Porém o jornal, mesmo como empresa, continua a apresentar-se como legítimo guardião da *liberdade de imprensa*. Na qualidade de empresa, preocupa-se mais com as necessidades da empresa, insere-se no jogo do mercado, necessita gerar lucro e afasta-se da defesa da cidadania e dos direitos do cidadão. Vende-se para se manter ou para obter cada vez mais lucros. Na sua história de evolução vai perdendo o ardor inicial dos ideais e passa a organizar-se no sentido de suprir suas necessidades comerciais e empresariais.

No amplo quadro de mudanças do nosso tempo, a imprensa assume fisionomia nova. Antes [...] as fases se diferenciavam: a fase inicial era de imprensa artesanal, que tivera início com o alemão que multiplicou o texto bíblico; a fase seguinte seria a da imprensa industrial, quando o aparelhamento dos jornais apresentou proporções desmedidas, com grande oficinas em funcionamento acelerado. Na forma, havia outra diferença: a imprensa artesanal vivia da opinião dos leitores e buscava servi-la; na imprensa industrial já isso não acontecia, o jornal dispensa, no conjunto, a opinião dos leitores e passa a servir aos anunciantes, predominantemente. A diferença é progressiva e existe uma relação dialética entre a imprensa e o público. A proporções assumidas pela relação citada variam com o tempo e o meio, como é normal.¹⁰⁹

No mesmo passo que a imprensa afasta-se do povo, no que se refere aos ideais e visão

¹⁰⁹ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. XIII.

de mundo, ela aproxima-se cada vez mais daqueles que a financiam e dos interesses destes. Esse processo se dá em décadas, acontece dentro das regras do capitalismo e da acirrada disputa por espaço e lucros, sempre com um olho no anunciante e outro na concorrência. Sendo este um mercado aberto, conta muito o interesse do anunciante, que anuncia para vender um produto ou uma idéia. Dessa forma o anunciante aplica seu dinheiro naqueles jornais que, acredita, lhe darão maior retorno para o seu investimento. Essa relação de interesses transforma-se num funil estreito pelo qual só passam aqueles jornais que correspondem aos interesses das elites capazes de anunciar ou de comprar o que está anunciado. E essa transformação paulatina não se dá apenas no formato, na evolução da técnica de imprimir, nas condições de beleza de diagramação, na clareza e na facilidade de leitura. O funil é também de conteúdo, obrigando os jornais a adaptarem-se aos interesses e desejos de um pequeno grupo, com bom poder aquisitivo, capaz de movimentar o comércio incentivado pelas publicidades.

A partir da época da introdução da propaganda na imprensa escrita, portanto, os jornais radicais e da classe operária ficaram em séria desvantagem. Seus leitores tendiam a ter recursos modestos, um fator que sempre afetou o interesse dos anunciantes. Um executivo de propaganda declarou em 1856 que alguns jornais são veículos ruins para divulgação porque 'seus leitores não têm poder de compra, e anunciar nesses jornais é o mesmo que jogar dinheiro fora'.¹¹⁰

Dessa forma, a atividade empresarial – aparentemente necessária e imposta pela própria evolução das decisões e caminhos da sociedade – transforma-se também em uma armadilha capaz de conduzir a imprensa entre labirintos e lhe possibilita a sobrevivência. Ao mesmo tempo a prende, afastando-a definitivamente dos ideais que forjaram os princípios da li-

¹¹⁰ HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *A manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Editora Futura, 2003. p. 74.

berdade de imprensa. A notícia, em algumas situações, transforma-se no embrulho do pacote. O interesse empresarial está em vender uma audiência para o anunciante. Quanto maior o número de exemplares e assinaturas vendidos melhor a relação de custo-benefício para o anunciante. A maioria dos grandes jornais cedeu a estratégias de marketing onde o jornal é veículo de coleções de livros, brindes e prêmios¹¹¹. Na relação do jornal com seu anunciante, ganha a mídia que tem uma audiência cativa, crescente e abastada. E nesse sentido é importante também as pesquisas que informam se o público leitor pertence a classe A, B ou C. Esses dados reunidos valorizam o centímetro/coluna do jornal.

Em essência a mídia privada é composta de grandes corporações que vendem um produto (leitores e audiência) a outras empresas (anunciantes). A mídia norte-americana tipicamente objetiva e serve a opinião da elite, grupos que, por um lado, oferecem um 'perfil' ótimo para fins de propaganda e, por outro, desempenham um papel nas tomadas de decisões nas esferas pública e privada. A mídia norte-americana estaria falhando em atender as necessidades de suas audiência de elite se não apresentasse um retrato toleravelmente realista do mundo. Mas seu 'propósito social' também requer que a interpretação do mundo pela mídia reflita os interesses e as preocupações dos vendedores, dos compradores e das instituições governamentais e privadas dominadas por esses grupos.¹¹²

¹¹¹ A necessidade de aumentar as vendas de exemplares de jornal conduziu algumas empresas a elaborarem métodos de marketing pouco tradicionais para a mídia jornal. Estão neste pacote as constantes ofertas de livros, CDs, jogos de jantar e outros produtos que o leitor ganha, ou paga um valor irrisório para adquirir o bem, desde que compre o jornal na banca ou seja seu assinante. O jornal *Expresso Popular*, em Santos, de vez em quando lança uma cartela com 60 números que precisam ser preenchidos com os selos que serão impressos nas próximas 60 edições. Sabiamente, são inseridos, entre as edições, alguns selos coringas, que preenchem os espaços de uma ou outra edição que, por algum motivo, o leitor não tenha conseguido comprar. Com isso garante-se que o leitor não desanimará ao perder o jornal de um dia. Ao final dos 60 dias, todos aqueles que preencheram a tabela com os 60 selos podem dirigir-se à redação do jornal e trocá-la pelo brinde prometido. Os brindes normalmente têm boa qualidade. A promessa de troca, e não de sorteio, transfere ao leitor a responsabilidade efetiva da conquista do bem: basta comprar o jornal nas bancas. Nesta relação, para o leitor interessado em ganhar o brinde, interessa pouco a manchete ou as matérias apresentadas pelo jornal, que certamente serão lidas somente depois que o selo tenha sido colado em seu lugar na cartela. O jornal, por sua vez, não só confere o aumento de suas vendas nas bancas durante o período, como também documenta as vendas do período ao receber as cartelas para a troca, o que não deixa de ser bom material de marketing para apresentar aos anunciantes. Ver no ANEXO G (p. 229) a Coluna do Ombudsman da *Folha*, Bernardo Ajzenberg, sobre os livros distribuídos pela *Folha* e o ANEXO H (p.232) publicidade da *Folha* anunciando os livros.

¹¹² HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *A manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Editora Futura, 2003. p. 365-366.

O processo de industrialização da imprensa se deu ao longo de muitos anos. Neste tempo os próprios jornais passaram a ter valor de mercado e a se apresentarem como bons negócios para empresas interessadas em ter um braço estendido para o público. É possível acompanhar como esses valores ampliaram-se, e perceber que há uma corrida pelo desenvolvimento tecnológico, cada vez mais os jornais estão comprometidos com a necessidade de ter lucro e capital.

Curran e Seaton mostram que o mercado realizou com sucesso o que a intervenção estatal não conseguiu. Após o repúdio à taxa punitiva dos jornais entre 1853 e 1869, surgiu uma nova imprensa diária local, mas nenhum jornal diário local da classe operária foi criado até o final do século XIX. (...). Uma importante razão para isso foi o aumento na escala da produção de jornais e o aumento dos custos a partir da metade do século XIX, que tiveram como causa os aperfeiçoamentos tecnológicos, justamente com o interesse dos proprietários de jornais em alcançar públicos cada vez maiores. A expansão de livre mercado foi acompanhada por uma 'industrialização da imprensa'. Em 1837, o custo total da criação de um jornal semanal lucrativo ficava abaixo de mil libras, com uma tiragem mínima de 6.200 exemplares. Em 1867 o custo inicial de um jornal diário em Londres era de 50 mil libras. O *Sunday Express*, lançado em 1818, custou mais de dois milhões de libras antes de chegar à tiragem mínima econômica de 250 mil exemplares. Um processo similar ocorreu nos Estados Unidos, onde, em 1851, o custo inicial de um jornal em Nova York era de 69 mil dólares; em 1872, o leilão público do *St. Louis Democrat* rendeu 456 mil dólares; e, nos anos 1920, jornais locais eram vendidos por preços na faixa de seis milhões a 18 milhões de dólares. Só o custo das máquinas, mesmo para jornais muito pequenos, foi por muitas décadas da ordem de centenas de milhares de dólares; em 1945 era possível dizer que 'a publicação até mesmo dos jornais pequenos é uma grande empreitada [...] [e] deixou de ser um negócio no qual seja fácil se envolver mesmo quando se tem dinheiro em quantidade substancial',¹¹³

Ao mesmo tempo que o progresso abre um universo de oportunidades representa maior necessidade de aplicação e de gastos para acompanhar a evolução. Até fins dos anos 70 a sala de redação precisava, em termos de equipamento, de algumas máquinas de escrever, e algumas delas tinham vida útil muito longa, exigindo pouca manutenção. Já não é o que acon-

¹¹³ HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *A manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Editora Futura, 2003. p. 63-63.

tece com os computadores. A tecnologia traz a agilidade de transformação dos softwares e dos hardwares. Mas vem junto as possibilidades de pane, os problemas de conexão de rede, sem contar com os vírus e tantos outros pequenos detalhes que obrigam manutenção diária, além de constantes *upgrades*. Deixar de acompanhar a evolução de softwares e de equipamentos pode transformar a empresa em um parque industrial ultrapassado em seis meses. Todos estes detalhes transformam o jornal em refém de seus anunciantes, pois sem eles falta o dinheiro necessário para se continuar no mercado. É impressionante perceber, porém, que Barbosa Lima Sobrinho, já em 1923, data da 1ª edição de sua obra, *O Problema da Imprensa*, percebia o problema e denunciava a dificuldade da imprensa cumprir com seus desígnios se refém de suas necessidades econômicas:

Tantos progressos tornaram necessários orçamentos vultosos. Conver-teu-se o jornal muito mais num problema de dinheiro do que de credo político literário. E então acode aquele conceito exato: 'Quando as opiniões de um jornal começam a pesar, ele as deixa de ter'. Toda a abnegação de seus redatores não bastaria para o publicar, por um só dia que fosse. Assim como da guerra, nervo da imprensa é também dinheiro. Mas o capital tem exigências de certo naturalíssimas. Viu-se a imprensa obrigada a modelar-se pelos novos costumes, adotando várias praxes, como a elevação do preço dos anúncios ou a inclusão de matéria paga nas seções editoriais. E porque ainda não parecesse bastante e conviesse adquirir o apoio de um público numeroso - ponto de partida para o sucesso comercial - a imprensa procurou servir as tendências populares, em vez de as orientar, como acreditava possível, na sua ingênua confiança, o jornalismo romântico. Conquistar o público, entretanto, foi para ela menos vitória de idéias do que simples *negócio*, defesa natural das somas empenhadas na empresa. A imprensa torna-se simples indústria.¹¹⁴

A constatação de que a imprensa perdeu algo de muito importante nesta caminhada que a transforma em “simples indústria”, reflete-se na maioria dos textos citados. No cerne da questão parece que a imprensa perdeu justamente aquele espaço-movimento que historica-

¹¹⁴ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 45.

mente foi resguardado para a *liberdade de imprensa*. Para esta imprensa, que vende o público leitor para o seu anunciante como audiência, a *liberdade de imprensa* é mais um rótulo de qualidade. Nesse processo, onde o jogo dos interesses, aponta para a necessidade do lucro como resultado primeiro, a *liberdade de imprensa* deixa de ser um imperativo de ação e transformação da sociedade. A submissão às regras do mercado impedem que se faça a defesa dos direitos dos cidadãos contra o império do neoliberalismo, que usurpou todos os poderes do mundo a serviço de uma economia de mercado.

2.1.2 - A empresa jornalística no neoliberalismo

Ao inserir o debate da empresa jornalística no neoliberalismo passa-se para um outro nível de compreensão do processo que estamos acompanhando. Enquanto sua evolução foi do artesanal para o industrial pode-se considerar que esse foi um processo comum à maioria dos empreendimentos humanos. Aconteceu assim com as tecelagens, com fábricas de automóveis, com a indústria alimentícia. Esse parece ser o processo próprio da evolução para a qual orientou-se a humanidade e temos enfrentado os benefícios e percalços advindos desta decisão, que não vem ao caso enumerar aqui. Assim foi com a imprensa. Neste sentido é necessário deixar até aqui um salutar direito à dúvida: não é possível afirmar o quanto a empresa jornalística é vítima ou agente em todo esse processo. Ou, os dois ao mesmo tempo: em alguns momentos mais vítima, em outros mais agente. Porém no momento em que nos concentramos na empresa jornalística no neoliberalismo estas dúvidas desaparecem. Os grandes jornais não só aceitaram as regras do neoliberalismo na própria empresa, como deveria ser, como também se transformaram em grandes propagadores das idéias do neoliberalismo. Fizeram isso de forma aberta, conduzindo o imaginário de seus leitores no sentido de aceitar este como o caminho certo para a nação e para o mundo. Esta formulação de um pensamento único, subserviente a

um poder central é uma afronta à *liberdade de imprensa*. Pois, se neste momento, o grande poder imperial do mundo, está representado pelo poder econômico, é entre este poder e o cidadão que deveria estar os benefícios da *liberdade de imprensa* para que não haja o retorno de um novo absolutismo. Mas como fazer a crítica, instruir o cidadão dos riscos das privatizações, e demonstrar com clareza e transparência esses processos se a maioria dos jornais estão profundamente comprometidos com o neoliberalismo?

Os dominadores asseguravam a todos os que sofriam o domínio de que deveriam aceitar tranquilamente esse amargo destino, por inelutável. Como hoje procuram provar que a submissão ao neoliberalismo é uma inexorável fatalidade, além de ser 'moderna'. Os embustes históricos apenas mudam de forma. E a imprensa desempenha nesse processo de deformação papel importante, coadjuvando os meios de massa [...] Uma das diferenças está na impressionante uniformidade de posições, em cada um dos jornais, e não na diversidade. A grande imprensa brasileira opera, na fase atual, uma tarefa que nunca antes desempenhou: a de deformar a realidade, ou a de escondê-la. No momento, por exemplo, todos os grande jornais apóiam o neoliberalismo adotado pelo governo brasileiro, uns com mais veemência, com menos veemência outros. Tais jornais perderam aquilo que se conhece como credibilidade, o que eles informam não merece confiança. Existe profundo divórcio entre o que o público pensa e acredita e necessita e aquilo que a grande imprensa veicula. A alienação dessa imprensa nova, e aqui a palavra não tem qualquer identidade com o moderno e muito menos com o popular, é total. [...] Quando a imprensa, como aqui e agora, modula um coro repetitivo de louvação ao neoliberalismo, está claro e evidente que perdeu a sua característica antiga de refletir a realidade¹¹⁵

As convicções dos neoliberais que estão por trás da reorganização da economia apontam para a própria restrição da democracia, o que é, em última análise uma ação na contramão dos ideais que construíram a imprensa livre. O discurso que aparece é sempre o da modernidade, otimização dos custos, saneamento das contas públicas. Esta maneira de apresentar os fatos aponta para imagens de limpeza, ordem, organização, modernidade. Fica ausente, ou melhor, escondido nas entrelinhas, o desejo de tirar do povo a possibilidade de decidir pelo

¹¹⁵ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. XIII-XVIII.

seu futuro, de votar, de construir seu próprio caminho.

Os neoliberais contemporâneos repetem com insistência: no binômio 'democracia capitalista', o mal reside não ali onde os marxistas haviam centrado sua atenção (o capitalismo), mas no outro termo, a democracia. Por isso, pregam uma espécie de revolução constitucional que ponha fim à 'democracia ilimitada', como diria Hayek, ou à 'democracia que opera no vermelho', para usar a expressão de Buchanan...¹¹⁶

Ou pode-se dizer isso de forma ainda mais direta:

A ideologia neoliberal prega o dismantelamento das regulações produzidas pelos Estados nacionais, mas acaba transferindo muitas dessas regulações (produção de normas, regras e leis) para uma esfera maior: as organizações multilaterais como o G-7, a OMC, O Banco Mundial, O FMI, dominadas pelos governos e banqueiros dos países capitalistas centrais. Durante os séculos XIX e XX, os movimentos trabalhistas haviam lutado para conquistar o voto, o direito de organização e, assim, influir sobre a elaboração de políticas, definição de leis e normas. Agora que conquistaram esse voto, o espaço em que ele se exerce é esvaziado em proveito de um espaço maior, mundializado, onde eles não votam nem opinam.¹¹⁷

Arbex, citando Frederic Jameson, demonstra como as atividades dos meios de comunicação foram de grande importância para construir um imaginário único para os caminhos do mercado mundial. A contribuição dos jornais nesse processo teve função homeopática: todos os dias, com doses bem elaboradas, demonstrar os 'benefícios' de aderir a ideologia neoliberal:

Foi por meio desse 'efeito de contaminação' que o discurso-para-o-mercado adquiriu hegemonia ideológica nos anos 90. O mercado, por meio de instituições como o Fundo Monetário Internacional, o Banco Mundial e outras, criou o discurso-para-o-mercado, diariamente reproduzido e multiplicado, em escala internacional, pelas fontes emissoras de notícia e entretenimento. Esse discurso, que frutificou na 'era Reagan', adquiriu, nos anos 90, a estatura de uma proposição indiscutível e consolidada, de um dado axiomático. Frederic Jameson nota uma 'capitulação universal', ainda que quase im-

¹¹⁶ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?* São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 63.

¹¹⁷ MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?* São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 39.

perceptível, face ao discurso orientado para o mercado, que desautoriza, de forma imediata e implacável, qualquer tentativa de formulação alternativa¹¹⁸

No subtítulo deste trabalho “*Liberdade de imprensa e responsabilidade histórica*” já houve a oportunidade de exemplificar o efeito produzido pela mídia ao utilizar o termo *calote* naqueles casos onde seria mais indicado utilizar *moratória*. Na mesma linha, multiplicaram-se as matérias que apoiavam as privatizações.

Além do apoio expresso e impresso nas páginas dos jornais, foi possível assistir uma mudança na própria estrutura dos meios de comunicação. Pelo mundo afora, mega operações de compra e venda transformaram as empresas de comunicações adaptando-as às necessidades do mercado e colocando-as na linha de frente das atividades econômicas.

Janeiro de 2000, a AOL (provedora que detêm 54% dos usuários nos EUA, 22 milhões de clientes no mundo) oferece 166 bilhões de dólares para comprar a Time-Warner (proprietária da gravadora dos discos de Madona e Cher, dos canais de filmes, desenhos e notícias mais assistidos - HBO, Cartoon Network e CNN -, uma rede de televisão a cabo com mais de 13 milhões de residências filiadas e 32 títulos de revistas, entre as quais a campeã *Time*. São os interesses em jogo nas megacorporações. São componente essencial do capitalismo internacional. "E não poderia ser diferente: as megacorporações da mídia foram criadas no interior do mesmo processo econômico e político da economia capitalista que desembocou no imperialismo."¹¹⁹

Toda esta lógica gera a desconfiança de que o jornal já não é mais tão livre e sofre a submissão às forças do mercado.

Em resumo, as mudanças nas políticas e nas comunicações ao longo dos últimos dez anos tendem, em média, a intensificar a aplicabilidade do

¹¹⁸ JAMESON, Frederic. *Pós modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática. 1996. p. 271 in ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnlismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. p. 100-101.

¹¹⁹ ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnlismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. p. 57.

modelo de propaganda. O aumento do poder corporativo e do alcance global, as fusões e a maior centralização da mídia, bem como o declínio da radiodifusão pública, tornaram as considerações da linha de resultados mais influentes tanto nos Estados Unidos quanto no exterior. A competição por anúncios tornou-se mais intensa e os limites entre os departamentos editoriais e de propaganda tornaram-se ainda mais tênues. Salas de redação têm sido mais plenamente incorporadas a impérios corporativos transnacionais, com cortes de orçamento e diminuição do entusiasmo gerencial pelo jornalismo investigativo que desafiaria as estruturas de poder.¹²⁰

¹²⁰ HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *A manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Editora Futura, 2003. p. 18.

Ver no ANEXO I (p. 233) algumas publicidades que invadem e simbolicamente *empurram* a notícia para fora do jornal.

3 EXIGÊNCIAS ÉTICAS PARA UMA EMPRESA DE COMUNICAÇÃO EM UM MUNDO NEOLIBERAL (OU: LIBERDADE DE E[I]MPRE[N]SA NO NEOLIBERALISMO).

Em todos os jornais e estações de rádio e televisão há repórteres e editores que sentem que não estamos realmente transmitindo as dimensões mais amplas do nosso tempo, mas principalmente a brutalidade, a disputa e a friabilidade de nossa época. Em todas as escolas e universidades, no Congresso e no Executivo, há a mesma minoria insatisfeita com a diferença entre o que é e o que devia ser. Contudo, todos estes lugares estão cheios de homens derrotados que tentaram e falharam, decidindo afinal que era mais fácil ceder às pressões, do que resistir e lutar por seus ideais.¹²¹

Os efeitos da opção feita pela economia mundial tem deixado um rastro de morte, miséria, doenças e uma insustentável condição de vida para milhares de habitantes em todo o planeta. Sempre há os que desejam demonstrar que este é o único caminho da humanidade e que o mercado age como se tivesse vida própria. Aparentemente deu-se vida a um monstro e todas as pessoas estão a serviço dele. Alguns dedicam a ele todo o seu tempo, muitos são obrigados a entregar a própria vida. De qualquer forma, os resultados do império do mercado tem sido a degradação da humanidade, seja pelo grande número de pessoas atingidas pela fome e condições de vida desumanas, seja pelo processo de consumismo que mata a natureza por sua voraz opção extrativista¹²². No comando de todas estas atividades está o lucro que

¹²¹ RESTON, James. Artilharia da Imprensa. Rio de Janeiro: Laudes, 1968. p. 184

¹²² Permito-me a uma digressão para introduzir dois textos significativos que refletem sobre essa condição humana. O primeiro deles de Henrique Dussel, filósofo latino-americano. Seu trabalho, também conhecido como *filosofia da libertação*, analisa os principais temas da filosofia na lógica dos excluídos, pensando a realidade a partir dos olhos daqueles que nunca estiveram no centro do poder, mas vivem na periferia do poder, geográfica e intelectualmente:

"As guerras de emancipação contra a Espanha, e com o tempo do Brasil contra Portugal, são um momento de ruptura da história religiosa da América. 'O catolicismo foi imposto por uma minoria de estrangeiros, depois de uma conquista militar; o liberalismo foi imposto por uma minoria nativa, embora de formação intelectual francesa, depois de uma guerra civil... O liberalismo é uma crítica a ordem antiga, é um projeto de pacto social. Afirma o homem, mas ignora uma metade do homem: essa que se exprime nos mitos, na comunhão, nos festins, no sono, no erotismo. A reforma é, antes de tudo, uma negação'. Aparentemente a segunda metade do século XIX latino-americano não será uma religião, aparentemente 'morreu Deus, eixo da sociedade colonial'. Na reali-

mobiliza e organiza a sociedade e apresenta-se também como juiz de veredicto único para definir o que é bom ou ruim: o que dá lucro é bom. Os resultados de tal odisséia humana já conhecemos:

Há dois dias, num discurso, o secretário-geral da ONU, Koffi Annan, dizia isto: "A tarefa do começo desse milênio, desse organismo mundial, é erradicar a pobreza, com imperativo ético e humanístico". E ele repetia os dados já conhecidos, de que 1,9 bilhões de pessoas vivem com menos de um dólar por dia e de que 2,8 bilhões vivem com menos de dois dólares por dia; isto é, para mais da metade da humanidade a vida não é sustentável. Essa economia é uma máquina de morte que os tritura, que os devora. Os cálculos já foram feitos. O sistema hoje integrado da economia e da política funciona bem, e muito bem, para 1,6 bilhões de pessoas. Ocorre que somos 6 bilhões, para as quais a vida é um purgatório ou um inferno. Essa economia política é desastrosa para a humanidade, é absolutamente antiética, desde que a ética era a forma de os seres humanos buscarem aquilo que é bom para todos, a-

dade, apareceu um novo fetiche: o ouro e a prata, o dinheiro, mas disfarçado com outro nome e sob outra liturgia. Agora o sumo sacerdote era inglês, seus teólogos franceses, sua organização o 'pacto industrial' que da metrópole comprava matérias-primas sempre mais baratas das neocolônias. Os mitos se revestem de novas palavras, mas não deixam de ser mitos. O fetiche chama-se agora 'cultura', 'progresso', 'liberdade', 'ciência', 'positivismo', 'materialismo', 'técnica', 'indústria', mas a população dos índios, camponeses, mulatos e negros, gaúchos e arrendatários, operários suburbanos, marginalizados... Continuam sendo imolados aos novos 'deuses'. A arqueologia continua assim seu caminho buscando a 'origem' das Totalidades americanas. Um novo 'deus' aparece pelo Norte: 'We trust in God', escreve-se sobre o dólar e Monroe exclama: 'A América (toda) para os americanos (do Norte)'. O Império se divinizará na medida em que for crescendo. Leviatã na terra! Aos poucos, 'a estabilidade interna da primeira potência do mundo aparece intimamente ligada aos investimentos americanos ao sul do Rio Bravo.' (DUSSEL, Enrique. *Para uma ética da libertação latino-americana: Uma filosofia da Religião antifetichista*. São Paulo/Campinas: Loyola e UNIMEP, 1980. p. 20-21).

O segundo texto do teólogo Júlio de Santa Ana, também latino-americano, que tem diversos trabalhos que fazem a crítica da economia a partir da teologia.

"A imolação exigida pelos ídolos é o pagamento necessário para poder participar no âmbito do sagrado. É a remuneração inevitável para satisfazer as terríveis exigências do ídolo. O *mysterium tremendum* e o *mysterium fascinant* do sagrado (aplicando aqui os conhecidos conceitos de Rudolf Otto) resolvem sua tensão através do sacrifício das vítimas propiciatórias, inocentes. É o sacrifício dos marginalizados pelo sistema que permite que haja aqueles que podem participar no mercado 'livre', dispor de dinheiro 'circulante', proteger-se diante da violência e até poder administrá-la. [...]"

Triunfa portanto, a lógica do mercado - espaço de confronto e luta no qual os fortes fazem e impõem a lei. Que mais o capitalismo propõe senão o medo e a antívida?" (SANTA ANA, Júlio de. *O amor e as Paixões: Crítica Teológica à Economia Política*. Aparecida - SP: Editora Santuário, 1989. p. 66-93).

Mesmo reconhecendo que estes dois textos constroem outro imaginário, diferente daquele trabalhado nesta pesquisa, achei importante buscar esta contribuição para que se pudesse com isso aprofundar o aspecto ético das decisões humanas e poder dizer que a ética é sempre uma opção pela vida, mas da vida de todos e não apenas de uma minoria. (É possível completar a leitura de outro texto de Júlio de Santa Ana no ANEXO F – p. 219).

quilo que é útil para as comunidades, aquilo que é desejável, para estar conforme a natureza social do ser humano.¹²³

Os rumos da economia geridos pela ideologia neoliberal, nos últimos 30 anos, tem transferido para o poder econômico as principais decisões do Estado. Em muitas das citações apresentadas neste trabalho, diversos autores afirmaram que a estruturação neoliberal do mundo tem como uma de suas finalidades reduzir a força do poder político e concentrar forças no poder econômico. Essa mudança de centro no pólo do poder nos deixa em um impasse nem sempre perceptível. No século XVIII, quando a imprensa amplia suas atividades de forma mais contundente, graças ao invento de Gutenberg, homens desejosos de construir um futuro diferente do que aquele no qual viviam, fugindo da concentração do poder na mão do rei, perceberam a importância da *liberdade de imprensa* para a instituição da democracia. A *liberdade de imprensa* era a luz no fim do túnel para organizar um mundo onde o poder estivesse a serviço de todos os cidadãos¹²⁴. Para que isso fosse verdade era necessário ter um instrumento capaz de fazer a crítica ao poder de uma forma que todos a conhecessem e pela pressão da opinião pública evitassem o pior: o retorno de um regime absolutista.

¹²³ BOFF, Leonardo *Câmara nos 500 anos - Parlamento Brasileiro – História e Perspectivas Ética, Democracia e Parlamento no Brasil*. n/c. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/boff/boff_etica.html>. Acesso em: 8/11/2005.

¹²⁴ "Poucos entre os líderes revolucionários perceberam o inteiro significado da 'necessidade de tornar a imprensa, e em especial os periódicos políticos, livres desse momento em diante', como o futuro jornalista e político J.-P. Brissot colocou no título de um panfleto publicado em junho de 1789. Para Brissot, a liberdade de imprensa não era apenas um aspecto de um programa de reformas mais amplo: a imprensa era o único meio de instituir a soberania popular num país grande demais para copiar as instituições das cidades-estado clássicas como Atenas e Roma. Os jornais iriam permitir a condução do debate público numa escala nacional, iriam tornar possível a transmissão contínua das opiniões do público para seus representantes eleitos, e iriam possibilitar o esclarecimento dos eleitores por parte dos líderes intelectuais: 'Pode-se ensinar a mesma verdade no mesmo momento para milhões de pessoas; através da imprensa, elas a discutirão sem tumulto, decidirão com calma e darão sua opinião.'" (DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (org.). *Revolução impressa: A Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996. p. 199).

Porém, quando o novo absolutismo é praticado pelo poder econômico é necessário que a mesma lógica da *liberdade de imprensa* que se opôs aos poder dos antigos impérios desperte e cumpra com sua função de defesa da cidadania e dos cidadãos contra o poder econômico estabelecido. O despertar desta ação só é possível a partir da ética enquanto catalisadora dos mais profundos sentimentos de humanidade presentes no ser humano. Não como um ‘*código de ética*’ que pode se transformar em um amontoado de regras de bons costumes, mas a Ética enquanto ‘*ethos*’ – morada da vida. E nesse sentido, a defesa da vida, só é defesa da vida se o for por inteiro. Não se salva meia vida. Para esta motivação não serve a lógica cartesiana. Pelo contrário, estamos diante de um apelo holístico capaz de perceber que a vida na Terra se dá em um processo dinâmico, diverso e uno. Nesse sentido, a Ética precisa pensar a vida como a Vida da Terra e a Terra ou é o habitat para a existência de toda a Vida e de todas as vidas ou se transforma na armadilha da morte para todos e toda a existência.

É com esta envergadura Ética que a vitalidade da *liberdade de imprensa* precisa ser exercida em sua dinâmica própria de se opor a ***tudo e qualquer absolutismo***. Porém, não é essa a ação que se tem presenciado. Pelo contrário, não poucos autores atestam a instrumentalização da *liberdade de imprensa* para os mais diversos fins. Relembrando, por exemplo, a conclusão de Martha Geralda Alves D’Azevedo, em sua tese de doutorado *Liberdade de imprensa, realidade ou utopia*:

O estudo demonstra que a Liberdade de imprensa, consagrada pelos povos, foi transformada nos países desenvolvidos em uma perigosa ideologia, que lhes faculta livre acesso aos meios de informação dos países subdesenvolvidos, veiculando nestes meios as informações que defendem seus interesses políticos, econômicos, culturais, tecnológicos e sociais, e não dei-

xando chegar a esses meios qualquer informação que possa contrariar esses mesmos interesses.¹²⁵

Se por um lado a *liberdade de imprensa* pode ser instrumentalizada pelos países desenvolvidos, o Estados Unidos como a maior potência mundial neste século se dá ao direito de impor censura aos meios de comunicação movido pelos interesses da guerra:

No fim de 2001, no seu relatório anual, a organização Repórteres sem Fronteiras incluiu os Estados Unidos como um dos países que prejudicam a liberdade de imprensa: 'Desde o 11 de setembro se constata que a liberdade de imprensa está em perigo dentro dos Estados Unidos devido à censura oficial de imagens e opiniões e à autocensura motivada pelo patriotismo. Os Estados Unidos consideram que estão numa guerra declarada e que os jornalistas devem se converter em patriotas'.¹²⁶

É bom lembrar aqui que também nos Estados Unidos, na época da *New Deal* os donos de jornal levantavam uma cruzada pela *liberdade de imprensa*, porém motivados pelos próprios interesses econômicos, uma vez que a nova lei trazia a obrigação de novos gastos, principalmente no que dizia respeito aos direitos sociais.

A Associação dos editores insistia que os jornais não poderiam se submeter às leis federais, se isso colocasse em risco a situação econômica dos jornais, "prejudicando sua integridade econômica", porém a insistência era no discurso de uma "cruzada de liberdade de imprensa". Uma análise mais detalhada deixava a "impressão pois que os editores de jornais em seus protestos pela 'liberdade de imprensa' era a de que não queriam fazer reajustamentos razoáveis às novas condições sócio-econômicas."¹²⁷

Para dar maior profundidade aos problemas que a imprensa enfrenta para absorver a própria dinâmica da *liberdade de imprensa* em um mundo dominado pelo poder econômico é

¹²⁵ D AZEVEDO, Martha Geralda Alves. *Liberdade de Imprensa, realidade e utopia*: A notícia Internacional em Jornais da América Latina. 1985. 316 f. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação)–Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. 1986, p. 1

¹²⁶ DORNELES, Carlos. *Deus é inocente: a imprensa, não*. São Paulo: Editora Globo, 2002. p. 26.

¹²⁷ EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. p. 756.

marcante ainda a opinião de Nelson Werneck Sodré que já foi reproduzido neste trabalho, mas parece oportuno repetir:

Sempre os dominadores asseguravam a todos os que sofriam o domínio de que deveria aceitar tranqüilamente esse amargo destino, por inelutável. Como hoje procuram provar que a submissão ao neoliberalismo é uma inexorável fatalidade, além de ser 'moderna'. Os embustes históricos apenas mudam de forma. E a imprensa desempenha nesse processo de deformação papel importante, coadjuvando os meios de massa. Quem controla a imprensa e os meios de massa não precisa mais de golpes militares.¹²⁸

O mesmo Sodré afirma ainda com mais convicção:

Tais jornais perderam aquilo que se conhece como credibilidade, o que eles informam não merece confiança. Existe profundo divórcio entre o que o público pensa e acredita e necessita e aquilo que a grande imprensa veicula. A alienação dessa imprensa nova, e aqui a palavra não tem qualquer identidade com o moderno e muito menos com o popular, é total. [...] ¹²⁹

E conclui:

Quando a imprensa, como aqui e agora, modula um coro repetitivo de louvação ao neoliberalismo, está claro e evidente que perdeu a sua característica antiga de refletir a realidade.¹³⁰

Porém, se por um lado esta é a situação na qual nos encontramos, ainda há no imaginário do povo a importância da imprensa para a democracia e não poucas vezes esse imaginário é lembrado, quer pela crítica, quer pelo desejo, numa esperança infinita de que ela desperte do *doping do lucro*. Neste sentido, poderia ecoar, por exemplo, o texto de Barbosa Lima Sobrinho: "Com essa absoluta insuficiência dos meios legais, só um limite ainda detém as fúrias ditatoriais: a imprensa. Se queremos evitar o absolutismo, defendamos a imprensa, que substitui em verdade os poderes falidos e vale como o único freio independente contra a arbitrariedade dos governos."¹³¹ Mas o que dizer quando a arbitrariedade vem do poder econômico? De qualquer forma, acredito que Barbosa Lima Sobrinho resume nestas três linhas a esperança e

¹²⁸ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. XIII.

¹²⁹ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. XVIII.

¹³⁰ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. XVII.

¹³¹ LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. p. 119.

índole própria da imprensa e sua liberdade que ainda está no imaginário das pessoas, e que precisa ser despertada. Não poucos acreditam na necessidade de uma imprensa corajosa para que a democracia possa ter seu melhor fim:

Concordamos plenamente com o juiz Hughes (presidente da Suprema Corte), a quem Lewis também cita, quanto à 'necessidade primária de uma imprensa corajosa e vigilante' para que os processos democráticos possam funcionar de forma significativa. Mas as evidências que analisamos indicam que, na prática efetiva, essa necessidade não é atendida nem sequer de longe.¹³²

Este sentimento da importância, acompanhado pela frustração da sua não realidade, hoje repete-se ainda em outros autores:

De que adiantam equipes de repórteres de fino trato se o dono da rede de televisão põe a emissora a serviço de seu candidato a presidente da República, distorcendo os fatos? Para que serve tanto cuidado na hora de investigar a privacidade de um senador, se não há o mínimo respeito para com os desempregados, que detidos como suspeitos por um delegado na periferia, são interrogados diante das câmeras como se fossem autores de crimes hediondos? Como pode a imprensa fiscalizar o poder - um de seus deveres supremos - se ela se converteu num negócio transnacional, oligopolizado em conglomerados da mídia que trafica influência junto aos governos para conseguir mais concessões de canais e mais facilidades de financiamentos públicos? Onde está a independência do jornalismo?¹³³

Estas afirmações não fazem sentido se forem apenas para criticar a imprensa. De alguma forma, em nossa cultura aprendemos que está no *ethos* próprio da imprensa a característica de defender a democracia, ajudar em seu desenvolvimento e apoiar a humanidade em sua estruturação como sociedade, onde a vida precisa ser defendida contra todo e qualquer absolutismo. Para que a imprensa realize o seu papel social ela precisa se revestir de valores que transcendem a motivação do lucro. A *liberdade de imprensa* é esse valor. Enquanto um valor

¹³² HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *A manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Editora Futura, 2003. p. 360.

¹³³ BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. n/c. ed. Curitiba: Nova Canção, 2000. p. 11-12.

da humanidade, não se perde, pode sofrer em alguns momentos da história a perda temporária de sua atividade vital, mas não se perde completamente e sempre há a possibilidade de se recuperar. Agnes Heller, em “O Cotidiano da História” admite o crescimento do valor e aponta de forma positiva para a “substância social” como substância em desenvolvimento:

Critério de desenvolvimento dos valores não é apenas a realidade dos mesmos, mas também sua possibilidade. Todavia, se consideramos os valores de outras esferas, enfrentamo-nos com o fato da já citada discrepância. Analisando a moral, a liberdade social, a explicitação do indivíduo, a arte ou seus vários ramos ou tipos, etc., veremos que o desenvolvimento do valor não é de nenhum modo algo contínuo. (...) Opinamos, todavia, que em nenhuma esfera a obtenção de um valor pode vir a ser inteiramente anulada pela perda de um dos seus estágios. *A Realização é sempre absoluta; a perda, ao contrário, é relativa.* (...). Nem um só valor conquistado pela humanidade se perde de modo absoluto; tem havido, continua a haver e haverá sempre ressurreição. Chamaria a isso de *invencibilidade da substância humana*, a qual só pode sucumbir com a própria humanidade, com a história. Enquanto houver humanidade, enquanto houver história, haverá também desenvolvimento axiológico no sentido acima descrito.¹³⁴

Ao defender que a *liberdade de imprensa* é um valor ético da humanidade, condena-se o seu uso caricato, cristalizado, inerte, como objeto publicitário. Como valor, a *liberdade de imprensa* retoma sua dinâmica própria. Retoma a defesa da cidadania contra qualquer absolutismo, até mesmo contra o absolutismo econômico. Constata-se, porém, que no atual momento histórico, o desejo do lucro, as regras impostas pela ideologia neoliberal, e a própria condição humana tenham conferido à *liberdade de imprensa* a sua desvalorização e feitichização, transformando-a em bandeira inócua, abstraída de seus pólos de relação. A partir da afirmação de Heller pode-se considerar que este é um estágio possível da *liberdade de imprensa* como valor, mas que isso não é um estágio definitivo, e sempre há a possibilidade de sua recuperação e evolução, pois nenhum “só valor conquistado pela humanidade se perde de modo abso-

¹³⁴ HELLER, Agnes. O Cotidiano e a história. 6. ed.. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 9 .

luto”. Pode-se dizer, com base na afirmação de Agnes Heller, que a *liberdade de imprensa* também participa “da invencibilidade da substância humana”.

A compreensão da *liberdade de imprensa*, em sua dinâmica própria – ativa entre o espaço do poder e a defesa dos direitos do cidadão –, ocupando a dimensão de grande valor ético para a imprensa e empresa jornalística é uma exigência e um desafio. Ao se dar conta da dinâmica própria da vida e da multiplicidade das relações que envolvem a constituição destas relações e sua história, a própria vida se coloca como imperativo ético para a evolução dos conceitos e a possibilidade de escapar da atual armadilha do neoliberalismo que, tendo a imprensa como refém e cúmplice, utiliza-se da própria *liberdade de imprensa* para impor o seu poder totalitário aos cidadãos. Compreendida a armadilha é necessário fugir dela, porém, esta é uma ação de difícil execução, e o será sempre mais complexa quanto melhor e mais elaborada for a armadilha. A história seguirá incontinentemente o seu caminho. É a ação humana que pode lhe ditar outros rumos:

A história é talvez a mais cruel de todas as deusas e conduz seu carro triunfal sobre montes de cadáveres, não somente na guerra, mas também no desenvolvimento econômico 'pacífico'. E nós homens e mulheres, somos infelizmente tão estúpidos que nunca tomamos coragem para empreender o progresso real a menos que sejamos pressionados por sofrimentos que parecem desproporcionais¹³⁵

Como deusa cruel, a história tem apresentado os cadáveres multiplicados pela ganância produzida no mundo dominado pela ideologia neoliberal. Não é possível aceitar, em nenhuma hipótese, que este seja o preço a pagar pelo desenvolvimento. Não se pode ver com

¹³⁵ Carta de 24 de fevereiro de 1893 para Danielson em *Karl Marx an Friedrich Engels: correspondence 1846-1895, 1934*, p. 510 in .CARR, Edward Hallet. *O que é história*. 8, ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 115.

olhos pacíficos a morte de inocentes como se este fosse o ‘custo do progresso’¹³⁶. Pelo contrário, é preciso perceber que o poder econômico, capitaneado pelo lucro, não é bom conselheiro para que se possa empreender, em longo prazo, a odisséia da humanidade no planeta Terra. É necessário que o pêndulo do poder reequilibre-se cabendo à democracia o comando do Estado¹³⁷. Os problemas da democracia, e são muitos, precisam ser enfrentados com aqueles instrumentos ao alcance do cidadão, e neste caso, a *liberdade de imprensa* é um dos valores por excelência para a construção democrática.

As exigências éticas pontuadas aqui não formam, nem tinham a intenção de formar, ou dar o modelo de um novo *código de ética* para a imprensa ou para a empresa jornalística. Desde o início deste trabalho buscou-se priorizar a dinâmica própria dos conceitos apresentados, e insistiu-se na necessidade de percebê-los em sua dinâmica própria e em sua influência nas diversas relações em que se inserem, sejam relações de poder ou de defesa da cidadania. Tecer regras de conduta ou enumerar aquelas ações que podem ou não ser praticadas seria negar todo este processo dinâmico da elaboração do conceito dentro das relações às quais per-

¹³⁶ "Em História a questão às vezes é discutida sob a rubrica 'custo do progresso' ou 'o preço da revolução'. Isto pode dar errado. Como Bacon diz no ensaio *On innovations*, 'a retenção teimosa de um costume é uma coisa tão turbulenta quanto uma inovação'. O custo da preservação cai tão pesadamente sobre os desprivilegiados quanto o custo da inovação sobre aqueles que perdem seus privilégios. A tese de que o bem de alguns justifica o sofrimento de outros está implícita em qualquer governo e é uma doutrina tão conservadora quanto radical. O Dr. Johnson invocou vigorosamente o argumento do menor mal para justificar a manutenção das desigualdades existentes: 'Que alguns sejam felizes é melhor do que nenhum ser feliz, o que seria o caso num estado geral de igualdade'. (CARR, Edward Hallet. *O que é história*. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 113).

¹³⁷ "A economia não tem mais essa natureza. Transformou-se na técnica de enriquecimento linear e cada vez mais crescente às custas das classes menos abastadas e da natureza. Então, há que se submeter a economia à política e aprender a primeira lição de Marx, que nunca devemos nos esquecer: a economia não é um subcapítulo da Matemática e da Estatística — possivelmente essa compreensão preside o Banco Central. A economia é um capítulo da política, porque é na política que os seres humanos decidem as formas de produzir, as maneiras de distribuir e estabelecem os consensos de como, juntos, viver e sobreviver." (BOFF, Leonardo *Câmara dos 500 anos - Parlamento Brasileiro – História e Perspectivas Ética, Democracia e Parlamento no Brasil*. n/c. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/boff/boff_etica.html>. Acesso em: 8/11/2005).

tence. Acredito que o imperativo ético que move o ser humano não se produz nas linhas da lei, mas no caráter daqueles que não suportam permanecer em silêncio ao perceberem a violência do totalitarismo econômico que mata crianças de fome em todo o mundo. Com a imagem da deusa história conduzindo “seu carro triunfal sobre montes de cadáveres” (Marx) desejo repetir a citação que abriu este capítulo:

Em todos os jornais e estações de rádio e televisão há repórteres e editores que sentem que não estamos realmente transmitindo as dimensões mais amplas do nosso tempo, mas principalmente a brutalidade, a disputa e a friabilidade de nossa época. Em todas as escolas e universidades, no Congresso e no Executivo, há a mesma minoria insatisfeita com a diferença entre o que é e o que devia ser. Contudo, todos estes lugares estão cheios de homens derrotados que tentaram e falharam, decidindo afinal que era mais fácil ceder às pressões, do que resistir e lutar por seus ideais.

4 A LIBERDADE DE IMPRENSA E A EMPRESA NO *JORNAL ANJ*

Nos três primeiros capítulos, trabalhei a *liberdade de imprensa* focado na dinâmica de suas relações: o poder, que através da história deslocou-se como um pêndulo do político para o econômico; os direitos do cidadão, que na mesma dinâmica, progredem – ou deveriam evoluir – a cada nova investida autoritária do poder. Para entender esta dinâmica e seus processos foi necessário analisar, na história da imprensa, a sua evolução e transformação: a imprensa transforma-se em empresa, em multinacional, em grandes conglomerados de comunicação. A decisão de avaliar criticamente este processo me aproximou, na pesquisa, das ações e decisões dos donos de jornais. Os textos escolhidos, em grande parte, apresentam a relação do dono do empreendimento nessa transformação e os percalços enfrentados nessa evolução, somado a isso a evolução do próprio conceito de *liberdade de imprensa*. Com isso, até por uma necessidade de delimitar o foco da pesquisa, afastei-me da saga de jornalistas e outras pessoas que contribuíram e ajudaram a construir esta história. A opção não foi por acaso, e tinha em sua base a percepção de que o grande conflito que desejo estudar situa-se neste espaço das relações humanas, onde o dono do jornal destaca-se: poder político/econômico; jornal/empresa/empresário; *liberdade de imprensa*/direitos/cidadania; *liberdade de imprensa*/marketing/lucro.

No estudo da história percebi que em alguns momentos, o dono do jornal – o empresário – ocupado em fazer seu negócio evoluir, transformava a *liberdade de imprensa* em seu melhor marketing, abandonado aquele que compreendo ser o elo vital da *liberdade de imprensa* – a defesa dos direitos do cidadão. Feito o levantamento histórico e crítico permanece a pergunta: *Como se relacionam com a liberdade de imprensa os donos de jornais no neoliberalismo?* Para tentar responder esta pergunta me propus a fazer uma análise de conteúdo do *Jornal ANJ*, informativo oficial da Associação Nacional de Jornais (ANJ) que congrega do-

nos de jornais em todo o Brasil.

A análise de conteúdo do *Jornal ANJ* traz para o momento atual algumas das relações pesquisadas na história. Donos de jornais, *liberdade de imprensa* e mercado formam um tripé que atravessa os dois últimos séculos de forma nem sempre equilibrada. Os interesses que movem a história pertencem a cada momento histórico, e por vezes a *liberdade de imprensa* é o farol que ilumina o fazer. Por vezes é o mercado a mola mobilizadora e a *liberdade de imprensa* está em segundo plano. Quando o lucro passa a ser a meta, o conceito básico da *liberdade de imprensa*, que se apresenta como um dos pilares de sustentação da democracia e da construção de uma sociedade mais humanizada, corre o risco de virar marketing, perdendo sua capacidade propositiva para a sociedade e suas qualidades mais elevadas.

4.1 - As características do *Jornal ANJ*

O *Jornal ANJ* é um tablóide de circulação mensal¹³⁸, impressão em cor (capa e contracapa, e algumas páginas internas) e PB. Circula normalmente com 24 páginas, algumas edições especiais com 36 ou 48 páginas. O objetivo do jornal está resumido na edição especial dos 20 anos da ANJ:

A edição número 1 do *Jornal ANJ* circulou em abril de 1985. Na capa, em preto e branco, só a manchete - *Quem são nossos leitores?* - Na página dois, a *Palavra do Editor*, na época Edgar Lisboa, anunciava os propósitos da publicação: prestar serviço, democratizar a informação, estimular o debate, divulgar os avanços técnicos e contribuir para o aperfeiçoamento legal, ético e tecnológico da imprensa brasileira. Desde o início foi definido que a circulação seria mensal, dirigida às empresas de comunicação, publicidade, propaganda e entidades de classe. 'O *Jornal ANJ* representa os interesses da Associação Nacional de Jornais, definidos em seu estatuto'¹³⁹

¹³⁸ Nos quase cinco anos que separam as edições escolhidas para a pesquisa e as edições atuais houve mudanças na periodicidade, o jornal passou a bimestral, e várias mudanças no layout.

¹³⁹ UM JORNAL para quem quer saber de jornais. *Jornal ANJ*, Brasília, Especial 20 anos, p. 17, Agosto/1999.

Em setembro de 1988, o jornal recebeu o projeto gráfico das edições que analiso. A capa é colorida e seu desenho está concebido em cinco colunas. É possível ver algumas capas no ANEXO M (p.248). Na parte mais alta da página, ocupando o espaço de lado a lado, está o nome do jornal em dois tons de azul, acompanhado da data.

Nas cinco colunas, a primeira da esquerda é ocupada por 4 ou 5 chamadas curtas (= **chamadas de coluna**), dando-se sempre destaque em primeiro lugar para um artigo. As outras quatro colunas serão distribuídas para a manchete, a sub-manchete e outras chamadas de capa. A **manchete** normalmente aparece com destaque de cor e tamanho. Esta chamada também é acompanhada de linha fina, texto e foto. A **sub-manchete** aparece em segundo plano. Destaca-se pelo tamanho e a cor e não está acompanhada de linha fina. Pode aparecer com um texto e foto. Em algumas edições é considerada sub-manchete a chamada de tamanho semelhante à chamada de capa, porém dentro de box, com texto e foto. As **chamadas de capa** são semelhantes às chamadas de coluna, podem estar acompanhadas de texto ou não. Raramente aparecem com fotos.

As páginas internas foram pensadas em uma diagramação básica de cinco colunas. Normalmente matérias e artigos têm o seu tamanho calculado para ocupar toda a página. Na parte superior fica o título em uma ou duas linhas, a linha fina, e/ou um olho, e/ou vinheta que pode ser uma foto ou desenho. Após o título, toda a primeira coluna da esquerda, tanto nas páginas ímpares ou pares, são ocupadas por uma foto/imagem e/ou olho que tenham alguma referência com o texto que ocupa as outras quatro colunas. Esta primeira coluna da esquerda e o espaço superior do título também são destinados a trabalhar com espaços brancos. Algumas páginas são em PB e outras em cor. A distribuição das páginas internas coloridas é variável, de edição para edição.

4.2 - Escolha dos documentos para a análise

A "regra da exaustividade"¹⁴⁰ levaria à analisar todas as edições desde 1985. Tendo em média 11 edições por ano, isso significaria um grande número de edições. Assim sendo achei por bem definir como tempo ideal para esta pesquisa os três últimos anos do governo de Fernando Henrique Cardoso (janeiro de 2000 a dezembro de 2002). Esse tempo procede, pois o final do seu segundo governo foi marcado pelo ingresso do Brasil no neoliberalismo. Durante os oito anos de governo de Cardoso houve uma implantação constante e conseqüente das regras do neoliberalismo na economia nacional formulando um amplo arco de negociações desde a abertura dos portos (que teve início no fim do governo Collor) até as privatizações e a aceitação tácita das regras do jogo ditadas pelo FMI e Banco Mundial, que se consolidaram por definitivo no último triênio de seu governo.

É previsto ao menos dois momentos na análise que levam em conta a "regra da homogeneidade".¹⁴¹ No primeiro momento o trabalho será feito sobre as capas dos jornais, analisando as manchetes, sub-manchetes, chamadas de capa e chamadas de coluna. As características dessas chamadas, em todas as edições estudadas, assemelham-se e todo o grupo dos jornais estudados mantém o mesmo design de página. No segundo momento, alguns editoriais de edições escolhidas serão lidos e trabalhados. Também aqui não será possível analisar todos os editoriais das edições estudadas. Para melhor aproveitamento do material, decidi destacar as edições mais próximas da eleição da diretoria da **ANJ**: uma antes e outra depois da eleição. Durante o período dos três últimos anos do governo de Fernando Henrique a **ANJ** teve duas eleições. Isso define um universo de quatro edições para análise. Escolhi ainda outras duas

¹⁴⁰ BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977. p. 36.

¹⁴¹ BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977. p. 36.

edições para ampliar o material de pesquisa. Para essas duas edições o critério foi temático. Um editorial sobre *liberdade de imprensa* e outro a empresa ou o mercado, dentro do período designado para a pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2002).

A escolha do ***Jornal ANJ*** para este trabalho se fez quase que automaticamente. Durante a pesquisa foi possível perceber que por diversas vezes são os donos de jornais que tomam a iniciativa de defender a *liberdade de imprensa*¹⁴². Por outro lado, também são eles os primeiros interessados em transformar o jornal numa empresa rentável. Não poucas vezes, as ações dos donos de jornais confundem-se entre a elevada inspiração da construção da democracia, a real participação na evolução dos melhores conceitos para o desenvolvimento da humanidade, e a necessidade de transformar a notícia em mercadoria lucrativa. Não é possível afirmar que lucro e *liberdade de imprensa* estão em lados opostos da história, mas é possível perceber que, na história, esse conflito é desgastante e ambíguo. Sendo o ***Jornal ANJ*** "representante oficial dos interesses da Associação dos Jornais", que é uma Associação dos donos de jornais, é importante realizar a análise de conteúdo desse material tendo em vista os temas que fazem parte desse trabalho: *liberdade de imprensa* e a empresa-jornal.

Trabalho com a seguinte hipótese. As manchetes e chamadas de capa de um jornal são as principais iscas para despertar a atenção do leitor. O ***Jornal ANJ*** considera "as empresas de comunicação, publicidade, propaganda e entidades de classe" como seu público alvo preferencial. Logo, a edição do jornal tem o maior interesse de despertar nesse público leitor a ne-

¹⁴² Reconheço, porém, que jornalistas e outros profissionais destacam-se na defesa da *liberdade de imprensa* e a sua defesa não é monopólio dos donos de jornais. Foi feita uma opção estratégica de se trabalhar dentro deste universo, pois parece-me o mais objetivo a fazer, uma vez que estou refletindo sobre o jornal como empresa e seus desdobramentos no uso da *liberdade de imprensa*.

cessidade de ler seu conteúdo, para que se cumpra o objetivo de sua existência: "prestar serviço, democratizar a informação, estimular o debate, divulgar os avanços técnicos e contribuir para o aperfeiçoamento legal, ético e tecnológico da imprensa brasileira". Manchetes e chamadas de capa, no meu entender, transformam-se em um termômetro eficaz para graduar os interesses que pautam os donos dos jornais em suas atividades. O objetivo é identificar, com base na análise de conteúdo nos parâmetros trabalhados por Laurence Bandin, o grau de interesse dos donos de jornais diante das duas questões debatidas nesse trabalho: a *liberdade de imprensa* e a empresa-jornal.

O trabalho concentra-se, num primeiro momento, sobre as capas, mais especificamente analisa as manchetes, sub-manchetes, chamadas de capa e chamadas de coluna. Assim o recorte do texto já está pré-definido e repete-se em sua forma em todos os exemplares avaliados. O meu trabalho é o de agrupá-los pelo seu conteúdo e avaliar estes novos grupos. Para que isso aconteça com isenção, foram pré-definidas algumas regras capazes de ajudar na distribuição das manchetes e das chamadas de capa e coluna em grupos distintos. Para checar e aprimorar esta decisão foi feito primeiro um trabalho com as manchetes.

Constituíram-se os grupos *liberdade de imprensa*, *empresa* e *outros*. As manchetes foram distribuídas nestes grupos, dando-se atenção à sua formulação e ao seu conteúdo objetivo. No caso de dúvidas, recorreu-se a leitura do texto da própria capa sob a referida manchete, ou mesmo ao texto da matéria como tal. Estas observações foram devidamente anotadas e podem ser lidas no APÊNDICE B (p. 188).

Para analisar as manchetes e as outras chamadas de capa utilizou-se uma enumeração que vai de -3 a +3 passando pelo 0 (zero). Para uma melhor visibilidade nos gráfico definiu-se que as chamadas de capa que fizessem qualquer referência à empresa seriam pontuadas no grupo do sinal *menos* (-). Por sua vez as chamadas sobre *liberdade de imprensa* reúnem-se no

grupo do sinal *mais* (+). Feita a primeira divisão conceitual era necessário valorar cada uma das partes que compõem a capa do jornal. Mais que sua localização ou espaço ocupado em cm/col, pareceu-me pertinente aproveitar a própria organização pré-estabelecida pelo editor do jornal. Na decisão do editor já é dada uma valoração que aponta para o maior interesse de um assunto sobre outros. Dessa forma, as manchetes receberam maior peso e as chamadas de capa e coluna o menor. Aquelas manchetes ou chamadas que não fazem qualquer referência a um dos temas escolhidos foram pontuadas pelo zero, não interferindo assim nas somas e porcentagens dos resultados finais da avaliação.

Esse trabalho de enumeração, para fins de comparação, será apresentado nos gráficos e relatórios.

O resultado final deste trabalho de enumeração precisa ser avaliado em contraste com o segundo momento em que alguns textos são estudados. A apresentação apenas da análise quantitativa das chamadas de capa pode construir um panorama incorreto da realidade e do trabalho.

Para orientar a análise identifiquei um grande número de itens que fazem referência à empresa: softwares, papel, custo, editoração, equipamentos, tecnologia, desenvolvimento, lucro, cotação do dólar e outros. Em sua própria estrutura, a *liberdade de imprensa*, se dispersa por um número menor de conteúdos: *liberdade de imprensa*, democracia, liberdade, ética, moral, liberdade de expressão, liberdade de informação.

4.2.1 - Primeira parte: análise de conteúdo das capas

A primeira parte divide-se em primeiro e segundo momentos. No primeiro momento trabalho apenas com as manchetes (4.2.1.1.) e no segundo as demais chamadas, primeiro individualmente e depois todas juntas, incluindo as manchetes .

4.2.1.1 - Trabalhando com as Manchetes

O primeiro trabalho com as manchetes foi distribuí-las em três grupos de conteúdo. O objetivo é perceber o tema de maior destaque. Os grupos são:

Grupo 1: manchetes que façam referência a *liberdade de imprensa* (valor +3)

Grupo 2 : manchetes que façam referência ao jornal empresa (valor – 3)

Grupo 3 : manchetes que não pertencem aos grupos anteriores (valor 0).

Grupo 1 (*refere-se à liberdade de imprensa*)

144 - Aprovada Lei mordaza

152 - **ANJ** tem nova diretoria

170 - Indústria da Indenização

175 - Ameaça à Liberdade

Grupo 2 (*refere-se ao jornal-empresa*)

176 - Hora da Eficiência

174 - **ANJ** reelege diretoria

173 - Tecnologia da qualidade

171 - Novos tempos para a mídia

169 - Emenda deve ser votada logo

168 - Jornais elevam participação

167 - Câmara aprova mudanças

163 - Busca de produtividade

161 - Jornais debatem o futuro

160 - Jornais voltam a crescer

159 - O impacto da crise de energia

158 - Jornais ampliam espaço

156 - Estratégias para crescer

155 - Preço do papel sobe mais

153 - Pressões sobre os custos

151 - Momento de definições nos jornais

150 - Preço do papel cria desafio

149 - Volta do crescimento

147 - Circulação em alta

145 - Novos jornais em cena

Grupo 3 (*não pertence a nenhum dos grupos anteriores*)

148 - Rio, capital dos jornais

162 - Pesquisa prova credibilidade

165 - Jornais debatem eleições

172 - **ANJ** cria plantão eleitoral

Resultado:

Total de jornais avaliados: 28

Faltam na coleção: 4 edições (146, 154, 157, 164)

Grupo 1: 4 (valor = +12)

Grupo 2: 19 (valor = - 57)

Grupo 3: 4 (valor = 0)

Criando material de apoio e gráficos

Para melhor compor o material a ser trabalhado, todas as chamadas de capa foram lançadas em programa de banco de dados que idealizei especialmente para este trabalho utilizando como ferramenta o software Microsoft Access. Este foi outro trabalho que desenvolvi buscando métodos adequados para a pesquisa em questão. Após algum trabalho de elaboração do banco de dados e de sua interface é possível dizer que foi uma atividade que muito contribuiu para o resultado final da pesquisa em questão. Explico o desenvolvimento desse material no APÊNDICE A (p. 180). Feito o lançamento das chamadas e enumerados, foi possível produzir diversos gráficos e relatórios que dão visibilidade aos resultados obtidos.

Via de regra, os gráficos em formato de coluna receberam em sua base (eixo das categorias) os números das edições do *Jornal ANJ* que estou avaliando. No lado esquerdo, na vertical (eixo dos valores) é possível ver o ponto zero e os valores positivos na parte superior do ponto zero, e os valores negativos, na parte inferior. A legenda identifica as cores para a

avaliação dos grupos. No canto esquerdo superior está identificado o objeto que está sendo analisado pelo gráfico (Manchete, sub-manchete....) O gráfico em colunas, que apresenta o resultado distribuído pelas edições, é acompanhado por um gráfico no formato de pizza, que demonstra seus resultados em porcentagens. O gráfico *pizza* trabalha com a soma dos valores atribuídos à chamada. Por, exemplo, se houver quatro manchetes para o grupo +3, o resultado será +12. O gráfico *pizza* apenas constata a existência do grupo que recebeu valor zero (0), porém o resultado de sua soma sempre será zero (0). Em todos os gráficos, o grupo que se relaciona à *liberdade de imprensa* (valor positivo “+”) está representado pela cor azul. O grupo que se refere ao jornal-empresa recebeu a cor vermelha. E o grupo que não faz referência a qualquer um dos dois temas pesquisados e recebeu valor igual a zero, terá a cor amarela.

Gráfico 1 . Posição das manchetes por edição do *Jornal ANJ*

Nas edições analisadas, apenas quatro manchetes referem-se à *liberdade de imprensa* e outras quatro referem-se a outros temas. Todas as outras se referem aos interesses do jornal enquanto empresa

Gráfico 2. Comparativo das manchetes.

O gráfico soma os valores que foram atribuídos às manchetes e dá a porcentagem que cada um dos grupos ocupa no todo. A cor amarela desaparece, pois ao somar as quatro manchetes com valor zero, o resultado é zero. Pode-se dizer que este é o gráfico da análise de conteúdo por excelência, pois é ele que soma e distribui no grupo a valoração atribuída a cada uma das manchetes.

Avaliando resultados

O primeiro contato com o material de pesquisa aponta para o maior interesse das manchetes do jornal pelos temas que se referem à empresa. A soma dos valores das manchetes que se ocuparam com o tema empresa resultou em 83% do todo. Pode-se perceber ainda que o grupo de jornais que se refere à *liberdade de imprensa* iguala-se ao *grupo outros*. É possível perceber isso no *Gráfico 1*. São quatro manchetes para *liberdade de imprensa* (azul) e quatro para outros temas (amarelo). As edições que foram pontuadas com o valor zero apresentam apenas um traço no gráfico (148, 162, 165 e 172).

4.2.1.2 - Trabalhando as outras chamadas

A segunda análise que proponho, é a verificação se há referências à *liberdade de imprensa* ou à empresa nas demais chamadas que compõem as capas:

Sub-manchete: refere-se às chamadas que ocupam a segunda metade da capa, com

maior destaque. Pode aparecer acompanhada de foto e texto, ou sozinha. A sub-manchete recebeu o valor **+2** (*liberdade de imprensa*) **ou -2** (*empresa*)

Chamada de capa: aparecem normalmente na parte inferior da capa, acompanhadas do número da página, às vezes com pequeno texto, raramente com foto. Recebeu o valor **+1** (*liberdade de imprensa*) **ou -1** (*empresa*).

Chamada de coluna : Normalmente há, no lado esquerdo da capa, uma coluna com pequenas chamadas, muito semelhantes às chamadas de capa. A chamada de coluna recebeu valor **+1** (*liberdade de imprensa*) **ou -1**(*empresa*). Todas as chamadas, independente de sua localização, que não façam referência aos temas escolhido, receberam o valor **zero (0)**.

4.2.1.2.1 - Chamada de capa

Gráfico 3 . Posição das chamadas de capa por edição

Cada chamada de capa analisada recebeu o valor “+1” (azul), quando se referia à *liberdade de imprensa*; “-1” (vermelho) ao se referir à empresa e “zero” (amarelo) quando se refere a outros temas não analisados neste trabalho. Normalmente as edições analisadas apresentam mais de uma chamada de capa. O gráfico mostra a posição de todas as chamadas que se referem à *liberdade de imprensa* (azul) e à empresa (vermelho) distribuídas nas diversas edições analisadas. Duas edições apresentam como resultado apenas um traço. Isso significa que nestas edições todas as chamadas foram pontuadas com zero e referem-se a outros temas, não tendo qualquer interferência no resultado dos temas pesquisados. As edições que foram pesquisadas e não aparecem neste gráfico não apresentaram nenhuma chamada de capa.

As edições 149 e 172 apresentam maior peso para o grupo da *liberdade de imprensa* (azul). Quatro edições (159, 161, 163 e 176) equilibraram seus resultados entre os dois temas estudados. Duas edições apresentam um traço como resultado, referem-se àquelas edições que todas as chamadas foram pontuadas com o zero. As outras quatorze edições mostram tendência para títulos que se referem à empresa (vermelho). As edições 144, 145, 148, 151, 170 e 175 não apresentaram nenhuma chamada de capa e por isso não aparecem no gráfico.

É visível a tendência para o lado de baixo do gráfico (vermelho), o que nos indica que a maioria das chamadas de capa está focada na empresa e esse resultado pode ser avaliado melhor no gráfico a seguir.

Gráfico 4 . Comparativo das chamadas de capa.

O gráfico analisa a soma dos valores atribuídos às chamadas de capa. O resultado avalia como o conteúdo das chamadas de capa distribui-se entre a *liberdade de imprensa* (azul) e empresa (vermelho). Os outros temas (amarelo), que receberam valor zero, não interferem no resultado deste gráfico. Destaca-se que, para fins de análise de conteúdo, *liberdade de imprensa* obteve 20% das chamadas de capa contra 80% das que se referem à empresa.

O gráfico faz a soma entre os resultados das avaliações atribuídas a cada chamada de capa nas edições dos jornais analisados. Dessa maneira o amarelo aparece como zero e o azul soma 8 pontos ou 20%. A soma dos valores que representam a empresa ocupa 80% do gráfico. É possível afirmar que as chamadas de capa concentram-se sobre os temas que se referem à empresa, deixando uma pequena fatia para a *liberdade de imprensa*.

4.2.1.2.2 - Chamada de coluna

Gráfico 5 . Posição das chamadas de coluna por edição.

Apresenta, por edição, todas as chamadas de coluna conforme a sua atribuição de valor: “+1” para *liberdade de imprensa* (azul) e “-1” para *empresa* (vermelho). As chamadas de coluna que se referem a outros temas (amarelo) e receberam valor zero não aparecem no gráfico. As edições que foram trabalhadas e não aparecem neste gráfico não têm chamada de coluna (149 e 162).

Na comparação deste gráfico com gráfico 3 (*Posição das chamadas de capa por edição*) é possível perceber que, nas chamadas de coluna, um número maior de edições ocupa-se com o tema da *liberdade de imprensa*. As edições 153 e 167 destacam-se pelo fato de apresentarem resultado “+1” e “+2” (azul) e aparecerem sem a incidência de uma chamada com valor negativo. Nas chamadas de coluna, estas duas edições dedicaram-se mais ao tema da *liberdade de imprensa* e a outros temas (valor 0). A edição 156 também teve um maior número de chamadas destacando a *liberdade de imprensa*. As edições 147, 155, 158, 168 e 173 equilibraram suas opções entre os dois temas estudados. As outras edições dão maior peso pa-

ra os títulos que se referem à empresa. Uma leitura geral do gráfico mostra maior incidência do tema empresa, como se vê no gráfico 6:

Gráfico 6 . Comparativo das chamadas de coluna.

O gráfico soma os valores que foram atribuídos às chamadas de coluna; o grupo amarelo desaparece, pois teve atribuição zero. Nas chamadas de coluna, a *liberdade de imprensa* (azul) ocupou 25% das chamadas enquanto temas que fazem referência à empresa (vermelho) ocuparam 75% das chamadas. É visível o destaque dado para o tema empresa neste item. Entre os grupos analisados, esta é a maior porcentagem que a *liberdade de imprensa* atingiu em toda a pesquisa.

O gráfico apresenta a soma dos valores definidos para as chamadas de coluna referentes ao seu conteúdo. Novamente o assunto empresa ganha maior destaque (vermelho 75%). A *liberdade de imprensa* é representada aqui em 25% do total dos valores atribuídos (azul). Ainda nas chamadas de coluna é possível perceber um nítido direcionamento aos temas que se referem à empresa, mas já há maior concentração de chamadas com o tema *liberdade de imprensa*.

4.2.1.2.3 - Sub-manchete

Gráfico 7. Posição das sub-manchetes por edição.

Entre todas as edições analisadas, apenas quatro ocuparam o espaço da sub-manchete para dar destaque ao tema *liberdade de imprensa* (azul). Em cinco edições a sub-manchete foi pontuada com o número zero (152, 159, 163, 173 e 176). A edição 159 teve duas sub-manchetes pontuadas com zero. Há também outras edições com duas sub-manchetes, porém, em todos os casos a segunda sub-manchete refere-se a outros temas e receberam o número zero (156, 158). As edições trabalhadas que não aparecem neste gráfico não tinham sub-manchete (147, 149, 162 e 174). A maioria das edições optou por destacar na sub-manchete matérias relacionadas com o tema empresa (vermelho).

A sub-manchete, normalmente aparece uma única vez por edição. Nas raras vezes que foram encontrados duas sub-manchetes, uma delas obteve valor zero (0), tendo assim pouca influência no resultado. Apenas a edição 159 teve suas duas sub-manchetes marcadas por zero. O gráfico das sub-manchetes tem um resultado semelhante ao das manchetes. Em todo o universo pesquisado, apenas quatro edições tiveram suas sub-manchetes dedicadas ao tema da

liberdade de imprensa. A maioria das sub-manchetes dedicaram-se à temas relacionados com empresa. Em cinco edições as sub-manchetes aparecem com o valor zero.

Gráfico 8 . Comparativo das sub-manchetes.

As sub-manchetes também se dedicaram muito mais aos assuntos relacionados ao tema empresa, resguardando apenas uma pequena fatia para *liberdade de imprensa*.

A soma dos resultados apresentada pelo gráfico deixa claro o absoluto interesse pelos temas que se referem à empresa (79%). Por outro lado, também aqui marca presença o tema *liberdade de imprensa* (21%). Em uma leitura geral dos gráficos apresentados até aqui, pode-se perceber que o tema *liberdade de imprensa* esteve presente em todos os grupos de chamadas analisados. Destaca-se ainda que em todos os grupos *liberdade de imprensa* obteve, em porcentagem, um valor muito semelhante: manchetes 17%, sub-manchetes 21%, chamadas de capa 20%, chamadas de coluna 25%.

Os dois temas pesquisados aparecem em todos os grupos definidos para avaliação nas capas do **Jornal ANJ**: manchetes, sub-manchetes, chamada de capa e chamada de coluna. Em nenhum desses grupos, a *liberdade de imprensa* obteve destaque no seu conjunto, mas esteve presente em todos os grupos, mantendo uma média de quase 21% (*exatamente 20,75%*) de comparecimento em relação ao todo.

4.2.1.3 - Unindo resultados

Após analisar os gráficos de 1 a 8, que apresentam os resultados da contagem por grupo dos itens extraídos das capas das edições pesquisadas, é possível reunir todos os resultados em um gráfico para visualizar a totalidade da pesquisa:

Gráfico 9. Posição geral das manchetes, sub-manchetes, chamadas de coluna e de capa.

No gráfico, todos os itens a baixo da linha do zero referem-se à empresa. Aqueles itens que aparecem para cima da linha do zero referem-se à *liberdade de imprensa*. Dessa forma é possível mapear exatamente onde se encontram todas as manchetes, as sub-manchetes, as chamadas de capa e as chamadas de coluna que fazem referência aos temas pesquisados. Por exemplo, as manchetes, representadas aqui com a cor verde, receberam o valor +3 quando se referiam à *liberdade de imprensa* e -3 ao se referirem à empresa. O gráfico 9 não soma os valores atribuídos, apenas justapõe cada um dos itens analisados conforme sua disposição em relação ao nível zero: (-) menos para os itens que se referem à empresa, (+) para os itens que se referem à *liberdade de imprensa*.

No gráfico 9 é possível ver todos os elementos das capas analisados em cada uma das edições do *Jornal ANJ*. Só não aparecem aqui aqueles elementos que receberam valorização zero. Por exemplo, na edição 144, a sub-manchete e duas chamadas de coluna receberam valorização negativa e referem-se ao tema empresa. Nesta mesma edição, a manchete e uma cha-

mada de coluna referiu-se à *liberdade de imprensa*. Vejamos como isso aparece no relatório detalhado:

144		
Coluna, Chamada de		
-1	ANJ cria núcleo para atender o mercado	
-1	Publicidade retoma o crescimento	
0	Novo jornal de economia sai em abril	
1	Jornalista Sório ganha a Pena de Ouro	
Resumo para 'grupo' = Coluna, Chamada de (4 registros)		Soma -1
Manchete		
3	Aprovada a lei mordaza	
Resumo para 'grupo' = Manchete (1 registro)		Soma 3
Sub-manchete		
-2	Tempo de definições	
Resumo para 'grupo' = Sub-manchete (1 registro)		Soma -2
" 144 (6 registros)		Soma 0

Tabela 1. Detalhamento da contagem de todos os itens da capa na edição 144 do *Jornal ANJ*

A *Tabela 1* detalha como foi feita a definição da pontuação para cada um dos temas da capa e suas respectivas somas. A edição 144 não teve chamada de capa. No *Gráfico 9* não aparece a cor da chamada de capa. A *Tabela 1* apresenta quatro chamadas de coluna identificadas com suas respectivas valorações. No *Gráfico 9* é possível ver ainda a posição das chamadas de coluna: uma recebeu pontuação “0” e não aparece no gráfico, duas receberam “-1” e estão representadas abaixo da linha do zero. Uma chamada de coluna, pontuada com “+1”, aparece na parte superior do gráfico. A manchete aparece na parte superior do nível zero e a

sub-manchete no lado inferior do gráfico. É possível identificar estes valores no *Tabela 1*. Portanto, no *Gráfico 9* todas as chamadas de coluna, as chamadas de capa, as manchetes e as sub-manchetes estão identificadas e aparecem com sua pontuação original, sempre que não são identificadas com o valor zero.

Mais uma vez, no *Gráfico 9*, é possível ver a precedência do tema que se refere à empresa, identificados pelas colunas que estão na parte debaixo do nível zero. A *Tabela 2* faz a leitura da soma de todos os elementos na edição 144. O valor da manchete foi somado ao valor da sub-manchete, aos valores das chamadas de capa e aos valores das chamadas de coluna. Vejamos como fica isso no jornal 144.

<i>Edição n.º 144</i>	
Chamada de Coluna	-1
	-1
	0
	1
Manchete	3
Sub-manchete	-2
Soma da edição 144	0

Tabela 2. Soma dos itens analisados na capa da edição 144

Portanto, no *Gráfico 10*, que apresenta a soma de todas as edições, para a edição 144 não haverá qualquer marcação. Isso indica que na edição 144 houve um equilíbrio entre os temas que estão sendo analisados: *liberdade de imprensa* e *jornal-empresa*. As colunas que aparecerem para o lado de cima da marca zero identificam edições que tiveram na soma geral da pontuação uma tendência para o tema *liberdade de imprensa*. As colunas que estiveram

para baixo da marca zero, indicam que a soma dos elementos por edição apontam tendência para os temas referente à empresa. Vejamos o gráfico:

Gráfico 10. Soma geral dos valores entre manchetes, sub-manchetes, chamadas de capa e chamadas de coluna.

Este é o gráfico da análise de conteúdo por excelência. Nele todos os itens analisados tiveram seus valores somados e produziram um resultado único por edição. Por exemplo: a edição 144 obteve uma manchete que se referia a *liberdade de imprensa* (+3), uma sub-manchete que se referia à empresa (-2) e uma chamada de coluna que se referia à *liberdade de imprensa* (+1) e duas que se referiam à empresa (-2). A soma de todos estes valores é igual a zero (0). $\{+3 +1 -2 -2 = 0\}$. A mesma operação foi feita em todas as outras edições e todas obtiveram valores a baixo da linha do zero, o que significa que na soma das atribuições dos valores de conteúdo, todas as edições apresentam maior tendência para o tema empresa. As edições 144, 170 e 175 apresentaram resultado zero, o que significa que, para essas três edições, houve equilíbrio entre os temas *liberdade de imprensa* e empresa. Para efeito visual e de comprovação de que o gráfico tem condições de apresentar resultado que mostrasse tendência para a *liberdade de imprensa* criei uma edição fictícia e a nomeei com o número 999 para fins de averiguação. Atribuí valores para cada uma das partes de forma a ter um resultado final +3. No canto direito do gráfico é possível ver a sua posição correta no gráfico, evitando qualquer possibilidade de o gráfico estar apresentando defeito ou erro em seu resultado.

O Gráfico 10, mostra que há, para o **Jornal ANJ**, um grande interesse pelos temas que dizem respeito à empresa-jornal. Na comparação com o tema *liberdade de imprensa*, é possível verificar que nas edições analisadas, três edições apresentam equilíbrio: as edições 144 e

170 e 175. A Edição 160 apresentou grande interesse pelo tema empresa. Vejamos o relatório discriminado da edição 160:

160		
Capa, Chamada de		
-1	Competição é maior desafio do futuro	
-1	Tecnologia acelera ritmo da inovação	
-1	Publicidade ainda subutiliza mídia impressa	
1	Pena de Ouro para jornalistas de Mianmar	
Resumo para 'grupo' = Capa, Chamada de (4 registros)		Soma -2
Coluna, Chamada de		
-1	Adoção do PDF resolve impasse e se generaliza	
-1	Técnica nacional revoluciona a utilização da cor	
-1	Comitê avalia os padrões salariais na mídia impressa	
-1	Transformações dos jornais é tema do Congresso	
0	Cobertura eleitoral será discutida em seminário da ANJ	
Resumo para 'grupo' = Coluna, Chamada de (5 registros)		Soma -4
Manchete		
-3	Jornais voltam a crescer	
Resumo para 'grupo' = Manchete (1 registro)		Soma -3
Sub-manchete		
-2	Campanha da ANJ recebe três prêmios	
Resumo para 'grupo' = Sub-Manchete (1 registro)		Soma -2
" 160 (11 registros)		Soma -11

Tabela 3. Detalhamento da contagem de todos os itens da capa na edição 160 do *Jornal ANJ*

Na edição 160 aparece uma única vez o tema *liberdade de imprensa*, ao falar da premiação da Pena de Ouro. A premiação tem relação explícita com a *liberdade de imprensa*, e por isso recebeu pontuação positiva. Por sua vez, as questões ligadas ao gerenciamento e organização da empresa aparecem em quase todos os títulos. A sub-manchete, sobre a campanha da **ANJ**, refere-se a publicidades veiculadas pela **ANJ** incentivando o anúncio na mídia

jornal. No caso da pesquisa recebe pontuação negativa, pois está diretamente relacionado ao setor comercial do jornal, à venda de publicidade.

Todos os itens avaliados estão discriminados no APENDICE B (*p. 188*). Neste apêndice é possível ver o ano e o mês do jornal, o enunciado das chamadas seguidas pela valoração na primeira coluna, a soma dos valores por edição na segunda coluna, e na última coluna da direita a soma dos valores passando por todas as edições.

4.2.1.4 - Avaliando a análise de conteúdo

Nos quatro grupos de chamadas demarcados para análise, percebe-se o maior interesse pelos temas que referem-se à empresa e ao mercado. Temas relacionados ao lucro, à otimização da empresa, ao custo de papel, à venda de publicidade ganham maior destaque no conjunto das edições.

As edições 144, 170 e 175 destacam-se por serem as únicas deste grupo que zeraram seus resultados. As chamadas que compõem estas capas são as seguintes:

144

Coluna, Chamada de

- 1 Publicidade retoma o crescimento
- 1 **ANJ** cria núcleo para atender o mercado
- 0 Novo jornal de economia sai em abril
- 1 Jornalista Sírio ganha a Pena de Ouro

Coluna, Chamada de (4 registros)

Soma -1

Manchete

- 3 Aprovada a lei mordça

	Manchete (1 registro)	Soma	3
	Sub-manchete		
-2	Tempo de definições		
	Sub-manchete (1 registro)	Soma	-2
" 144 (6 registros)		Soma	0

170

	Coluna, Chamada de		
-1	Nova edição do Prêmio de Criação ANJ		
-1	Mudam as fronteiras do Marketing		
0	A Tribuna chega aos 108 anos		
1	Comitê faz defesa da liberdade		
	Coluna, Chamada de (4 registros)	Soma	-1

	Manchete		
3	Indústria da indenização		
	Manchete (1 registro)	Soma	3
	Sub-manchete		
-2	Novo artigo 222 na Constituição		
	Sub-manchete (1 registro)	Soma	-2
" 170 (6 registros)		Soma	0

175

	Coluna, Chamada de		
-1	A Tarde chega ao seu 90 aniversário		

-1	Produtos de mídia mais consumidos	
0	Crise cambial diversifica o software	
1	Assassinado dono de jornal em Cuiabá	
	Coluna, Chamada de (4 registros)	Soma -1

Manchete

3	Ameaça à liberdade	
	Manchete (1 registro)	Soma 3

Sub Manchete

-2	Brasil, o mercado mais promissor	
	Sub Manchete (1 registro)	Soma -2

" 175 (6 registros de detalhe)	Soma 0
--------------------------------	---------------

É possível perceber que nestas três edições a manchete com referência ao tema da *liberdade de imprensa* foi significativa para o equilíbrio temático, uma vez que nos três jornais os outros grupos de chamadas apresentam tendência maior para a empresa.

Pode-se afirmar, após a avaliação deste material, que o *Jornal ANJ* dá maior destaque nestas edições escolhidas para os assuntos que se relacionam a empresa. Os temas relacionados à *liberdade de imprensa* também marcam presença, em menor escala. Isso demonstra que o tema da *liberdade de imprensa* ainda é uma preocupação dos donos de jornais, como vem acontecendo em toda a história do jornalismo, mas aparece em segundo plano em relação ao tema empresa.

O estudo de alguns editoriais do *Jornal ANJ* poderá ajudar na análise. Esta será a segunda parte do trabalho de análise de conteúdo. A análise crítica concentra-se em dados que possam apontar a tendência do texto em relação aos dois temas estudados: *liberdade de imprensa* e empresa.

4.2.2 - Segunda parte: Análise dos editoriais

Não existe democracia sem liberdade de expressão. Sem imprensa livre, a sociedade fica amordaçada e a cidadania, comprometida. A liberdade de imprensa deve garantir aos profissionais e às empresas de comunicação o exercício pleno da sua missão. Livre de ameaças, sem pressões, censura ou violência.¹⁴³

A leitura crítica dos editoriais do *Jornal ANJ* complementam o trabalho de análise de conteúdo. Nos editoriais escolhidos avalio se os temas *liberdade de imprensa* e empresa/mercado aparecem nos textos. Defini algumas regras antes de escolher os textos. Dentro do período designado para a pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2002) ocorreram duas eleições da Diretoria da ANJ. As diretorias da ANJ têm mandato de 2 anos. Decidi utilizar os editoriais das edições do *Jornal ANJ* que antecedem à eleição e também das edições lançadas imediatamente a seguir da eleição. O editorial é o espaço principal de opinião do jornal, onde o pensamento do jornal se define e, por vezes, explica a orientação dada para aquela edição. As edições escolhidas, antes e depois das eleições, foram definidas porque acredito que nessas edições está presente o principal pensamento da diretoria que termina e da diretoria que inicia seu mandato. Além dos quatro editoriais citados foram escolhidos outros dois por excelência do seu conteúdo em relação ao tema da dissertação: o editorial da edição de agosto de 2000, lembrando o falecimento de Barbosa Lima Sobrinho, apresentado na capa da edição como “um símbolo da liberdade e defensor da democracia”. O outro editorial escolhido, da edição de novembro de 2000, tem como título “Publicidade e liberdade” e debate a questão da publicidade da indústria do fumo.

¹⁴³ RELATÓRIO de Liberdade de Imprensa 2004. n/c. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/index.php?q=node/47>>. Acesso em: 23/12/2006

4.2.2.1 - Editorial: “Paulo Cabral, presidente da ANJ”

Fernando Martins – 09/2000

2
EDITORIAL

Paulo Cabral, presidente da ANJ

FERNANDO MARTINS

Durante os seis anos que se encerrarão a 11 de setembro de 2000 a **Associação Nacional de Jornais** tem sido presidida pelo jornalista Paulo Cabral. Escolhido em 1994 pela unanimidade de seus pares, foi por eles reconduzido à Presidência em 1996 e 1998.

Alguns números podem dar uma idéia do que esse período representou para os jornais brasileiros. Em 1994, a circulação média dos jornais diários brasileiros era de 5,895 milhões de exemplares/dia. No ano passado, chegava a 7,245 milhões de exemplares/dia. O faturamento do meio jornal passou de US\$ 904,6 milhões para US\$ 1,444 bilhão em 1998, valor que, em reais, foi preservado no ano passado. O número de afiliados à **Associação Nacional de Jornais** também cresceu, saltando de 92 em setembro de 1994 para 125 hoje.

Entretanto, não se pode expressar apenas em números a verdadeira medida do significado do período 1994-2000. Os jornais viveram uma fase de transição, criada pelo aprofundamento do processo de globalização e pela explosão das novas mídias, que tornou crucial uma série de decisões estratégicas da maior importância.

Nesse momento não lhes faltou a orientação e a assistência da ANJ. À defesa institucional do meio jornal somou-se um trabalho intenso, orientado pessoalmente por Paulo Cabral, para intensificar o debate em torno dos fatores-chave do desempenho do setor. Paulo Cabral nunca deixou de repetir incansavelmente, para maior efeito pedagógico, que qualidade é a solução.

Os jornais foram instados – e responderam com entusiasmo ao apelo – para investir maciçamente em tecnologia, circulação, marketing, atendimento publicitário, distribuição e, em especial, recursos humanos. Estabeleceram uma relação altamente profícua com as novas mídias, em especial a Internet. Hoje, a totalidade dos associados da ANJ está na Internet, diversos contam com portais próprios. Estabeleceram-se parcerias importantes, informatizaram-se as Redações, dezenas de parques gráficos foram instalados. Profissionais de todas as áreas jornalísticas foram qualificados. Tudo isso representou um investimento de várias centenas de milhões de dólares.

Ao mesmo tempo, Paulo Cabral conduziu energeticamente a luta permanente da ANJ pela liberdade de imprensa. Durante esses seis anos, denunciou toda e qualquer tentativa de se atingir a liberdade de expressão no País, desencadeando uma verdadeira cruzada contra a impunidade nos crimes que tenham como alvo jornais e jornalistas.

Poucos têm, no Brasil, biografia tão rica quanto a de Paulo Cabral. Sua gestão à frente da **Associação Nacional de Jornais** abrilhanta-a ainda mais. Ele defendeu os jornais e pensou no País. Já conta com o reconhecimento dos jornalistas e das empresas jornalísticas pelo que fez pela imprensa brasileira. A História certamente ampliará esse reconhecimento.

Esses seis anos têm sido muito bons para a ANJ. Têm sido muito bons para os jornais.

Analizando

O editorial elogia a atividade de Paulo Cabral, que cumpre seu terceiro mandato como presidente da associação, eleito em 1994 e reconduzido em 1996 e 1998. Faz o levantamento de suas atividades dos 6 anos de trabalho. Chama a atenção para o aumento de circulação dos jornais brasileiros e a ampliação do quadro de sócios da **ANJ**. Destaca que de 1994 a 2000 intensificou-se o processo de globalização que exigiu adaptação e abertura de novas frentes na **ANJ** e nas empresas jornalísticas. Para tanto houve incentivo pessoal de Paulo Cabral para o

investimento em “tecnologia, circulação, marketing, atendimento publicitário, distribuição e em especial, recursos humanos”. Esta também foi a época da informatização e implantação da Internet para a maioria dos jornais associados exigindo investimentos na qualificação profissional e compra de equipamentos. Antes de concluir, o editorialista destaca o empenho de Paulo Cabral na luta pela *liberdade de imprensa*: “Durante esses seis anos, denunciou toda e qualquer tentativa de se atingir a liberdade de expressão no País, desencadeando uma verdadeira cruzada contra a impunidade nos crimes que tenham como alvo jornais e jornalistas”. Por fim, reafirma o mérito pessoal de Paulo Cabral por sua atividade e dedicação.

A empresa e a *liberdade de imprensa* estão em destaque no editorial. Os temas respectivos a empresa – aumento de tiragem, faturamento e o encontro com as novas tecnologias - recebem destaque inicial.

A *liberdade de imprensa* é apresentado na lógica do confronto: “Paulo Cabral conduziu energicamente a luta permanente da **ANJ** pela *liberdade de imprensa*”. A *Liberdade de imprensa* ocupa espaço de destaque: é um bem pelo qual a **ANJ** se mobiliza. Demonstra ainda que Cabral ocupou-se com a *liberdade de imprensa* por todo o período em que esteve na presidência: “Durante esses seis anos, denunciou toda e qualquer tentativa de se atingir a liberdade de expressão no País, desencadeando uma verdadeira cruzada contra a impunidade nos crimes que tenham como alvo jornais e jornalistas”.

No contexto deste trabalho, destaco que é necessário muito cuidado com a associação feita entre ‘crimes que tenham alvo jornais e jornalistas’ e *liberdade de imprensa*. Acredito que a frase em questão não está errada, mas nos fornece bom exemplo para um exercício de reflexão. No caso, o ato de *atingir a liberdade de imprensa* foi associado a *impunidade nos crimes que tinham como alvo jornais e jornalistas*. Com esta lógica, corre-se o risco de se colocar a *liberdade de imprensa* na defesa dos jornais e jornalistas, o que seria um reducionis-

mo. A *liberdade de imprensa*, antes de defender a imprensa, permite que ela coloque-se a serviço das liberdades do cidadão e de sua cidadania. Uma vez que ela tenha saído na defesa do cidadão, e contra ela tenha sido praticado algum crime, aí sim, pode-se invocar a *liberdade de imprensa*. Acredito que esse exercício de reflexão é necessário para colocar a dinâmica da *liberdade de imprensa* em seu devido lugar. É lógico que em um editorial não se vai fazer toda esta manobra mental. A constância em pular o núcleo principal da proposta, transformando os meios na sua própria finalidade, pode nos fazer acreditar que esta é a sua única função. Por princípio, a *liberdade de imprensa* está a serviço da defesa dos direitos do cidadão e da sadia evolução da democracia.

Toda essa exposição faz sentido, pois, como já foi demonstrado, a maioria dos jornais está comprometida com o neoliberalismo e não com a democracia. Demonstrou-se ainda como, em sua própria definição, o neoliberalismo tenta subverter alguns dos princípios da democracia ao subtrair poder de decisão daqueles representantes eleitos pelo povo. Na esteira desse pensamento, é possível reler o editorial com maior atenção quando fala da globalização.

O editorial afirma que de 1994 a 2000 *intensificou-se o processo de globalização*. Pergunto: qual foi a ação da **ANJ** e dos associados? O editorial responde que tanto a **ANJ** como os jornais associados fizeram grande esforço de *adaptação*: abriram-se novas frentes e houve investimentos – em tecnologia, em circulação, em marketing, no atendimento publicitário, na distribuição e em recursos humanos. Pelo texto não é possível avaliar se os recursos humanos desenvolveram-se apenas nas áreas citadas, ou se houve investimento na formação dos jornalistas para que se capacitassem e entendessem criticamente o processo de globalização, para que pudessem informar bem seus leitores. É possível, porém, afirmar que, se o esforço foi de adaptação, certamente não houve qualquer preocupação de desenvolver quadros que pudessem analisar criticamente a globalização e ampliar o debate com os leitores. É possível enten-

der que, a princípio, a globalização era uma boa onda que chegava e era necessário se preparar tecnicamente para tirar o melhor proveito do novo processo. Daí os investimentos em marketing, atendimento publicitário, circulação e distribuição. Por último, e quase no mesmo pacote veio a informatização e implantação da internet. Também necessitou de qualificação de pessoal e compra de equipamentos. Novamente não é possível saber se houve preocupação em preparar profissionais que pudessem conduzir um debate público pelo jornal sobre tantas e tão radicais mudanças.

4.2.2.2 - Editorial: “Compromisso com o futuro”

Fernando Martins – 10/2000

2
EDITORIAL

Compromisso com o futuro

FERNANDO MARTINS

Uma vigorosa reafirmação do compromisso da **Associação Nacional de Jornais** com a liberdade de expressão marcou a posse da sua nova Diretoria, a 11 de setembro. O novo presidente Francisco Mesquita Neto destacou: “não admitiremos censura, cerceamento, pressões ou intimidações, e não serão poupados esforços para combater qualquer ameaça”. Ao longo de sua história, a ANJ tem sido um baluarte da luta pela liberdade de expressão em um país que nem sempre a preservou.

Em poucos períodos de sua vida o Brasil contou com a liberdade de imprensa de que desfruta hoje. Entretanto, como demonstrou o *Relatório Anual ANJ sobre Liberdade de Imprensa*, existem ainda hoje tentativas de impor restrições ao livre exercício do direito de informar e ser informado. Essas tentativas têm sua raiz no Estado – tanto no Executivo quanto no Legislativo ou no Judiciário – e em segmentos da sociedade que se sentem ameaçados pelo exercício dessa liberdade.

A nova Diretoria da ANJ tomou claro que não transigirá. A bandeira da liberdade de expressão será defendida pelos jornais brasileiros, sem medo e sem concessões, quaisquer que sejam as forças que contra ela se levantem.

Tanto na cerimônia de posse da Diretoria como em sua primeira reunião formal, a 20 de setembro, destacaram-se também outros compromissos programáticos. Não por acaso, nessa reunião discutiu-se o fortalecimento do meio jornal, com uma avaliação das atividades até agora realizadas nesse sentido pelo Núcleo de Mercado da ANJ. Trata-se de um trabalho de peso, que já começa a produzir resultados significativos. Também não foi por acaso que a pauta da primeira reunião incluiu o exame de um projeto destinado a distribuir bolsas de estudo de alto nível a profissionais de imprensa.

A qualificação de recursos humanos valoriza os jornais e lhes proporciona aquilo que o leitor mais deseja: um produto de qualidade.

Os jornais brasileiros vêm obtendo êxito, na difícil fase de transição que todas as mídias tradicionais vivem, por terem sabido adaptar-se aos novos tempos. Contam com uma agenda voltada para o futuro.

Reformas gráficas e editoriais, investimentos em tecnologia, criatividade na gestão, na publicidade e nas relações com o mercado, distribuição inovadora, tudo isso tem marcado as empresas jornalísticas brasileiras nos últimos anos. Esse processo continuará, acelerando-se até.

A **Associação Nacional de Jornais** participa do esforço por essa constante modernização. Pretende participar ainda mais. Os Comitês que a integram dinamizarão ainda mais seu trabalho, tendo como objetivo oferecer aos filiados as informações de que precisarem para sua atualização. Não apenas debaterão os grandes temas ligados às empresas de comunicação como procurarão disponibilizar novos conhecimentos e novas técnicas aos associados.

Nesse quadro, um empenho especial está reservado aos programas *Jornal na Educação*. Recente seminário realizado pela ANJ em Brasília mostrou a influência que esses programas exercem sobre os jovens em todo o mundo. O Brasil não constitui uma exceção. Uma educação que tenha como componente o contato permanente com a imprensa – e com uma imprensa independente – tende a formar cidadãos mais conscientes da importância das liberdades democráticas. A ANJ estimulará ao máximo o desenvolvimento de novos programas *Jornal na Educação*, assim como a consolidação dos já existentes.

A ANJ tem compromisso com a liberdade de expressão e com a modernização dos jornais brasileiros. Tem compromisso com o futuro.

Analisando

A *liberdade de imprensa* aparece no início do editorial com destaque. Deixa claro que o novo presidente, Francisco de Mesquita Neto, manterá a **ANJ** alerta na defesa dos direitos dos jornais. Em seguida, dedica-se aos outros compromissos da diretoria assumidos no dia da

posse e na primeira reunião formal da diretoria: fortalecimento do meio jornal e acompanhamento do Núcleo de Mercado da **ANJ**; projeto de qualificação de profissionais com distribuição de bolsas. Destaque para as inovações nas empresas jornalísticas com foco na atualização e modernização das empresas. O penúltimo parágrafo chama a atenção para o “empenho especial reservado aos programas *Jornal na Educação*” afirmando a importância que o programa tem no mundo com a juventude e na formação de cidadãos mais conscientes “da importância das liberdades democráticas”. O último parágrafo coloca lado a lado o compromisso da **ANJ** com a *liberdade de imprensa* e com a modernização dos jornais brasileiros.

A expectativa com a escolha dos editoriais se confirma mais uma vez: o editorial apresenta resumidamente a plataforma de trabalho da nova diretoria. E, novamente, os dois temas analisados aparecem em destaque.

Os três primeiros parágrafos versam sobre a *liberdade de imprensa*. Com algumas frases de efeito e citando entre aspas parte do discurso do novo presidente, Francisco de Mesquita Neto, o tema da liberdade de expressão ganha grande destaque. O editorial reafirma a importância histórica da **ANJ** na defesa da liberdade de expressão e demonstra que apesar de este ser um bom momento, há sérias tentativas de cercear os jornais. “Estas tentativas tem sua raiz no Estado – tanto no Executivo quanto no Legislativo ou no Judiciário – e em segmentos da sociedade que se sentem ameaçados pelo exercício dessa liberdade”. No terceiro parágrafo faz sua conclusão sobre o assunto: “A nova Diretoria da **ANJ** tornou claro que não transigirá. A bandeira da liberdade de expressão será defendida pelos jornais brasileiros, sem medo e sem concessões quaisquer que sejam as forças que contra ela se levantem”.

A leitura do editorial não deixa dúvidas do desejo da nova diretoria defender a *liberdade de imprensa*. A frase citada do novo presidente é curta mas objetiva: a **ANJ** defenderá a liberdade de expressão. Texto da página 5, na mesma edição, que noticia a posse do novo pre-

sidente, repete a mesma citação. Ao tratar das tentativas de restrição da liberdade de informação, o editorial cita o *Relatório Anual sobre liberdade de imprensa da ANJ*. Entre a matéria do relatório (p.4) e o editorial há possíveis discordâncias. O editorial afirma: “Estas tentativas tem sua raiz no Estado – tanto no Executivo quanto no Legislativo ou no Judiciário – e em segmentos da sociedade que se sentem ameaçados pelo exercício dessa liberdade”. No editorial a ação do Estado ganha destaque envolvendo os três poderes.

A matéria sobre o relatório das atividades do Biênio 1998-2000, *Momento de definição*, (p.4) tem como título “Só empresas fortes mantêm independência” acompanhado do destaque: “Relatório mostra que desafio maior dos jornais será a questão do financiamento num mercado publicitário fragmentado de múltiplas ofertas”. O texto da página 4 inicia com a seguinte afirmação de Paulo Cabral: “Somente empresas economicamente fortes e financeiramente saudáveis podem manter a independência, imprescindível para sustentar a liberdade e credibilidade”. Na coluna da direita, sob o título “Liberdade sobre ameaça” o texto comenta o *Relatório Anual ANJ sobre Liberdade de imprensa* : “Crescem as tentativas de impor restrições ao livre exercício de informar, tentativas de legislações restritivas e outras ameaças contra a imprensa brasileira: agressões, violências ataques e censura contra veículos de comunicação, seus proprietários e profissionais no exercício do dever”. Apesar do tom alarmante da denúncia, o resto do texto traz como concreto a impunidade diante de sete jornalistas assassinados entre 1995 e 1998. A tal legislação restritiva não aparece em nenhum outro texto nesta edição, como seria de esperar, dada a importância da denúncia. A existência de mais informações sobre tal legislação restritiva também referenciaria a afirmação do editorial ao colocar que os três poderes do Estado estão cerceando a *liberdade de imprensa*. A única referência a legislação que encontrei nesta edição está na página 5, na matéria que noticia a eleição do novo presidente e apresenta sua biografia. Transcrevo o texto:

O novo presidente da **ANJ** criticou as restrições de capitalização criadas pelo artigo 222 da Constituição Federal porque dele constam duas imposições incompreensíveis no mundo atual: a de que apenas pessoas físicas possam deter a propriedade de empresa de comunicação, e a de que a elas não tenha acesso o capital estrangeiro.

Para ele a proposta de emenda constitucional em tramitação no Congresso Nacional, se aprovada, amenizará esse anacronismo prejudicial às empresas de comunicação. ‘Trata-se de proposta sensata e coerente, merecedora de nosso empenho por sua rápida votação. Estaremos, porém, atentos para reservar sempre o controle das empresas de comunicação em mãos de brasileiros’.¹⁴⁴

A ausência de informação, nesta edição do *Jornal ANJ*, não permite afirmar que tanto o editorial – “estas tentativas tem sua raiz no Estado – tanto no Executivo quanto no Legislativo ou no Judiciário” – quanto a matéria da página 4, *Liberdade sobre ameaça* – “Crescem as tentativas de impor restrições ao livre exercício de informar, tentativas de legislações restritivas” – estejam referindo-se ao artigo 222 da Constituição. Porém esta é a única citação de legislação em toda a edição e, nesse caso, não é possível falar em questões ligadas a *liberdade de imprensa*. O uso da *liberdade de imprensa*, nesses casos, a transforma em instrumento a serviço dos benefícios e isenções desejados pelos donos de jornais. A *liberdade de imprensa* é importante para a evolução da democracia e cumpre papel ímpar na defesa dos direitos do cidadão. Por extensão, os jornais, que assumem esta defesa, precisam ter garantias e segurança para exercer o seu trabalho. Porém, o uso da ‘senha’ da *liberdade de imprensa* na busca de benefício próprio é uma das formas de desgastar imagem tanto do jornalismo quanto da própria *liberdade de imprensa*.

Outro fato que o editorial não destacou, está no relatório de atividades do biênio 1990-2000. Paulo Cabral demonstra a importância das empresas estarem economicamente saudáveis para manter a liberdade. Ele percebe a possibilidade do poder econômico cercear a *liber-*

¹⁴⁴ ASSUMIR presidência da.....Jornal ANJ, outubro/2000. p. 5.

dade de imprensa. Porém, a solução dada deixa possíveis lacunas. A matéria da página 4 afirma: “Paulo Cabral recomendou que os jornais devem buscar seu diferencial no binômio conteúdo-postura. ‘Conteúdo com informação, análise, opinião, serviços, embalado em correção e ética, postura de companheiro do cliente, seja leitor seja anunciante’. Tendo nos anunciantes verdadeiros parceiros e construindo soluções em conjunto, Cabral disse que para o conteúdo a palavra-chave é credibilidade; para a postura é solidariedade”. Vários dos autores pesquisados afirmam que esta parceria e solidariedade com o anunciante podem reverter em processos de cerceamento da *liberdade de imprensa*. Ou o jornal vai denunciar irregularidades de um governo de estado que financia um caderno inteiro em uma de suas edições? Como se posiciona o jornal diante das arbitrariedades da diretoria de uma indústria qualquer quando esta mesma indústria anuncia diariamente em suas edições uma vez que a palavra chave para a postura é solidariedade? A percepção do problema, parece-me correta, sua solução ainda precisa amadurecer mais, pois este é, na verdade, o nó górdio da questão, a partir do momento que é o poder econômico que dá as cartas em nossa sociedade. Causa ainda alguma estranheza, leitor e anunciante serem chamados de clientes, e, em seguida, os anunciantes são chamados de parceiros convocados para soluções em conjunto. A relação mais combativa do jornal, na defesa dos direitos do cidadão, ficou em segundo plano.

4.2.2.3 - Editorial: “Encontro Anual de Tecnologia”

**<http://www.anj.org.br/jornalanj/index.php?q=node/45>
Fernando Martins - 09/2002**

Foi extremamente produtivo o encontro anual do Comitê de Tecnologia da Associação Nacional de Jornais, realizado de 25 a 29 de agosto, no hotel Sheraton & Towers, Rio de Janeiro. Manteve-se uma tradição, iniciada com o primeiro desses encontros: uma oportunidade ímpar para troca de experiências e para atualização, de forma a se conhecer e

difundir as mais modernas iniciativas do setor. Uma das principais razões pelas quais os jornais brasileiros conquistaram seu espaço atual e as empresas editoras conseguem enfrentar em boa posição as vicissitudes da economia brasileira foi o maciço investimento em tecnologia. Nos últimos dez anos, os jornais do País aplicaram várias centenas de milhões de dólares na sua infra-estrutura tecnológica, com excelentes resultados. Graças a essa postura, contamos hoje com jornais que figuram entre os mais sofisticados do mundo. O Comitê de Tecnologia da **ANJ** teve méritos próprios no desenho desse quadro. Manteve-se permanentemente ativo, acompanhando as experiências de todo o mundo e disponibilizando-as para os associados. Acima de tudo, cumpriu os objetivos listados por seu diretor Paulo Novaes, também diretor de Tecnologia de O Globo: -prover informações sobre novidades tecnológicas; -compartilhar experiências de sucesso na implantação de tecnologia em empresas jornalísticas; - discutir tendências e experiências na busca de produtividade e excelência gerencial; - buscar sinergia e cooperação com outros órgãos de classe no Brasil e no exterior. Nesse sentido, o encontro que terminou há pouco constitui um marco. Em uma comprovação do respeito alcançado pela mídia impressa brasileira nessa área, o evento foi realizado em conjunto com a Asociación Técnica de los Diarios Latinoamericanos (ATDL), entidade que congrega 36 dos mais importantes jornais do continente americano e que representa 14 países da região. No decorrer do encontro, examinaram-se diversas questões pela primeira vez em um seminário do gênero. É o caso, dentre outros, dos procedimentos para o gerenciamento de cor, de forma a garantir a qualidade na impressão. É o caso, também, da automatização do mailroom, pouco utilizada no Brasil, que permite reduzir os custos do encartamento e viabilizar maior personalização do produto. Ou, ainda, da automação do processo de produção, de modo a diversificar versões digitais de acordo com perfis regionais de leitores. Dirigentes de empresas jornalísticas brasileiras – como Cristiano Nygaard, de Zero Hora, Renato Simões, de A Tarde, ou Gelson Costa, de O Globo, para citar apenas alguns – puderam mostrar as respostas dadas a importantes desafios gerenciais. E fornecedores das mais diversas áreas exibiram produtos de interesse das empresas jornalísticas. Uma preocupação permeou todas as exposições, todos os debates, todas as atividades do evento. É a preocupação com a qualidade, que se tornou um dos mais importantes elementos da cultura das empresas jornalísticas brasileiras. O foco no leitor e a disposição de lhe oferecer o melhor vem marcando os jornais do País. A **ANJ** se orgulha de partilhar essa visão.

Avaliando

O editorial comenta o encontro anual do Comitê de Tecnologia da Associação Nacional de Jornais. Atesta a qualidade dos jornais brasileiros e confirma seu desempenho graças aos vultosos investimentos feitos em tecnologia. Informa que o evento foi realizado em conjunto com a Asociación Técnica de los Diarios Latinoamericanos (ATDL), entidade que congrega 36 dos mais importantes jornais do continente americano e que representa 14 países da região. Destaca alguns dos assuntos discutidos: procedimentos para o gerenciamento de cor,

automatização do mailroom, automação do processo de produção, desafios gerenciais. Comunica ainda a presença de diversos fornecedores no evento e conclui “O foco no leitor e a disposição de lhe oferecer o melhor vem marcando os jornais do País. A ANJ se orgulha de partilhar essa visão”

Este é o primeiro dos editoriais escolhidos que não cita a *liberdade de imprensa* e concentra-se do início ao fim em um único tema. Apesar de sua conclusão apontar o compromisso com o leitor, e de alguma forma o leitor realmente se beneficiar com a evolução tecnológica, sabe-se que o foco do desenvolvimento tecnológico está voltado para o mercado publicitário, que exige, cada vez mais, maior nitidez e beleza nos anúncios (gerenciamento de cor), a produção de encartes personalizados e dirigidos (automatização do mailroom e, por fim, é preciso estar atento aos custos para não se perder na concorrência (automação da produção e processos gerenciais). Pode-se dizer que este editorial foca apenas um dos assuntos dois assuntos pesquisados: a empresa, o mercado. Esse encontro busca dar resposta às necessidades do jornal como empresa.

Destaco apenas, em relação da *liberdade de imprensa*, a afirmação do editorialista: “Nos últimos dez anos, os jornais do País aplicaram várias centenas de milhões de dólares na sua infra-estrutura tecnológica, com excelentes resultados”. Diversos autores citados na pesquisa alertam que quanto maiores são as necessidades econômicas para manter um jornal, maiores são os riscos de o jornal submeter-se ao poder econômico e aceitar imposições e subvenções. Se por um lado, a partir do editorial não é possível falar sobre a relação dos jornais com a *liberdade de imprensa*, por outro, comprova-se aqui que os jornais têm, cada vez mais, maior necessidade de caixa para manterem-se atualizados e para acompanhar o rápido desenvolvimento tecnológico. Afinal o editorial fala em “centenas de milhões de dólares”.

4.2.2.4 - Editorial: “Pensando no futuro”

<http://www.anj.org.br/jornalanj/index.php?q=node/44>

Fernando Martins - Diretor Executivo da ANJ, 10/2002

A Associação Nacional de Jornais inicia um novo biênio de gestão acrescentando duas linhas de ação às que vêm sendo desenvolvidas. Trata-se de uma definição estratégica adotada pelo presidente Francisco Mesquita Neto. A primeira delas é a ênfase à capacitação profissional, com prioridade a três áreas: tecnológica, objeto de investimentos maciços na última década; comercial, em particular na de vendas, tornada estratégica pela rápida evolução do mercado; enfim, as Redações, aprofundando e ampliando as oportunidades de aprimoramento. Em todos os casos, a multiplicidade de enfoques indispensáveis à qualificação dos recursos humanos torna altamente recomendável que se recorra a parcerias. O fortalecimento de iniciativas que visem a ampliação do número de leitores e a incorporação de novos segmentos, em especial o composto pelo público mais jovem, constitui a segunda linha de ação. Tem-se um ponto de partida para esse esforço, o Programa Jornal na Educação, que vem acumulando bons resultados, mas que deve ter sua prioridade reforçada para a **ANJ**. Não apenas se deverá incrementar as iniciativas já existentes, como desenvolver outras estratégias para atingir os públicos-alvo. Mas, uma vez mais, deverá a **ANJ** abrir-se a novas parcerias destinadas a criar massa crítica e caminhos diferenciados. Nos dois casos trata-se de uma aposta no futuro. A ampliação contínua do número de leitores é, obviamente, indispensável para a rentabilidade da mídia impressa. É, também, um pré-requisito para que cumpra sua missão de responsabilidade social, a formação de cidadania, de que os jornais estão cada vez mais conscientes. A qualificação de recursos humanos em áreas estratégicas torna-se imprescindível no momento em que se aceleram, com rapidez vertiginosa, os desafios de competitividade. Essas duas linhas de atuação não significam, obviamente, que a Associação Nacional de Jornais deixará de lado, por um momento que seja, as prioridades mantidas ao longo dos anos. Caracterizadas pela renovação na continuidade, sucessivas gestões deram o máximo de si na defesa da liberdade de expressão e na qualificação do meio jornal. O presidente Francisco Mesquita Neto enfatizou esse compromisso no pronunciamento que fez na Assembléia do dia 10 de setembro. “A história”, mostrou, “tem nos ensinado que somente uma imprensa livre e economicamente forte pode garantir a democracia e, conseqüentemente, o inalienável direito de informar e de ser informado. Essa é a nossa missão”.

Analisando

Este editorial, o último do bloco relacionado às eleições da diretoria da **ANJ**, destaca duas novas linhas de ação no novo Biênio da diretoria reeleita: capacitação profissional nas

áreas de tecnologia, vendas e redação e fortalecimento das iniciativas que visam ampliar o número de leitores. Explica que são estratégias que apontam para o futuro e afirma “A ampliação contínua do número de leitores é, obviamente, indispensável para a rentabilidade da mídia impressa.” e completa que esta também é uma ação de incentivo a formação da cidadania. Na mesma orientação para o futuro está a qualificação dos recursos humanos, condição necessária para que se acompanhe a evolução técnica e com rapidez vertiginosa, os desafios de competitividade. Por fim explica que diante dos novos desafios a **ANJ** não abandonará antigas prioridades, entre elas a *liberdade de imprensa*. E conclui com a frase do presidente Francisco Mesquita Neto: “A história tem nos ensinado que somente uma imprensa livre e economicamente forte pode garantir a democracia e, conseqüentemente, o inalienável direito de informar e de ser informado. Essa é a nossa missão”

Destaco o tom mais sóbrio deste editorial em comparação com aquele feito na primeira eleição de Francisco Mesquita Neto. Novamente estão presentes os elementos que constituem um plano de ação para o próximo biênio, e entre eles o destaque para os dois temas em análise: *liberdade de imprensa* e a empresa jornal. O editorial afirma que a **ANJ** preocupa-se com a preparação de profissionais que correspondam às necessidades dos jornais, que passam por mudanças rápidas em suas estruturas tecnológicas. Se não há novidades nesse campo, o editorialista, ao falar das mudanças tecnológicas, repete-se e insiste: “objeto de investimentos maciços na última década”.

Comentando a necessidade de ampliar o público leitor destaca a importância do serviço de conscientização feito pelo próprio jornal para o público mais jovem. O primeiro e mais forte argumento para a busca de maior número de leitores é o econômico: “A ampliação contínua do número de leitores é, obviamente, indispensável para a rentabilidade da mídia impressa”.

Destaco a difícil coesão entre os deveres do jornal no que se refere à cidadania, à democracia e sua relação com seus leitores e as obrigações e direitos da empresa jornalística entre a competitividade e o lucro. O texto deixa a impressão que mais uma vez a empresa se sobrepõe ao jornal. A busca pelo novo leitor tem por imperativo a rentabilidade da mídia impressa. Para este fim o aumento do público leitor é “obviamente indispensável”.

Interessa ainda um comentário sobre a frase de Francisco Mesquita Neto: “...somente uma imprensa livre e economicamente forte pode garantir a democracia” (,,). *Liberdade de imprensa*, nesta frase, aparece como pilar de sustentação da democracia, o que demonstra a sua importância e legitimidade. “Economicamente forte” parece ser uma resposta às questões de financiamento da jornal-empresa, que podem, de alguma forma, subjugar-lo. Porém, ironicamente, a afirmação não parece trazer uma solução, pelo contrário, expõe definitivamente uma fraqueza: o poder econômico pode ameaçar a *liberdade de imprensa* e as garantias de sustentação da democracia. Fica assim aberta uma outra porta para o cerceamento da liberdade, e neste ponto não é possível, inocentemente, alegar apenas as possíveis pressões do poder público. As mais diversas empresas, anunciando diariamente em páginas inteiras do jornal, também podem se transformar no poder que cerceia a liberdade. Exemplo de debate semelhante pode-se ver no editorial “Publicidade e liberdade”¹⁴⁵ no qual questiona-se o envolvimento da mídia com a indústria do fumo. Ou ainda no ANEXO A (p. 204), texto do professor Dr. Venício A. de Lima que debate *liberdade de imprensa* e liberdade de empresa.

Isto, para não entrar nos detalhes dos debates produzidos a partir das últimas eleições no País. A mídia, ciosa de seus próprios interesses aparentemente abandonou o imperativo maior de informar e envolveu-se em um formato de campanha velada, ou nem tão velada, mas

na busca de seus próprios interesses se dizia tratar os assuntos com objetividade jornalística (*ver citação 6*). Dessa forma, independente de qualquer cerceamento da liberdade, parece ficar comprometida a defesa da democracia.

¹⁴⁵ Ver a seguir, item 4.2.2.6 – Editorial: “Publicidade e liberdade”.

4.2.2.5 Editorial : “Símbolo”

Fernando Martins: 8/2000

E D I T O R I A L

Símbolo

FERNANDO MARTINS

Seria uma longa tarefa listar todos os serviços prestados ao País por Barbosa Lima Sobrinho nos seus 103 anos de vida, antes de nos ser levado, a 16 de julho de 2000. Por si só já constituiria um trabalho árduo levantar tudo o que fez nos mais de 80 anos em que foi jornalista. De quantos mais poderemos lembrar que três dias antes de falecer escrevera seu último artigo, publicado, como há décadas, na página de Opinião do *Jornal do Brasil*.

Poderíamos nos lembrar de sua ação política. Como parlamentar, por exemplo, em que defendeu com brilho posições liberais, como no episódio da cassação dos deputados e senadores eleitos sob a legenda do antigo Partido Comunista Brasileiro. Como governador de Pernambuco, em que fez seu Estado dar um salto no caminho do desenvolvimento. Como tribuno, ao levantar bandeiras que sustentou até o final de sua vida. Como ideólogo, ao emprestar cores novas ao pensamento nacionalista brasileiro. Como presidente, por tantos anos, da Associação Brasileira de Imprensa. Barbosa Lima Sobrinho será lembrado por tudo isso e por muito mais.

Sua perda, porém, adquire um outro sentido para o Brasil. O País perde seu símbolo maior na luta pela liberdade de imprensa.

Essa luta foi um referencial em toda a sua ação cívica. Barbosa Lima Sobrinho tinha a liberdade de expressão como valor máximo da democracia, aquele do qual dependem todos os demais, e manifestou essa convicção ao longo de toda a sua carreira. Nos inúmeros pronunciamentos que fez em favor do restabelecimento do Estado de

Direito, quando a opressão marcava o País, o primeiro pressuposto para a consecução desse objetivo era justamente a garantia à liberdade de imprensa. Reconstitucionalizado o Brasil, Barbosa Lima Sobrinho adotou como seu dever maior a vigilância permanente da integridade desse princípio, denunciando tudo aquilo que representava uma ameaça a ele, inclusive os desvios éticos dos detentores do Poder Público.

Desaparecido Barbosa Lima, sua imagem e seu exemplo permanecerão como motivação para todos os que se preocupam com as liberdades essenciais ao exercício da democracia. Permanecerão como um símbolo.

Esta edição do *Jornal ANJ* dá especial destaque para o I Banho de Jornal, organizado pelo Núcleo de Mercado da Associação. Trata-se da primeira ação de Núcleo voltada para um público mais amplo. É um ponto de partida para se atingir um objetivo de especial alcance, a valorização do meio jornal.

No I Banho de Jornal, os conferencistas convidados mostraram que os jornais contam com trunfos únicos. Apenas eles, dentre todos os meios de comunicação, podem garantir que alcançam todos os que têm poder decisório neste país. Não têm o direito de se esquecer disso ao provar seu valor.

O Banho de Jornal mereceu um público de especial relevo, tanto pela quantidade – superou as mais otimistas expectativas dos organizadores – quanto pela qualidade. Será seguido por outras iniciativas voltadas para os grandes objetivos do Núcleo de Mercado, que começa a mostrar resultados.

Avaliando

A maior parte deste editorial destaca a importância de Barbosa Lima Sobrinho para o jornalismo no Brasil¹⁴⁶. Falecido em 16 de julho de 2000 com 103 anos, 80 anos de jornalismo e um último artigo no jornal do Brasil três dias antes de morrer. O editorial faz rápida passagem sobre a vida pública de Lima Sobrinho e destaca que ele foi “o símbolo maior na luta pela *liberdade de imprensa*”. Afirmar que Barbosa Lima Sobrinho “tinha a liberdade de expressão como valor máximo da democracia”. Destaca ainda sua luta para o retorno deste direito, e uma vez restituído sua cruzada ética para que fosse sempre respeitada. Define que a imagem e o exemplo de Barbosa Lima Sobrinho serão símbolo para todos “que se preocupam com as liberdades essenciais ao exercício da democracia”.

Aqui o editorial é quebrado, também graficamente, para dar destaque para o *1º Banho de Jornal* organizado pelo Núcleo de Mercado da ANJ. Os conferencistas destacaram os trunfos dos jornais. O editorial destaca que só os jornais podem garantir que alcançam todos que têm poder decisório neste país. Conclui afirmando que o evento superou todas as expectativas.

Ao lembrar a importância da atividade de Lima Sobrinho na defesa da *liberdade de imprensa* o editorial também destaca a luta pela democracia: “Barbosa Lima Sobrinho tinha a liberdade de expressão como valor máximo da democracia, aquele do qual dependem todos os demais, e manifestou esta convicção ao longo de toda a sua vida”. Em outro parágrafo a *liberdade de imprensa* aparece como pressuposto para o retorno do Estado de Direito na época

¹⁴⁶ A escolha deste editorial se deu pela importância histórica de Barbosa Lima Sobrinho para a Liberdade de imprensa. Destaco também que, no ano em que esta dissertação está sendo apresentada, a Intercom, nas atividades de seus 30 anos, proclamou 2007 *Ano Barbosa Lima Sobrinho*. Ver: 2007 – *Ano Barbosa Lima Sobrinho*. n/c. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/intercom30anos/seminarios_intercom.htm>. Acesso em 23/12/2006.

em que a opressão marcava o País. Por fim, é justa a homenagem que o coloca como símbolo “para todos os que se preocupam com as liberdades essenciais ao exercício da democracia”.

É importante destacar que, neste editorial, *liberdade de imprensa* sempre aparece associada à democracia e cidadania, como acredito que deve ser. Esta associação direta evita a possibilidade de instrumentalizar a *liberdade de imprensa*. A homenagem foi justa.

O editorial está dividido em duas partes. A segunda parte apresenta o evento *1º Banho de Jornal*. Ao destacar a atividade dos conferencistas no evento o editorial afirma: “... os jornais contam com trunfos únicos. Apenas eles, dentre todos os meios de comunicação, podem garantir que alcançam todos os que têm poder decisório neste país. Não têm direito de se esquecer disso ao provar seu valor”.

A afirmação pareceu-me solta, talvez como resultado do pequeno espaço que sobrou após a homenagem para Barbosa Lima Sobrinho. O editorial permite algumas questões: quem são “todas estas pessoas que têm poder decisório?” O editorial refere-se aos políticos ou a empresários e executivos? “Provar o seu valor” nesta relação significa exatamente o quê? Valor de mercado ou de defesa dos direitos do cidadão?

As matérias desta edição do *Jornal ANJ* eliminam as dúvidas. O título da matéria da página 7 é “Público qualificado, trunfo ao disputar anunciantes”. Segue o destaque: “Publicitário mostra que jornal é o meio com maior penetração junto às classes A e B, sendo lido por pessoas com poder de decisão no País”. Trata-se de palestra do publicitário Júlio Ribeiro: para ele as pessoas com poder de decisão são os políticos e os empresários. “Além disso, – continua Júlio Ribeiro – a autoridade do meio jornal se transfere para o anunciante, dando a impressão de que as empresas que nele anunciam são fortes e poderosas”. O destaque é novamente para o mercado. Júlio Ribeiro aponta para a melhor relação entre se ter como seu público alvo as classes A e B e a valorização do espaço publicitário. A relação de associação

do jornal como grande empresa, forte, sadia, que passa estas características para o seu anunciante.

Daí – pode-se concluir – a importância do jornal estar sempre na defesa da grande empresa e por dedução, na defesa do neoliberalismo que dá sustentação a este mapa da realidade. A lógica que preenche estes espaços é a lógica do mercado. Não há espaço para as classes C e D ou para a defesa dos direitos do cidadão sem voz ou vez, como, acredito, deveria ser o projeto maior do jornal na construção da democracia, respaldado pelos direitos que lhe dá a *liberdade de imprensa* de criticar e apontar aquelas iniciativas dos poderosos que podem vir a prejudicar o povo ou a nação. Pelo contrário, o que se vê aqui é uma espécie de cumplicidade com as classes A e B que transformando-se no público alvo do jornal terminam por ser facilitadoras para a venda da publicidade, fechando um círculo de interesses privados que nada têm de social ou comprometido com os direitos do cidadão.

Pode-se argumentar que este era um seminário dirigido e o mercado era seu destaque e, portanto, não é este o espaço para se debater direitos ou a miséria de grande parte na população brasileira. Volto a dizer que talvez seja este o problema a ser abordado. Não há possibilidade de evolução e de constituir novos paradigmas para a sociedade enquanto se insistir nas dicotomias e outras divisões que permitem a mente separar ética da vida, separar os valores dos objetivos de um projeto. Com base “*na liberdade de expressão como valor máximo da democracia*”, espera-se que os jornais preocupem-se mais com a cidadania e os direitos dos milhares de marginalizados das classes C e D hoje abandonados pelo mercado e pelo Estado.

4.2.2.6 Editorial : “Publicidade e liberdade”

Fernando Martins - /2000

2

E D I T O R I A L

Publicidade e liberdade

FERNANDO MARTINS

As discussões que se travam hoje no Congresso brasileiro a respeito dos projetos ligados à publicidade do fumo e de bebidas alcoólicas vêm quase sempre restringindo-se a aspectos médicos, financeiros e orçamentários. Debatem-se os efeitos do fumo ou do álcool, os gastos dos hospitais públicos com as vítimas de enfermidades que podem ser atribuídas a determinados produtos, os efeitos desses gastos sobre as disponibilidades de recursos públicos.

São questões importantes, sem dúvida alguma. Merecem a atenção do País. Entretanto, torna-se imprescindível ampliar o espectro dessa discussão. É que as iniciativas em pauta, independentemente de seus aspectos sanitários ou econômicos, envolvem também a liberdade de expressão.

A Constituição brasileira é clara ao garantir a liberdade de expressão. Exclui qualquer forma de censura. Em outras palavras, pode haver algum tipo de restrição à atividade publicitária, mas nunca a eliminação dessa atividade.

O que fazem os projetos em questão é subtrair dos cidadãos brasileiros o direito de se informar, para que façam seu próprio juízo. Incorrem, portanto, em duplo erro. Primeiro, deixam de lado o fato de que se trata de produtos lícitos – e, caso se queira bani-los, o caminho correto seria reexaminar sua licitude – para coibir seu consumo por vias transversas, no caso o combate explícito à publicidade. Segundo, em vez de criar meios legais para que os cidadãos se protejam, impedem que eles próprios o façam, contando com informações para formar sua opinião.

Trata-se, obviamente, de distorções gravíssimas. O problema, repetimos, não está no objetivo das medidas propostas, que pode até ser louvável, mas nos princípios pisoteados nessa corrida à vedação de segmentos do mercado publicitário.

O Brasil passou por sofridos e duros períodos de governos autoritários, que desrespeitavam as liberdades fundamentais de sua população. Conseguiu enfim, após uma longa luta que teve nos jornais protagonistas de grande peso, chegar a um regime democrático. A Constituição de 1988 catalisou as aspirações por liberdade reprimidas du-

rante tanto tempo, ao reconhecer a liberdade de expressão, ao garantir a liberdade de imprensa, ao proibir todos os tipos de censura. Não pode ser violada.

O escopo das propostas hoje sob exame dos parlamentares pode ser atingido mediante outras medidas, a serem examinadas em outros foros. Existe desde 1980, inclusive, uma entidade criada precisamente para evitar que a publicidade crie constrangimento ou prejuízo tanto a consumidores quanto a empresas. Trata-se do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, o Conar. Não atende ao interesse de setores da economia, mas à responsabilidade da cadeia de produção frente ao consumidor. Constitui o interlocutor apropriado para a discussão, em seu mérito louvável, que se conseguiu suscitar.

Os defensores de medidas restritivas no campo publicitário contam, portanto, com um foro próprio para o diálogo que, sem dúvida, deve preceder a ação governamental. E nunca é demais lembrar que o próprio Governo dispõe de outras formas de combater o fumo ou outros produtos que afetem a saúde, sem ameaçar a Constituição.

x x x

Esta edição do **Jornal ANJ** traz matéria sobre outra possível iniciativa legislativa que, ela sim, se traduz em um ganho para a cidadania. Trata-se da revisão das normas restritivas que, a pretexto de garantir a pluralidade das correntes de opinião, dificultam ou mesmo inviabilizam determinadas coberturas em período eleitoral, em especial no rádio e na televisão. São as normas que protegem os candidatos dos simulacros de partidos que conseguem registro eleitoral, ainda que provisório.

Importantes líderes parlamentares dispõem-se a reexaminar os dispositivos que asseguram igualdade de espaço aos candidatos dos chamados *partidos nanicos*. Constituem esses partidos, com as exceções que confirmam a regra, meras ficções políticas, destinadas a usufruir o cartório representado pelo espaço dito gratuito nos meios de comunicação, quando não a prestar serviços menos honrosos aos candidatos principais.

A legislação eleitoral brasileira, cujos princípios gerais atendem às exigências democráticas, apresenta distorções a serem corrigidas. Essa é uma delas.

Avaliando

O editorial “Publicidade e liberdade” versa sobre tema que traz à tona toda a complexidade da leitura que se pode fazer da *liberdade de imprensa*. O problema apresentado refere-se à proibição da publicidade da indústria do fumo¹⁴⁷ e das bebidas alcoólicas. O editorial, após pontuar as questões de saúde pública em jogo, define seu foco para a questão: “Entretanto, torna-se imprescindível ampliar o aspecto dessa discussão. É que as iniciativas em pauta, independentemente de seus aspectos sanitários ou econômicos, envolvem também a liberdade de expressão”.

Argumenta que os projetos no congresso, por causa da Constituição que “exclui qualquer forma de censura”, não podem “subtrair do cidadão brasileiro o direito de se informar, para que façam seu próprio juízo”. Martins aponta dois erros neste procedimento: tentam impedir que os cidadãos se informem para que possam formar opinião sobre o assunto e tentam impedir a publicidade de produtos lícitos.

A tentativa de “vedar um segmento do mercado publicitário” é considerado pelo editorial como distorção gravíssima. Após fazer rápida conexão do tema com os anos de chumbo vividos no País e as garantias de liberdade aprovadas na Constituição de 1988 reafirma que a *liberdade de imprensa* não pode ser violada.

Demonstra que o foro correto para se atingir resultados semelhantes é o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar) e conclui que há outras maneiras de

¹⁴⁷ Em algumas de suas últimas edições, o Jornal ANJ têm publicado, em página inteira, publicidade institucional da Souza Cruz e da AmBev e, na página 2, em baixo do expediente, estas empresas aparecem como Empresas Parceiras da ANJ. Ver edição 196 – Setembro / 2005. A última edição antes da conclusão deste trabalho, n°. 204 de novembro de 2006, mantém a publicidade institucional da Souza Cruz que permanece como única empresa parceira.

combater produtos que afetam a saúde sem ameaçar a Constituição.

A segunda parte do editorial apresenta a matéria que discute iniciativa do Legislativo que elimina a obrigatoriedade do espaço gratuito no rádio e na TV para aqueles candidatos filiados a *partidos nanicos*.

O editorial “Publicidade e liberdade” é um verdadeiro Cavalo de Tróia. A defesa dos direitos e da *liberdade de imprensa* após uma leitura rápida parece justa e não há o que contestar. Faz parte do imaginário coletivo que os direitos da liberdade devem ser defendidos a todo custo. Uma inserção mais profunda no assunto, porém, mostra a armadilha escondida.

Para aprofundar a questão é necessário lembrar todos os aspectos que demonstrei, a partir do aprofundamento histórico, que nos conduz a perceber a *liberdade de imprensa* em sua dinâmica própria, como um pilar de sustentação da democracia na defesa dos direitos do cidadão contra qualquer tipo de poder que se oponha à vida e à qualidade de vida. Tendo em mente esse enfoque, obtido através da releitura histórica do conceito e mantida sua dinâmica de relações, é possível reler e entender o ponto de vista que desejo apresentar.

A indústria do fumo está entre as mais poderosas do Planeta¹⁴⁸. Seu poder econômico

¹⁴⁸ “Estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas mostraram que a indústria do fumo movimenta aproximadamente US\$ 5,3 bilhões/ano em nosso país, produzindo receita fiscal de cerca de US\$ 3,8 bilhões, gerando faturamento e empregos, que não compensam os prejuízos causados à saúde dos fumantes e dos gastos com a assistência às suas vítimas. No país temos 30,6 milhões de fumantes, sendo que 2,7 milhões entre crianças e adolescentes até 19 anos. Em 8/8/1990, o Ministério da Saúde através da Portaria N.º 1.050/90, estabelece medidas advertindo os malefícios do fumo à saúde, dispõe sobre sua publicidade, proíbe ou restringe o seu consumo em determinados locais. Nessa Portaria, publicada no D.O.U. de 10/8/1990, páginas 15.253 e 15.254, fica proibida a prática do fumo em aeronaves nacionais, em etapas de vôos com duração igual ou inferior a duas horas (Art. 3), ficando para etapas de vôos com duração superior a duas horas, a permissão de uso de cigarros, reservadamente na parte traseira de cada classe das aeronaves, em espaço destinado aos fumantes (§ 2º do Art. 3). No Art. 4 fica proibida a prática do fumo em toda instituição de assistência à saúde, pública ou privada. O Art. 7 proíbe a venda de cigarros, cigarrilhas, charutos e produtos de fumo a menores de 18 anos. Além disso regula a propaganda, estabelece normas de embalagem e normaliza sua vinculação pela mídia.” (ALBANESI FILHO, Francisco Manes *A Legislação e o Fumo*. Arquivos Brasileiros de Cardiologia - Volume 82, N.º 5. Maio 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/abc/v82n5/20271.pdf>>. Acesso em: 31/12/2006.) A Câmara dos Deputados mantém no endereço <<http://www.camara.gov.br/jutahyjunior/fumo/perguntaserespostas.html>> documento

é de grande magnitude e está presente no mundo inteiro. Em sua dinâmica própria, a *liberdade de imprensa* deve defender o cidadão contra as imposições de qualquer poder totalitário: no caso em questão, o correto seria argumentar com a *liberdade de imprensa* justamente para poder trazer a luz todos os problemas causados pelo fumo e, lógico, isso não se faz em uma publicidade paga pela indústria do fumo. O editorial cria um simulacro da defesa dos direitos dos leitores, enquanto na verdade está defendendo seus interesses nos lucros obtidos com a venda de publicidade para a indústria do fumo:

“O que fazem os projetos em questão é subtrair dos cidadãos brasileiros o direito de se informar, para que façam seu próprio juízo.” Em seguida: “...em vez de criar meios legais para que os cidadãos se protejam, impedem que eles próprios os façam, contando com informações para formar sua opinião”. O equívoco aqui é o editorialista insistir em afirmar que os projetos “impedem do cidadão se informar e formar opinião”. O editorial parece esquecer que os projetos restringem na verdade a publicidade do fumo. Com certeza, este não é o melhor material para informar e formar a opinião do usuário – do jovem e do adolescente – sobre os riscos para a saúde provocados pelo fumo. Tratando-se de legislação restritiva da publicidade, nada impede que jornais e outras mídias façam matérias educativas que falem sobre os perigos do fumo, contribuindo e permitindo que o cidadão brasileiro possa se informar para fazer o seu próprio juízo. Olhando por esse ângulo é possível repercutir a *liberdade de imprensa* se, ao tentar demonstrar os riscos para saúde provocados pelo fumo, a indústria do fumo tentasse se interpor impedindo a publicação, seja por meios legais, seja com a tentativa de comprar o silêncio do jornal. A correção que se faz aqui é a percepção de que a vida e a saúde do cida-

baseado no texto que serviu de embasamento para a proibição da publicidade de produtos de tabaco na Comunidade Econômica Européia.. Em formato de “perguntas e respostas” o documento responde as principais inquietações sobre o tema e nega que esta seja uma ameaça a liberdade de expressão, alegando que “liberdade exige responsabilidade”.

dão estão acima dos direitos de lucro da empresas envolvidas. E a *liberdade de imprensa* tem por objeto defender o cidadão do poder que se impõe, historicamente, pela força do poder político; hoje, pela força do mercado e do poder econômico.

Defender a publicidade do fumo ou da bebida alcoólica utilizando-se da *liberdade de imprensa* como se fosse um jargão irresponsável e sem compromisso social é agir da mesma forma que os donos de jornal nos Estados Unidos, na época da New Deal, que utilizavam de expediente semelhante na tentativa de sensibilizar a opinião pública e com isso manter seus benefícios. No caso da publicidade do fumo, beneficiar-se dos seus investimentos. Acredito que esse é um flagrante do mau uso que se pode fazer do argumento da *liberdade de imprensa*.

Arbex em seu livro *Showrnlismo*, apresenta a polêmica que se criou nos Estados Unidos por causa do silêncio comprometedor da imprensa em noticiar os malefícios do fumo:

Nos Estados Unidos, os mais respeitados jornais e revistas, sob pressão dos anunciantes, simplesmente deixavam de registrar fatos importantes para a vida de seus leitores - entre eles, por exemplo, os malefícios do tabagismo. Entretanto, apesar dos interesses imediatos dos jornais nos bilhões de dólares obtidos com publicidade, o assunto acabou virando notícia, depois de mais de três décadas de pesquisas realizadas por órgãos do governo e de denúncias por grupos de defesa do consumidor. Não dar destaque sobre os efeitos do cigarro no corpo humano, a partir do início dos anos 80, poderia significar perda total de credibilidade.¹⁴⁹

A segunda parte do editorial apresenta a discussão sobre mudanças na a lei eleitoral como ganho para a cidadania. Neste sentido o foco parece acertado. “A pretexto de garantir a pluralidade das correntes de opinião, dificultam (...) as coberturas em período eleitoral”. Dificuldades criadas pela existência de inúmeros candidatos afiliados a partidos políticos chama-

¹⁴⁹ Bem H. Bagoikian, O monopólio da mídia, pp. 95-121. São Paulo, Scritta, 1993. in ARBEX JÚNIOR, José. *Showrnlismo: A notícia como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. p. 133.

dos nanicos e que usufruem também “o cartório representado pelo espaço dito gratuito nos meios de comunicação, quando não a prestar serviços menos honrosos aos candidatos principais”, e neste caso específico não refere-se aos temas pesquisados: *liberdade de imprensa* e mercado.

Concluída a leitura dos editoriais escolhidos encerra-se a Análise de Conteúdo do *Jornal ANJ*. Constatou-se que os temas *liberdade de imprensa* e empresa fazem parte do universo das atividades dos donos de jornal. Foi possível perceber também que há maior incidência do tema empresa em todo o material pesquisado (*gráficos*). Também foi possível constatar, em alguns momentos, a tentativa de instrumentalizar a *liberdade de imprensa*, usando-a para tentar atingir objetivos da empresa. Isso ficou mais perceptível na análise dos editoriais, em especial do Editorial “Publicidade e Liberdade”.

A escolha dos editoriais publicados próximo às eleições da **ANJ** mostraram-se produtivos para o trabalho, pois em quase todos eles estava presente ou a revisão das atividades da diretoria que saía, ou as propostas de trabalho para o novo mandato. Com isso, acredito que se tenha aproximado bastante das principais diretrizes que norteiam a atividade da **ANJ** no período pesquisado, constituindo-se assim material relevante para a proposta desta pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Promover a inclusão social deveria ser a maior prioridade do nosso país. E é neste momento que o papel da mídia -que, repito, tem o poder de agendar a sociedade, de eleger prioridades e provocar atitudes- se torna fundamental. Tudo é uma questão de escolha. A mídia, com justa razão, escolheu os horríveis atentados de Nova York como um grande assunto. Como consequência, imensos recursos foram e estão sendo mobilizados, alguns de boa-fé e outros oportunistas e manipuladores, para combater o terrorismo.

Vocês já imaginaram o que aconteceria, no mundo e no Brasil, se a mídia dedicasse, no mínimo, o mesmo espaço às 30 mil crianças abaixo de cinco anos -com rostos e nomes- que morrem diariamente de fome no mundo (500 só no Brasil)? Quanto espaço a mídia dedica a essa tragédia diária e quanto deveria dedicar? Quanto foi noticiado a esse respeito nos recentemente? (*Oded Grajew, 58, idealizador do Fórum Social Mundial*)

Na época em que apenas elaborava os possíveis temas para fazer minha dissertação de mestrado, estava lendo a *História da imprensa nos Estados Unidos*. Edwin Emery dá um ritmo de romance a toda aquela história, elogiando os desbravadores que construíam uma promissora civilização na Nova Inglaterra. O que mais me chamava atenção, no texto de Emery, eram os relatos sobre a *liberdade de imprensa*. Os interesses, os debates nos sindicatos e as denúncias eram apresentados como capítulos de uma novela, com direito a momentos de grande consciência e hombridade ao lado de situações violentas, destruição e morte. Na maioria das vezes os personagens centrais eram os donos dos jornais que, ou eram perseguidos e às vezes mortos, ou defendiam com astúcia o direito de imprimir, ou buscavam na senha da liberdade – já mítica para aquela nova civilização – uma maneira de manter ou ampliar os lucros do promissor e nascente negócio de fazer jornal. Talvez esta tenha sido uma impressão pessoal de quem, sem ainda perceber, já se preparava para dissertar sobre a *liberdade de imprensa*. Daí por diante, as leituras, as aulas, o diálogo e a obrigatória aproximação científica ao tema foram apresentando tantos possíveis caminhos que era difícil *fechar o foco* como exigia o orientador e as mais diversas metodologias do trabalho científico. Uma das questões que se apresentava era: será que os donos de jornal hoje têm a mesma relação com *liberdade de imprensa*, semelhante àquela relatada por Emery? A Análise de Conteúdo feita no Jornal ANJ

tenta responder esta questão, mas vai além. Na evolução do tema está a preocupação com o momento histórico em que vivemos, onde destacam-se as relações econômicas globalizadas fundamentadas pela ideologia neoliberal. Portanto, a análise do *Jornal ANJ* busca aferir os interesses dos donos de jornal colocando lado a lado a *liberdade de imprensa* e a empresa. Mais que apenas uma justaposição de números, também se buscava saber até onde a compreensão da *liberdade de imprensa* era aprofundada ou apenas usada para beneficiar os negócios¹⁵⁰. A pesquisa apontou para indícios, principalmente na análise dos editoriais, de que a *liberdade de imprensa* às vezes é usada como um escudo para os negócios, enquanto a dinâmica própria do conceito, que aponta para a defesa dos direitos do cidadão, é desconsiderada.

O esclarecimento do conceito de *liberdade de imprensa* faz parte de uma outra decisão de pesquisa. Mais que uma definição do conceito, cristalizado nas linhas de um dicionário, percebi que era importante perseguir a dinâmica própria que emerge da história que marcou a formação do conceito e a subsequente luta para sua implantação. Nessa busca foi possível mapear os pólos que dão legitimidade ao conceito e o constitui em espaço de relações, sem o qual, a *liberdade de imprensa* perde sua dinâmica própria, cristaliza-se, transforma-se em a-

¹⁵⁰ Um dos últimos livros que li ainda antes de terminar esta dissertação, *O Jornalismo na era da Publicidade*, após fazer um verdadeiro dossiê da submissão do jornalismo aos interesses do mercado sob o domínio do neoliberalismo, o autor Leandro Marshall coloca entre os pontos que destaca em suas considerações finais a liberdade de imprensa e afirma:

“A imprensa perde cada vez mais seu papel precípua na sociedade. As liberdades de imprensa, de informação, e de expressão viram apenas testas-de-ferro para que as empresas midiáticas defendam seus interesses econômicos. A liberdade de imprensa dá lugar à liberdade de publicidade. As páginas dos jornais caminham pra liberalização total, levando a informação a ser dourada com persuasão ou entretenimento. Esvazia-se o compromisso da imprensa com a defesa dos cidadãos, do interesse público, da verdade, do Estado-nação ou do bem-comum. A nova liberdade vira uma liberdade econômica que privilegia apenas o capital.

As empresas midiáticas lutam, inclusive, para a liberalização total da liberdade de imprensa, permitindo contemporaneamente licenciosidades capitalistas não condizentes com o papel social desempenhado pela linguagem na era do liberalismo moderno. A liberdade, embora mítica, cria o mito transliberalização: tudo passa a ser livre, menos o que possa afetar ou atingir os interesses empresariais”. (MARSHALL, Leandro. *O Jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2003. p. 166).

dorno publicitário. Assim foi possível perceber que a *liberdade de imprensa* está entre dois pólos de força: de um lado o poder de outro os direitos do cidadão. O *estar entre* estes dois pólos, porém, não descreve uma função de acolchoar, ou a conotação já conhecida de pelego, que amacia os atritos entre a sela e o dorso do cavalo. O *estar entre* é uma função ativa que nos primeiros momentos do inicial ato de imprimir e distribuir idéias, ideais e notícias representava a possibilidade de multiplicar a defesa dos direitos do povo, há tanto marginalizado pelo poder dos impérios.

Por isso, desde o início deste trabalho, buscou-se recuperar esta dinâmica própria do conceito, na tentativa de perceber em seu tempo e realidade aqueles pontos de relação que davam à *liberdade de imprensa* a característica muito própria e singular de ser um dos pilares de sustentação da democracia¹⁵¹. Fundamentados pelos acontecimentos históricos que popularizaram o jornal e, com ele, a incessante luta pela liberdade de imprimir sem as barreiras da

¹⁵¹ O trabalho já estava avançado quando encontrei o texto do Professor Venício A. de Lima: “Lições de um debate inconcluso”, destacando o relatório final da Hutchins Commission (1947), apontando justamente as repercussões deste para liberdade de imprensa. (Ver ANEXO L – p. 239 – texto sobre a Comissão sobre Liberdade de Imprensa de 1947)

Em seu texto, Professor Venício lembra que o cerceamento à liberdade de imprensa também pode ser feito pelo poder econômico. Reproduzo parte do texto:

“Em segundo lugar, qualquer um que se der ao trabalho de verificar os termos em que ocorre a discussão contemporânea sobre liberdade de expressão e liberdade de imprensa em países como, por exemplo, Estados Unidos e Inglaterra, vai constatar que:

1. Nem mesmo no tempo de John Milton a liberdade de expressão (e a liberdade de printing /impressão) era considerada um direito absoluto. Aos católicos, por exemplo, esse direito era negado;
2. Faz tempo a justificativa para a liberdade de imprensa não é mais a idéia Miltoniana de um direito natural (individualista) originado em Deus ou na Natureza. J. Stuart Mill, no século 19, já se valia da justificativa utilitarista. E depois do relatório final da Hutchins Commission (1947), nos Estados Unidos, a justificativa passou a ser o compromisso moral defendido por W. E. Hocking (1873-1966). Voltado para o bem comum é ele que fundamenta a teoria da responsabilidade social da imprensa;
3. A origem do cerceamento da liberdade de expressão (censura) não é necessariamente o governo, mas pode ser a autocensura e/ou o poder econômico; (...).” (LIMA, Venício A. de. *Lições de um debate inconcluso*. 19/10/2004. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=299IPB001>>. Acesso em: 10/01/2007).

censura prévia, logo foi possível perceber que mais que um ato da liberdade humana de se expressar, a *liberdade de imprensa* tinha compromisso social com a organização da sociedade que investia em novas formas de poder para fugir ao absolutismo dos impérios que impunham duros fardos a todo o povo. Percebeu-se que a *liberdade de imprensa* caminhou lado a lado, quando não interviu positivamente, para a compreensão e formação dos conceitos de cidadania e no reconhecimento dos direitos do cidadão como pessoa livre e capaz de decidir com autonomia pelos próprios atos. Não se fez, porém, esta caminhada pela história sem a devida consciência crítica que nos mostra que houve constantemente uma associação entre o conceito de liberdade e o desenvolvimento do comércio, como era o ideal dos burgueses que precisavam estar livres das amarras dos reinos e dos feudos, para que as mercadorias pudessem fluir livremente sem taxas ou impostos entre os mais variados territórios.

Não demorou muito, portanto, para que alguns, na luta pela liberdade de imprimir, com a popularização das prensas com tipos móveis de Gutenberg, percebessem o poder de transformação embutido no texto impresso unido à possibilidade de sua multiplicação e farta distribuição. A ação rápida da consciência em pouco tempo associou a liberdade de imprimir com a possibilidade de esse ato se transformar em espaço de defesa dos mais dignos desejos de uma sociedade nascente. Sociedade que desejava construir um mundo mais capaz de – na melhor divisão dos poderes, na construção da democracia – acreditar na possibilidade de evoluir para um mundo mais humano. Os entusiastas das democracias nascentes acreditavam que, auxiliados pela *liberdade de imprensa*, o poder não poderia mais se arvorar em absoluto. Pelo contrário, multiplicada as ações dos governantes – impressas nos papéis – o poder haveria de ser partilhado. Uma vez iluminado por tantos olhos deveria atender aos interesses de todos. Também os interesses daqueles que sempre estiveram marginalizados e sofriam na miséria humana os percalços de um mundo onde reis eram constituídos por ordem divina e o povo era seu eterno serviçal, de geração em geração. Olhada por este ângulo, é possível dizer que a li-

liberdade de imprensa teve função ímpar na construção da sociedade em busca da democracia e colocou-se entre o poder e os direitos do cidadão para que este não fosse mais violentado pelos interesses daqueles que, ao se sentirem donos do poder, deixavam crescer suas ambições de imperadores.

Se por um lado foi possível ver o brilho da *liberdade de imprensa* qual pérola trabalhada pacientemente por milhares de vidas na história, também foi possível perceber as tentativas de transformar a pérola viva em adorno, até o ponto de transformá-la em bijuteria, que com o tempo perde seu brilho e dinâmica vital. Transformou-se em bandeira para defender interesses do próprio mercado, na defesa do lucro das empresas, esquecida da defesa dos direitos do cidadão. Qual uma nova ideologia tem sido instrumentalizada como uma couraça para jornais e outras mídias, que usam da senha da *liberdade de imprensa* para se verem livres de qualquer perturbação ao seu negócio e lembram-se dela quando percebem que os lucros estão ameaçados. Nesta evolução de aceitação do – e mesmo cumplicidade com o – poder econômico, que no fim do século XX e início do XXI convencionou-se chamar neoliberalismo, o cidadão transforma-se em consumidor, as grandes empresas e conglomerados – senhores do poder econômico – passam a ser *parceiros* e o lucro, por definição, índice de qualificação da *saúde* também da empresa jornalística. Ficaram pelo caminho o cidadão, a defesa dos direitos do cidadão, a envergadura e a coragem contra qualquer poder absoluto que se oponha aos direitos da vida. Este pode ser um diagnóstico perverso, mas não se acredita definitivo. Pelo contrário, buscou-se mostrar no trabalho que as qualidades e a dinâmica do conceito de *liberdade de imprensa* não se perdem na história uma vez que transforma-se em um valor da humanidade. Assim sendo, recupera-se e pode, novamente, cumprir com sua função social e histórica na defesa dos direitos do cidadão opondo-se a qualquer poder que tente minimizar estes direitos. Repetiria para a *liberdade de imprensa* a afirmação de Agnes Heller ao falar sobre o valor e ao classificar o que ela chama de *a invencibilidade da substância humana*:

“A Realização é sempre absoluta; a perda, ao contrário, é relativa. (...). Nem um só valor conquistado pela humanidade se perde de modo absoluto; tem havido, continua a haver e haverá sempre ressurreição”¹⁵².

Mapeado o conceito de *liberdade de imprensa* era necessário trazê-lo para o momento presente, de forma que resguardasse a mesma energia, porém atento às transformações e a nova conjuntura do mundo para não incorrer no outro erro possível nessa ação: em vez de cristalizar o conceito, petrificar os pólos que relacionam-se com o conceito. Era preciso considerar o momento atual do poder e localizá-lo em tempos de globalização e neoliberalismo. No percurso percorrido foi possível perceber que não poucos autores identificam a passagem do centro do poder que sai das mãos do poder político e vai para o poder econômico. Portanto, era necessário estabelecer em um dos pólos da relação do conceito de *liberdade de imprensa*, o poder econômico e assim recompor a dinâmica das relações tendo em vista no outro pólo os direitos do cidadão. A dinâmica do conceito então cria uma relação desafiadora, de defesa dos direitos do cidadão frente ao poder econômico potencializado pelo lucro a qualquer preço e a difícil tarefa de localizar a empresa-jornal nessa conformação.

Nos últimos 5 séculos, a *liberdade de imprensa* tem possibilitado que a humanidade relate e inscreva na história todos os momentos que, bem ou mal, decidiram os rumos do carro da história. Por outro lado, também movidos pelo desejo do lucro e pela ganância de construir impérios, movidos pela ambição de ditar os rumos desta mesma história em benefício próprio, muitos têm usado a *liberdade de imprensa* como uma senha para evitar os rigores da lei e ampliar as possibilidades de concentrar mais poder e dinheiro.

A resignificação da *liberdade de imprensa* no neoliberalismo certamente não dá ao

¹⁵² HELLER, Agnes. O Cotidiano e a história. 6. ed.. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 9 .

conceito novos sinônimos, nem traça regras de ética que possam ser decoradas em um novo decálogo. Insiste porém na dinâmica própria do conceito, na importância de ele ocupar aquele espaço para o qual existe e possa permanecer ativo nesse espaço. Não exatamente num espaço pretérito, mas que, a exemplo do passado, possa recuperar sua posição ativa entre os atores sociais que hoje agem em postos semelhantes. Dessa forma, a *liberdade de imprensa* deveria colocar-se na defesa dos direitos do cidadão opondo-se a qualquer poder que se apresente na história e desses direitos pretenda desdenhar. Assim foi contra os reis e impérios. Assim foi na construção de caminhos de libertação contra a ditadura militar, assim deveria ser contra a ditadura do mercado no neoliberalismo. Aparentemente a ideologia neoliberal tem sido cúmplice e responsável por decisões que continuam levando à morte milhares de pessoas. Morte que vem pela fome. Morte que vem pela falta da infra-estrutura para a vida que a técnica e o desenvolvimento científico de nosso século já poderiam proporcionar para todos os humanos. Enquanto isso a ideologia neoliberal não só aceita, mas estimula a grande concentração dos *frutos da terra e os frutos do trabalho humano* nas mãos de poucas pessoas enquanto as outras todas mal sobrevivem. Certamente esse é um status inaceitável para o grau de conhecimento, desenvolvimento e capacidade científica alcançado pela humanidade no atual estágio da história.

Recompondo os pólos que constituem a dinâmica interna do conceito de *liberdade de imprensa* foi possível perceber mais facilmente quando há a tentativa de utilizá-lo apenas como marketing, adereço para impulsionar a venda de jornais, ou para conquistar benefícios e isenções. Por outro lado, intensifica a crítica que denuncia o afastamento dos jornais de sua

missão de “esclarecer e enriquecer o debate democrático”¹⁵³. Baseados na dinâmica própria do conceito de *liberdade de imprensa*, era de esperar que os jornais apontassem as atrocidades do poder econômico. Mas como fazer isso se a empresa jornal vive em cumplicidade com o neoliberalismo?

Ao considerar a dinâmica própria do conceito, a *liberdade de imprensa* ressurge com o mesmo espírito que reescreveu e deu novos rumos para história com a queda da Bastilha, pois as Bastilhas modernas já não são mais o refúgio do poder político de reis e imperadores, nem mesmo de governos eleitos pelo povo. As novas Bastilhas hoje são conhecidas pelas siglas que se erguem no mundo todo para dar normas, nos mais diversos continentes, de como o povo pode ou não organizar sua vida econômica, reduzindo investimentos públicos em saúde, educação e infra-estrutura, obrigando e priorizando o pagamento das dívidas externas, privatizando empresas e transformando governos eleitos pelo voto popular em correias de extensão do poder econômico internacional. As novas Bastilhas também podem ser chamadas de: FMI, OMC, BIRD, GATT ...

Possivelmente estas não serão as últimas Bastilhas da humanidade. Virão outras. E exatamente por isso é necessário preservar a dinâmica do conceito da *liberdade de imprensa* e não cristalizá-lo. Seu poder e função concentram-se em sua dinâmica de sempre estar na defesa dos direitos do cidadão contra qualquer poder que se faça autoritário..

A questão-intrigante é: a *liberdade de imprensa* tem algo a dizer para o mercado? Se a

¹⁵³ “No grande esquema industrial concebido pelos donos das empresas de lazer, cada um constata que a informação é antes de tudo considerada como uma mercadoria, e que este caráter prevalece, de longe, sobre a missão fundamental da mídia: esclarecer e enriquecer o debate democrático.” (RAMONET, Ignacio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 8.)

liberdade de imprensa não tem nada a dizer para o poder econômico, e estando o poder econômico no poder de fato, é possível dizer que um dos pilares da democracia estremeceu? E se assim for, por consequência, diante da ditadura do mercado, a própria democracia precisa ser revista para que não seja esta apenas mais um espectro de democracia¹⁵⁴. Certamente a pesquisa não se propôs a questionar a democracia, mas aponta para as sutilezas do poder, no momento em que se debruça sobre as possíveis novas imbricações do conceito *liberdade de imprensa* – um dos pilares da democracia – em tempos de globalização e neoliberalismo.

As leituras, a pesquisa de campo e principalmente os textos mais atuais colhidos na Internet, levam-me a crer que há uma tendência em olhar o conceito *de liberdade de imprensa* como se tudo em sua volta estivesse congelado. Esta atitude retira do conceito sua capacidade ativa, seu movimento, e o transforma em um ícone. Perdendo seu movimento próprio, no formato de ícone, deixa-se instrumentalizar para servir a interesses outros, que não o seu destino como tal.

Esperamos, com este trabalho de pesquisa, ter contribuído para ampliar a reflexão sobre *liberdade de imprensa*, mais que isso, que esta dissertação possa oferecer algumas pistas para a realização de outros trabalhos em torno do assunto cuja discussão surge emergencial para todos os que trabalham com o jornalismo.

¹⁵⁴ Em 2005, José Saramago, prêmio Nobel da Literatura, foi pela primeira vez ao Fórum Social Mundial em Porto Alegre. Em entrevista para a revista *Fórum* falou de utopia, de discurso político, do governo Lula. Falou também da democracia: “A democracia está aí, como uma espécie de santa no altar, de quem já não se espera milagres. E não se repara que a democracia em que vivemos é uma democracia seqüestrada, condicionada, amputada. Porque o poder do cidadão, o poder de cada um de nós, limita-se, na esfera política, a tirar um governo de que não gosta e a pôr outro de que talvez venha a se gostar. Nada mais. Mas as grandes decisões são tomadas em uma outra grande esfera e todos sabemos qual é. As grandes organizações financeiras internacionais, os FMI, a Organização Mundial do Comércio, os bancos mundiais, tudo isso. Nenhum desses organismos é democrático. E, portanto, como é que podemos falar em democracia se aqueles que efetivamente governam o mundo não são eleitos democraticamente pelo povo? Quem é que escolhe os representantes dos países nessas organizações? Os povos? Não. Onde está então a democracia?” (ROVAI, Renato. Saramago e nossos moinhos de vento. *Fórum*, Porto Alegre, Entrevista com José Saramago, p. 8-12, 2005).

BIBLIOGRAFIA

ABRAMO, Bia. *Um trabalhador da Notícia*: Textos de Perseu Abramo. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1997. 358p.

ABRAMO, Cláudio. *A Regra do Jogo*. 7 reimp.. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. 277p.

ABRAMO, Perseu. *Padrões de Manipulação na Grande Imprensa*. 1reimp.. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004. 63p.

ABREU, Alzira Alves de; LOTTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. *Mídia e Política no Brasil: Jornalismo e Ficção*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. 181p.

ARBEX JÚNIOR, José. *O Jornalismo Canalha*: A promíscua relação entre a mídia e o poder. São Paulo: Casa Amarela, 2003. 195p.

———. *Shownalismo*: A notícia como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Campineira, 2002. 290p.

ARKELE, Henk Van, e outros. *Onde está o dinheiro?* Pistas para a construção do movimento Monetário Mosaico. 2. ed. Curitiba: Olho d'água, 2002. 190p.

BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica*: História da imprensa brasileira. 4. ed. rev. amp.. 1991. 445p.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa - Portugal: Edições 70, 1995. 213p.

BAUMAN, Zygmunt. *Ética pós-moderna*. São Paulo: Paulus, 1997. 285p.

——— *Globalização: As conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999. 145p.

——— *O Mal-estar da Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998. 272p.

BERTRAND, Claude-Jean. *O Arsenal da Democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia*. Bauru: Edusc, 2002. 513p.

BLÁSQUEZ, Niceto. *Ética e Meios de Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1999. 711p.

BOBBIO, Norberto. *A Era dos Direitos*. 19 reimp.. Rio de Janeiro: Campus, 1992. 217p.

——— *O Futuro da Democracia*. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004. 207p.

BOFF, Clodovis. *Cartas Teológicas sobre o Socialismo*. Campinas: Campineira, 1989. 141p.

BOFF, Leonardo. *Do Iceberg à Arca de Noé: O Nascimento de uma Ética Planetária*. Campinas: Campineira, 2002. 159p.

——— *Ethos Mundial: Um Consenso Mínimo entre os humanos*. Campineira, 2000. 166p.

——— *Ética da Vida*. Campinas: Campineira, 1999. 242p.

——— *Saber Cuidar: Ética do humano - compaixão pela Terra*. 1999. 197p.

BORON, Atílio A. *Estado, Capitalismo e Democracia na América Latina*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 272p.

BRANDÃO, Adelino (org.). *Os direitos humanos: Antologia de textos históricos*. São Paulo: Landy editora. 2001. 263p.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. 377p.

BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. Curitiba: Nova Canção, 2000. 245p.

CANCLINI, Néstor García. *A globalização Imaginada*. S. Paulo: Iluminuras, 2003. 223p.

CAPALDI, Nicholas. *Da Liberdade de Expressão: Uma antologia de Stuart Mill a Marcuse*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1974. 268p.

CARR, Edward Hallet. *O que é história*. 8, ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 189p.

CHAIA, Vera. *Jornalismo e Política: Escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: Hacker, 136p.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2001. 211p.

CHOMSKY, Noam. *Novas e velhas ordens mundiais*. São Paulo: Scritta, 1986. 375p.

COHEN, Daniel. *Riqueza del mundo, pobreza de las naciones*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1998. 142p.

D AZEVEDO, Martha Geralda Alves. *Liberdade de Imprensa, realidade e utopia: A notícia Internacional em Jornais da América Latina*. 1985. 316 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de). São Paulo. 1986: ECA-USP, 1985. 316p.

DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (orgs.). *Revolução impressa: A Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996. 408p.

DEBRAY, Régis. *O Estado Sedutor: As revoluções Midiológicas do poder*. Petrópolis: Vozes, 1994. 174p.

DEJOURS, Christophe. *A Banalização da Justiça Social*. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999. 158p.

DORNELES, Carlos. *Deus é inocente: a imprensa, não*. São Paulo: Editora Globo, 2002. 273p.

DOWBOR, Ladislau. *O Mosaico Partido: A economia além das equações*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. 148p.

———. *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001. 344p.

DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na Sociedade da Informação*: De como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso. 2 ed. rev. e ampl.. São Paulo: Editora UNESP, 2001. 134p.

DUSSEL, Enrique. *Ética da Libertação*: Na Idade da Globalização e da Exclusão. São Paulo: Vozes, 2000. 672p.

———. *Filosofia da Libertação*: Crítica à ideologia da exclusão. 2. ed. Curitiba: Paulinas, 1995. 160p.

———. *Para uma ética da libertação latino-americana 1*: Acesso ao Ponto de Partida da Ética. São Paulo: Loyola e UNIMEP, n/c. 192p.

———. *Para uma Ética da Libertação Latino-Americana 2*: Uma filosofia da religião anti-fetichista. São Paulo: Loyola e UNIMEP, n/c. 167p.

———. *Para uma ética da libertação latino-americana*: Uma filosofia da Religião antife-tichista. São Paulo/Campinas: Loyola e UNIMEP, 1980. 163p.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. 9. ed. Campinas: Nova Canção, 1989. 170p.

EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Taubaté: Campineira, 1965. 821p.

FARIÑAS, J. A. Castro. *De la Libertad de prensa*. Madrid: Editorial Fragua, 1971. 496p.

FORRESTER, Viviane. *O Horror Econômico*. 4. reimp.. São Paulo: Editora UNESP, 1997. 154p.

FOUCAULT, Michel. *História da Loucura*. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. 551p.

FUNARO, Vânia M. B de Oliveira *et al.* *Diretrizes para apresentação de dissertações da USP*: documento eletrônico e impresso. São Paulo: SIBi-USP, 2004. 110p.

GENTILLI, Victor. *Democracia de Massas: Cidadania e informação*. 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995,.

GRAY, John. *Falso Amanhecer: Os equívocos do Capitalismo global*. 1999. 333p.

GUARESCHI, Pedrinho A.. *Comunicação e Poder: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 88p.

GUIMARÃES, Juarez. *Democracia e Marxismo: Crítica a razão liberal*. São Paulo: Xamã, 1999. 278p.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na pós-modernidade*. 8. ed. São Paulo: DP&A Editora, 2003. 102p.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2001. 501p.

HARVEY, David. *O novo imperialismo*. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005. 201p.

HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a história*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 121p.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *A manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Editora Futura, 2003. 470p.

HOBSBAWM, Eric J.. *A Era do Capital: 1848 - 1875*. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. 459p.

IANNI, Octavio. *A era do globalismo*. Rio de Janeiro: Record, 256p.

——— *Enigmas da Modernidade-Mundo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 319p.

JORGE, Fernando. *Cale a Boca, Jornalista!*. Petrópolis: Vozes, 1987. 229p.

JUSTIÇA E A PAZ, Conselho Pontifício para a. *Aspectos sociais e éticos da economia: Um Colóquio no Vaticano*. Lisboa - Portugal: Comissão Nacional Justiça e Paz, 1994. 172p.

KARAM, Francisco José. *A ética Jornalística e o interesse público*. São Paulo: Summus Editorial, 2004. 274p.

KOSOVSKI, Ester (org.). *Ética na comunicação*. 3. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1995. 158p.

KOVACH, Bill, ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003. 302p.

KUMAR, Krishan. *Da Sociedade Pós-Indústria à Pós-Moderna: Novas Teorias sobre o Mundo Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997. 258p.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul*. São Paulo: Edusp, 415. 415p.

KUNTZ, Rolf. *Coleção Documentos - série Teoria política - 10: Os direitos Sociais em Xequê*. São Paulo: USP - Instituto de Estudos Avançados, 1995. 14p.

KUSHNIR, Beatriz. *Cães de Guarda: Jornalistas e censores do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004. 402p.

LAFER, Celso. *Ensaio sobre Liberdade*. São Paulo: Perspectiva, 1980. p.

LEYS, Colin. *A Política a Serviço do Mercado: Democracia neoliberal e interesse público*. Rio de Janeiro: Paulinas, 2004. 334p.

LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 1997. 196p.

LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. 71p.

- MAFFESOLI, Michel. *Violência Totalitária: Ensaio de antropologia política*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2001. 312p.
- MARCONI MARCOLINO, Paolo. *A Censura Política na imprensa Brasileira: 1969-1978*. São Paulo: Global editora, 1980. 312p.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e Jornalismo: A Saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2000. 171p.
- *Jornalismo fin-de-siècle*. São Paulo: Scritta, 1993. 154p.
- *Quem manipula quem?: Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1986. 163p.
- MARSHALL, Leandro. *O Jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2003. 172p.
- MATTELART, Armand. *Comunicação Mundo: História das Idéias e das Estratégias*. 4 ed. Pamplona: Vozes, 2001. 320p.
- MEDINA, Cremilda de Araujo. *A arte de tecer o presente: Narrativa e cotidiano*. São Paulo: Summus Editorial, 2003. 152p.
- *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988. 188p.
- *O signo da relação: Comunicação e pedagogia dos afetos*. São Paulo: Paulus, 2006. 197p.
- MELO, José Marques de; DINES, Alberto; VOGT, Carlos (orgs.). *A Imprensa em Questão*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997. 181p.
- MILTON, John. *Aeropagética: Discurso pela Liberdade de Imprensa ao Parlamento da Inglaterra*. Edição bilíngüe. Rio de Janeiro: Topbooks, 1999. 214p.
- MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. 414p.

MORAES, Reginaldo. *Neoliberalismo: De onde vem, para onde vai?* São Paulo: Editora SENAC, 2001. 154p.

NOBRE, Freitas. *Imprensa e Liberdade: Os Princípios Constitucionais e a Nova Legislação*. São Paulo: Summus Editorial, 1988. 97p.

PAIVA, Raquel (org). *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 199p.

PESCUMA, Derma; CASTILHO, Antonio Paulo F. de. *Referências Bibliográficas: Um guia para documentar suas pesquisas*. 2, ed. São Paulo: Olho d'água, 2003. 124p.

——— *Trabalho Acadêmico - O que é? Como fazer?: Um guia para suas apresentações*. São Paulo: Olho d'água, 2002. 85p.

PETERSON, Theodore; JENSEN, Jay W.; RIVERS, William L.. *O meios de comunicação e a sociedade moderna*. Rio de Janeiro - GB: Edições GRD, 1966. 350p.

RABELO, Genival. *O Capital estrangeiro na imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966. 287p.

RAMONET, Ignacio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999. 141p.

RESTON, James. *Artilharia da Imprensa*. Rio de Janeiro: Laudes, 1968. 185p.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre Alerta: Condições e contradições do trabalho jornalístico*. 3. ed. 2001. 222p.

RODRIGUES, Vera Lúcia. *Dependência ou Morte: A questão da independência na imprensa: o caso República*. São Paulo: Germinal, nc. 199p.

SANCHES, Fernando Conesa. *La Libertad de la Empresa Periodística*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra s.a., 1978. 687p.

SAES, Décio. *República do Capital: Capitalismo e processo político no Brasil*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2001. 135p.

SANTA ANA, Júlio de. *O amor e as Paixões: Crítica Teológica à Economia Política*. Aparecida - SP: Editora Santuário, 1989. 176p.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000. 174p.

SOARES, Ismar de oliveira; PUNTEL, Joana. *Segurança do Povo: desafio à comunicação*. São Paulo.: Paulinas, 1984. 286p.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. 500p.

TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís. *Poder e Dinheiro: Uma economia Política da Globalização*. 6.ed. São Paulo: Vozes, 1998. 414p.

TOURAINE, Alain. *Um novo paradigma: Para compreender o mundo de hoje*. Petrópolis: Vozes, 2006. 261p.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. (Vol I). Florianópolis: Insular, 2004. 224p.

VIEIRA BARBOSA, Sílvio Henrique. *Imprensa e Censura: As ameaças ao Direito à Informação*. 1999. 97 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1999.

WALLERSTEIN, Immanuel. *Após o Liberalismo: Em busca da reconstrução do mundo*. Pamplona: Vozes, 2002. 171p.

WOOD, Ellen Meiksins. *Democracia contra o Capitalismo: a renovação do materialismo histórico*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003. 261p.

Jornais e revistas

AMÉRICA contra-ataca. *Folha de S.Paulo*, n/c, Mundo, 15/10/2001.

BEARAK, Barry. Pai afegão vende filhos para comprar comida. *Folha de S.Paulo*, Afeganistão, Mundo, 17/03/2002.

CASTRO, Daniel. Argentinos vêem mais TV do que brasileiros. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, Ilustrada, 18/03/2002.

JOHNSON, Jo. Industriais compram jornais franceses. *Folha de S.Paulo*, n/c, Dinheiro, 26/12/2004.

JORNALISTA leva dinheiro para promover ação de Bush. *Folha de S.Paulo*, Associated Press, Mundo, 8/1/2005

MARTINS, Fernando. Pensando no futuro. *Jornal ANJ*, Brasília, Editorial, Outubro/2002.

MORAES, Denise. A nova face da censura. *Imprensa*, Ano 18 - n. 201, maio de 2005.

OLIVA, Alberto. Democracia e Liberdade: as escolhas de muitos, as decisões de poucos. *Democracia e Governo*, Rio de Janeiro, Filosofia política, série III, n. 6, 2003.

PALACIOS, Ariel. Crítico, novo jornal argentino preocupa a Casa Rosada. *O Estado de S. Paulo*, Buenos Aires, Internacional, 10/9/2005.

PUBLICIDADE Biblioteca Folha. *Folha de S.Paulo*, n/c, Nacional, 15/03/2006.

PUBLICIDADE Champagne. *O Estado de S. Paulo*, n/c, Internacional, 31/03/2006.

PUBLICIDADE Novo Vectra. *O Estado de S. Paulo*, n/c, Economia, 26/03/2006.

PUBLICIDADE Peugeot 206. *O Estado de S. Paulo*, n/c, Nacional, 19/01/2006.

ROSSI, Clóvis. Os números do horror. *Folha de S.Paulo*, Monterrey (México), Opinião, 24/03/2002.

ROVAI, Renato. Saramago e nossos moinhos de vento. *Fórum*, Porto Alegre, Entrevista com José Saramago, p. 8-12, 2005.

SOLON, Pablo. A Lição de Cochabamba. *Cadernos Diplô do Le Monde Diplomatique*, n/c, n.3, 2003.

UM JORNAL para quem quer saber de jornais. *Jornal ANJ*, Brasília, Especial 20 anos, Agosto/1999.

VIVEIROS, Ricardo. Museu Plantin-Moretus - A certeza de que imprimir é uma arte. *Revista Abigraf*, Antuérpia - Bélgica, n.214, ano 29, novembro de 2004.

Documentos eletrônicos e outras fontes

ALAM, Rezwan-Ul-Alam. Measuring Press Freedom in Bangladesh. 2/junho/2005. Disponível em: <<http://www.asiamediaforum.org/node/148>>. Acesso em: 28/8/2006.

ALBANESI FILHO, Francisco Manes. A Legislação e o Fumo. Maio 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/abc/v82n5/20271.pdf>>. Acesso em: 31/12/2006.

BOFF, Leonardo. Câmara nos 500 anos - Parlamento Brasileiro – História e Perspectivas Ética, Democracia e Parlamento no Brasil. n/c. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/boff/boff_etica.html>. Acesso em: 8/11/2005.

COELHO DA COSTA, Antonio Luiz Monteiro. Os mil-réis do Brasil independente: 1822 - 1942. Disponível em: <http://antonioluizcosta.sites.uol.com.br/moeda_brasil.htm>. Acesso em: 13/12/2006.

COMUNICADO IFEX Vol. 15 No. 34. 29 de agosto de 2006. Disponível em: <<http://www.ifex.org/es>>. Acesso em: 02/09/2006.

Con Reporteros Sin Fronteras, no espere a que le priven de la información para defenderla. n/c. Disponível em: <http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=284>. Acesso em: 22/10/2006.

Declaração de Chapultepec (1994) - Prefácio. 11/março/1994. Disponível em:

<<http://www.icfj.org/libertad-prensa/chapultepec-port.html>>. Acesso em: 22/10/2003.

EL INTERCAMBIO Internacional por la Libertad de Expresión. n/c. Disponível em:

<<http://www.ifex.org/es/content/view/full/51489/>>. Acesso em: 22/10/2006.

Fazendo Media. Entrevista com Prof. Dr. Venício A. de Lima. n/c. Disponível em:

<<http://www.fazendomedia.com/fmoutros/entrevista0009.htm>>. Acesso em: 31/12/2006.

IANONI, Marcus. Sobre o Quarto e Quinto Poderes. n/c. Disponível em:

<<http://www.intervozes.org.br/artigos/ianoni.pdf>>. Acesso em: 29/10/2006.

Imprensa deveria explicar porque não paga impostos. julho de 1995. Disponível em:

<<http://www.igutenberg.org/sugesta4.html>>. Acesso em: 22/10/2003.

Imprensa tratou de forma superficial prisão de ex-banqueiros do Nacional. n/c. Disponível em:

<<http://www.acessocom.com.br/analiseCompleta.asp>>. Acesso em: 01/02/2002.

LANER, Vinícius Ferreira. A lei de imprensa no Brasil. Dez./2000. Disponível em:

<<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=146>>. Acesso em: 13/12/2006.

Liberdade de Expressão - Atividades - 2002/2004. Disponível em:

<<http://www.anj.org.br/?q=node/110>>. Acesso em: 13/12/2006.

Liberdade de Imprensa. n/c. Disponível em:

<http://www.unesco.org.br/areas/ci/areastematicas/liberdadedeimprensa/index_html/mostra_documento>. Acesso em: 22/10/2006.

LIMA, Venício A. de. Liberdade de imprensa e liberdade de empresa. 6 de setembro de 2005. Disponível em:

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=345IPB001>>. Acesso em: 30/12/2006.

—— Lições de um debate inconcluso. 19 de outubro de 2004. Disponível em:

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=299IPB001>>.

Acesso em: 10/01/2007.

—— Mercado e Liberdade - A privatização da censura. 7 de setembro de 2004. Disponível em:

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=293JDB001>>.

Acesso em: 28/8/2006.

MENEZES COSTA, Danilo Vaz Curado Ribeiro de. A Pulverização do Poder em Foucault: Considerações preliminares acerca do poder e sua nova onto-gênese. n/c.

Disponível em: <<http://www.geocities.com/discursus/autores/costa04.html>>.

Acesso em: 17/12/2006.

Miembros de IFEX. n/c. Disponível em:

<<http://www.ifex.org/es/content/view/full/51028/> (1 de 3)23/10/2006

08:17:09>. Acesso em: 23/10/2006.

Reporteros sin Fronteras preocupada por el bloqueo de las proposiciones de ley sobre publicidad oficial. 19/outubro/2006. Disponível em:

<http://www.rsf.org/article.php3?id_article=19356>. Acesso em: 22/10/2006.

2007 – Ano Barbosa Lima Sobrinho. n/c. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/intercom30anos/seminarios_intercom.htm>.

Acesso em: 23/12/2006.

APÊNDICES E ANEXOS

APÊNDICE A — CRIAÇÃO DE MATERIAL DE APOIO À PESQUISA

Após estudar o livro “*Análise de conteúdo*”¹⁵⁵, de Laurence Bardin, defini um projeto de trabalho para analisar o ***Jornal ANJ***. Havia a necessidade de planejar uma tabela que definisse valores, para que se pudesse produzir gráficos e relatórios dentro de uma lógica para todas as edições pesquisadas. Percebi que havia duas maneiras de fazer esse trabalho. Preparar tabelas e intermináveis listas, depois somar tudo, refazer, conferir e desenhar os gráficos, ou preparar planilhas no computador utilizando os programas Access e Excel. A segunda opção pareceu-me a melhor, e iniciei a elaboração de um aplicativo simples que pudesse preencher minhas necessidades para o momento.

Na produção do aplicativo reuni apenas os elementos necessários para obter material suficiente para a produção dos gráficos e relatórios para a análise de conteúdo do ***Jornal ANJ***. No Access montei as tabelas para reunir as informações sobre o jornal. No formulário de entrada dos dados defini os campos onde deveriam ser lançados o número do jornal, o mês e o ano de circulação. Definidos estes dados, foi possível organizar todos os relatórios por edição do ***Jornal ANJ***. Como o meu trabalho concentrava-se sobre uma única fonte, não me preocupei em definir espaço para o nome do Jornal ou outros detalhes desnecessários para a minha pesquisa.

Em seguida fiz um campo de entrada de dados para identificar os títulos conforme seu posicionamento na capa: Manchete, sub-manchete, chamada de capa e chamada de coluna. A

¹⁵⁵ Laurence Bardin reproduz em seu livro “*Análise de Conteúdo*” a definição de Berelson : “análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977. p. 19).

partir desta identificação foi possível criar uma tabela de valoração para cada um desses elementos.

identificação	Valoração se relacionado com <i>liberdade de imprensa</i>	Valoração se relacionado com empresa
Manchete	+3	-3
Sub-manchete	+2	-2
Chamada de capa	+1	-1
Chamada de coluna	+ 1	-1

Tabela 4. Definição dos valores para os itens de capa

Chamadas de capa e chamadas de coluna receberam a mesma pontuação, pois apareceram na maioria das capas com tamanho muito semelhante, de forma que me pareceu justo que tivessem o mesmo peso.

No formulário de entrada de dados do aplicativo identifiquei a necessidade de dois novos campos de texto: o primeiro que reuniria as cópias do texto impresso das Manchetes, sub-manchetes, chamadas de capa e chamadas de coluna. O segundo para fazer a valoração, e para este optei por uma caixa de escolha que ia do -3 ao +3, passando pelo 0 (zero). Por último, percebi a necessidade de abrir um campo para a inserção de possíveis observações. Desta forma já deixava registrado dúvidas ou encaminhamentos para cada um dos títulos analisados. Em alguns casos os títulos nas capas eram insuficientes para definir a valoração, o que obrigava a uma primeira leitura da respectiva matéria. Nesse caso era importante registrar as observações que tivessem considerado esta ou aquela pontuação, evitando dúvidas no futuro. Vencida esta etapa de definição do banco de dados foi necessário preparar o formulário de inserção dos dados. A tela de trabalho precisava ser elaborada para facilitar o lançamento dos dados unindo agilidade e praticidade:

Ilustração 1. Formulário para inserção de dados para a análise de conteúdo

O trabalho consistia em lançar o número do jornal, os títulos da capa, definir o grupo de cada um deles (manchete, sub-manchete...) e dar-lhes um valor. Com todo o material lançado no banco de dados, era necessário constituir os relatórios e gráficos. Com alguma insistência, tentativa e erro, consegui chegar aos relatórios desejados, desde os descritivos até os gráficos. A seguir, um dos possíveis gráficos gerados pelo aplicativo. Todos os gráficos utilizados na apreciação do *Jornal ANJ* foram gerados automaticamente por este aplicativo

Gráfico 11 . Primeira versão do gráfico geral

Uma nova versão foi apresentada no “**Gráfico 9**”. A nova versão deixou um espaço no ponto “0”, ficando mais perceptível a separação entre os dados relativos a empresa (para baixo do ponto zero) e a liberdade de imprensa (para cima do ponto zero). Este gráfico demonstra todos os itens que foram analisados na capa das edições trabalhadas. Na parte de baixo do gráfico estão os números das edições. Na esquerda, as unidades de valor. Na direita a legenda, com a identificação das cores e da pontuação

Na base do gráfico estão os números dos jornais analisados. A legenda, à direita, indica os valores entre de -3 a +3 passando pelo zero. Os números positivos receberam diversas tonalidades de azul, os negativos ficaram com as tonalidades de vermelho e o zero, com o amarelo. Dessa forma é possível perceber no gráfico exatamente a posição dos elementos pesquisados e sua tendência para o tema *liberdade de imprensa* ou para o tema empresa. No gráfico apresentado, o amarelo (0) não aparece, pois se refere aos temas não relacionados nem com *liberdade de imprensa*, nem com empresa. No gráfico é possível perceber exatamente onde estão as manchetes de cada edição: aparecem em azul claro quando se referem à *liberdade de imprensa* (+3) e em rosa quando se referem à empresa (-3). As chamadas de coluna e de capa, quando se referem à *liberdade de imprensa* aparecem em azul escuro (+1) e na cor lilás quando se referem à empresa. É possível perceber no gráfico que as chamadas de coluna e de capa, mesmo tendo valor 1, positivo ou negativo, aparecem no gráfico ocupando espaço maior que uma unidade. Isso se deve ao fato de as capas terem mais de uma chamada de capa e coluna, e neste gráfico estes valores aparecem somados dentro de seus respectivos grupos (+ ou -). Isso já não acontece com as manchetes e sub-manchetes, que normalmente acontecem uma única vez por edição. Os gráficos no formato de colunas localizam o material estudado por edição. Os gráficos no formato de pizza fazem os cálculos das porcentagens e da abrangência da totalidade do material divididos nos grupos *liberdade de imprensa* e empresa.

Ao lado dos gráficos, foram gerados também relatórios descritivos, que trazem todos os dados utilizados na pesquisa:

Anexo 1 - Relatório geral por edição comentado				
numero	grupo	texto	Observações	valorção
144	janeiro	2000		
	Capa, Chamada de			0 0 0
	Coluna, Chamada de	ANJ cria núcleo para atender o mercado		-1 -1 -1
	Coluna, Chamada de	Jornalista Sírio ganha a Pena de Ouro	Tem conotação indireta com Liberdade de Imprens. O jornalista está preso a 7 anos. A premiação refere-se a Pena de Ouro da Liberdade da Associação Mundial de jornais	1 0 0
	Coluna, Chamada de	Novo jornal de economia sai em abril		0 0 0
	Coluna, Chamada de	Publicidade retoma o crescimento		-1 -1 -1
	Manchete	Aprovada a lei mordaga		3 2 2
	Sub Manchete	Tempo de definições		-2 0 0
145	março	2000		
	Capa, Chamada de			0 0 0
	Coluna, Chamada de	Classificados mudam relação com a internet		-1 -1 -1
	Coluna, Chamada de	Terceirização tem alcance ainda maior		-1 -2 -2
	Coluna, Chamada de	Jornal setura 13% mais em valor nominal		-1 -3 -3
	Coluna, Chamada de	Núcleo de mercado já em atividade		-1 -4 -4
	Manchete	Novos jornais em Cena		-3 -7 -7
sábado, 15 de outubro de 2005				Página 1 de 17

Ilustração 2. Exemplo de relatório detalhado dos itens analisados nas capas do **Jornal ANJ**. No relatório estão reunidos todos os dados que serão a base para a produção dos gráficos apresentados na pesquisa. Para adaptar-se às exigências das “*Diretrizes para apresentação de dissertações e teses da USP: documento eletrônico e impresso*” foram feitas algumas modificações no layout de apresentação desse relatório e é possível vê-lo completo no APÊNDICE B (p. 188),

Neste relatório, organizado pelo número do jornal, há uma linha amarela de identificação da edição do jornal: número do jornal, mês e ano. Em cada edição está a coluna da esquerda que identifica a posição do título analisado (manchete, sub-manchete, chamada de coluna e chamada de capa). Em seguida aparece o título copiado da capa do jornal. Após os títulos há o espaço para as observações, feitas sempre que necessário para uma maior clareza sobre o valor atribuído. Nas três últimas colunas da direita encontra-se a valoração. Na primeira coluna está a valor dado a cada um dos elementos analisados. A segunda coluna traz a soma por edição, e a terceira a soma geral. As somas, nas duas últimas colunas, realizadas automaticamente pelo aplicativo, são feitas linha a linha. Isso pode nos dar um acompanhamento por edição e geral. No relatório que está no APÊNDICE B (p. 188) é possível ler todos os comentários que aparecem naqueles casos onde houve dificuldade para definir a pontuação, ou ob-

servações que achei necessárias no momento em que estava pontuando os títulos.

Outro material que criei para o apoio a pesquisa ajudou-me no fichamento e na formulação das notas de rodapé e bibliografia. Nomeei o aplicativo de Biblioteca de Citações Bibliográficas (BCB).

No primeiro formulário de entrada de dados é possível escolher se a citação vem de livro, internet ou periódico. Feita a escolha, habilitam-se os campos que devem ser preenchidos

BCB - Biblioteca de Citações Bibliográficas

Arquivo Iniciar Pesquisar Inserir Eixas Bibliografia Exibir Ferramentas Utilitários de segurança Sair

Escolha: ☒ livro ☐ periódico ☐ internet

FECHAR

Inserir Obra Localizar

Título: Poder e Dinheiro

Subtítulo: Uma economia Política da Globalização

Escolha o nome do autor(es) para esta obra na caixa a seguir

Autor(es): TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís

Remover do livro

Acrescentar novo autor na lista

Edição [2]: 6. ed. Nº de páginas: 414 Data [2002]: 1998

Editora: Vozes Local: São Paulo

Observações sobre a obra

111 Clic para inserir novas citações

Tema Principal	Tema Secundário	Terceiro Tema	Comentários	Codigos
poder econô	definição	conceito	João Manuel Cardoso de Mello. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradiç	455
poder econô	definição	conceito	João Manuel Cardoso de Mello. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradiç	850
poder econô	definição	conceito	João Manuel Cardoso de Mello. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradiç	851
*				852
				(ração)

Registro: 1 de 4

Autor: TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís

Registro: 99 de 223

Modo formulário

Ilustração 3. Formulário que solicita os dados principais do material pesquisado

Preenchido o primeiro formulário é possível passar para o seguinte, onde estão os espaços para lançar a citação, comentários do pesquisador e seis palavras chaves para identificação da citação. As palavras chaves agrupam-se, depois, quando todo o material é encaminhado para o software Word e aparecem na tela prontas para serem utilizadas na pesquisa

Ilustração 4. Resultado final: as citações estão prontas para serem inseridas no trabalho

O material pesquisado e lançado no banco de dados é organizado no Word pelas palavras-chaves (coluna da esquerda) e aparece exatamente como foi digitado no banco de dados, já preparado para fazer a citação em nota de rodapé ou dentro do corpo do texto (citação curta, em vermelho). Em azul é possível ler os comentários feitos ao copiar a citação. A ação de citar uma fonte, a partir daí, passa a ser um trabalho simplificado, uma vez que todos os outros procedimentos tenham sido respeitados corretamente. Esta é uma ferramenta de pesquisa que mostrou-se muito apropriada para facilitar o trabalho de encontrar as citações desejadas quando se precisava delas na elaboração do texto. Facilitou também os procedimentos de utilizar uma citação, uma vez que as notas de rodapé já estavam prontas. Futuramente pretendo, após alguns ajustes, disponibilizar de alguma forma este material, para que pesquisadores possam utilizá-lo e tirar maior proveito das facilidades do computador.

Outro trabalho que o aplicativo **BCB** faz é preparar a bibliografia de todo o material que foi reunido em seu banco de dados. O resultado final é visto na tela do Word da seguinte forma:

Ilustração 5. Tela do Word com toda a bibliografia gerada pelo BCB.

Após gerar a bibliografia é necessário retirar aquelas citações que não foram utilizadas na pesquisa e o material está pronto para ser inserido na pesquisa. Posso dizer que a preparação desse material de apoio acompanhou cada passo do trabalho de pesquisa. Por um lado, ocupando um tempo precioso, por outro liberando e facilitando o trabalho naquelas atividades técnicas que normalmente acabam por transformar em grande peso a produção do texto acadêmico. A ferramenta elaborada tem ainda outros detalhes como a produção de fichas de leitura prontas para a impressão, relatórios diversos, sistema de busca e correção, mas não é o caso de ampliar a descrição neste momento. O importante é registrar que houve a produção destas ferramentas de pesquisa que elas contribuíram na execução deste trabalho. Em futuro breve, após pequenos ajustes, espero poder disponibilizar esta ferramenta para que possa ser utilizada por outros pesquisadores sempre que houver pertinência.

APÊNDICE B — ANÁLISE DO JORNAL ANJ

A seguir está a valoração que foi dada para cada chamada em todas as edições analisadas. No lado direito é possível ver uma coluna *VALOR* que refere-se aos valores definidos para cada chamada. Na segunda coluna está a *SOMA* referente a cada edição. E na terceira coluna está a *GERAL*, que refere-se a soma de todas as edições passando de uma edição para outra. É possível ver ainda os comentários feitos na hora de pontuar as chamadas. Aqueles títulos que apresentaram dificuldade para serem pontuados foram comentados a partir do texto que acompanhava a chamada ou mesmo com a leitura da matéria, para que se pudesse definir qual era a sua tendência entre os temas em comparação neste trabalho

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
144	2000	janeiro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> ANJ cria núcleo para atender o mercado	-1	-1	-1
		O objetivo é facilitar o dia-a-dia do mercado anunciante e publicitário.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Jornalista Sírio ganha a Pena de Ouro	1	0	0
		Tem conotação indireta com liberdade de imprensa. O jornalista está preso há 7 anos. A premiação refere-se a Pena de Ouro da Liberdade da Associação Mundial de jornais.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Novo jornal de economia sai em abril	0	0	0
		<i>Coluna, Chamada de</i> Publicidade retoma o crescimento	-1	-1	-1
		<i>Manchete</i> Aprovada a lei mordaza	3	2	2
		"Recebeu o número 2.961/97. Ela estabelece pena para a autoridade que permitir que cheguem aos meios de comunicação fatos ou informações que violem o sigilo legal, a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas. Abrange todos os casos de investigação, inquérito ou processo".			
		<i>Sub Manchete</i> Tempo de definições	-2	0	0
		"As empresas jornalísticas esperam para 2000 um melhor desempenho da economia brasileira."			
145	2000	março	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> Classificados mudam relação com a internet	-1	-1	-1
		<i>Coluna, Chamada de</i> Jornal fatura 13% mais em valor nominal	-1	-2	-2
		<i>Coluna, Chamada de</i> Núcleo de mercado já em atividade	-1	-3	-3
		"Constituído para valorizar o lado comercial da mídia"			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Terceirização tem alcance ainda maior	-1	-4	-4

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
		Manchete Novos jornais em Cena	-3	-7	-7
		"Três deles dirigem-se aos estratos sociais que se incorporam ao mercado.... Dois outros veículos pretendem investir no promissor nicho de mercado representado pelos jornais especializados em economia...."			
		Sub Manchete Lei mordaza volta à pauta	2	-5	-5
		Discute projetos que propõem restrição a informação: 536/99 de autoria do Senador Jorge Bornhausem (PFL-SC); Projeto de Lei nº 2961/97 de iniciativa do Presidente da República, aprovado na Câmara, tem no Senado como Relator o senador Romeu Tuma (PFL-SP).			
147	2000	maio	VALOR	SOMA	GERAL
		Capa, Chamada de Preservar a Qualidade é o desafio maior	-1	-1	-6
		"Participação dos jornais no mercado dos EUA tem caído...."			
		Coluna, Chamada de Fundo poderá ajudar jornais independentes	1	0	-5
		Presidente da Associação Mundial de Jornais (WAN), Bengt Bräun, defente a existência de um fundo para a liberdade e afirma que se o jornal não for independente economicamente não o será de forma nenhuma.			
		Coluna, Chamada de Mercado aquece e eleva preço do papel	-1	-1	-6
		Coluna, Chamada de Senado Muda o relator da Lei Mordaza	1	0	-5
		Coluna, Chamada de Tecnologia Digital tende a se expandir	-1	-1	-6
		Sem renovação o setor perde risco de sua			
		Manchete Circulação em Alta	-3	-4	-9
		"A circulação de jornais diários no Brasil cresceu 1,15 por cento em 1999,.... Embora o mercado publicitário brasileiro tenha sofrido retração de 3,8 por cento, o faturamento do meio jornal mostrou alta".			
148	2000	junho	VALOR	SOMA	GERAL
		Coluna, Chamada de Brasileiro é herói da liberdade	1	1	-8
		Júlio de Mesquita Neto, diretor responsável de O Estado de S. Paulo até falecer, em 1996, foi incluído na lista dos 50 heróis da liberdade de imprensa, relação organizada pelo Instituto Internacional de Imprensa.			
		Coluna, Chamada de E-commerce torna-se norma para empresas	-1	0	-9
		Coluna, Chamada de Empresas investem no Nicho popular	-1	-1	-10
		Coluna, Chamada de IVC começa auditoria em web sites	-1	-2	-11
		"A padronização tanto no critério de aferição como no formato de divulgação dos números relativos aos sites garante credibilidade aos investidores..."			
		Coluna, Chamada de Unificadas tabelas de publicidade	-1	-3	-12
		Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo unificaram suas tabelas destinada a "anúncio de noticiários".			
		Manchete Rio, Capital dos jornais	0	-3	-12

número	título			VALOR	SOMA	GERAL
149	<i>Sub Manchete</i> Valor consegue superar metas no lançamento			-2	-5	-14
	"A venda em bancas superou as expectativas, mas o número de assinaturas já está superando a venda avulsa".					
	2000	julho		VALOR	SOMA	GERAL
	<i>Capa, Chamada de</i> Direito autoral e tributos exigem novas			0	0	-14
	<i>Capa, Chamada de</i> No Brasil , jornais mostram um quadro promissor			-1	-1	-15
	Circulação média cresceu quase 70 por cento em dez anos...					
	<i>Capa, Chamada de</i> Pesquisas dão respaldo a reforma editorial			0	-1	-15
	<i>Capa, Chamada de</i> Presidente diz que mídia traz Renascimento			0	-1	-15
	Tem caráter ambíguo Trata-se de visita de FHC na ANJ.					
	<i>Capa, Chamada de</i> Preso, jornalista não recebe Pena de Ouro			1	0	-14
150	Prêmio conferido pela Associação Mundial de Jornais. O jornalista sírio, Nizar Nayouf está preso desde 1992.					
	<i>Capa, Chamada de</i> Pressões ainda trazem ameaça à liberdade			1	1	-13
	"Presidente da ANJ mostra que Brasil vive plena liberdade de imprensa, mas que sentenças judiciais e projetos de lei trazem restrições".					
	<i>Manchete</i> Volta do crescimento			-3	-2	-16
	A manchete dá destaque ao aumento de circulação de jornais.					
	2000	agosto		VALOR	SOMA	GERAL
	<i>Capa, Chamada de</i> Caderno une sete jornais nordestinos			-1	-1	-17
	"Sete jornais do nordeste identificaram um novo nicho de mercado..."					
	<i>Capa, Chamada de</i> Diários gratuitos podem chegar a capitais do País			-1	-2	-18
	Experiência que está garantindo tiragens elevadas na Europa e Países americanos, como o México, pode entrar na disputa pelo mercado no Brasil.					
150	<i>Capa, Chamada de</i> Share aumenta no quadrimestre, diz Inter-meios			-1	-3	-19
	Faturamento publicitário dos jornais cresce 31,6 % nos primeiros quatro meses de 2000 e sua participação no conjunto do mercado está em 24,2 por cento					
	<i>Coluna, Chamada de</i> Centro faz kit para repórter multimídia			0	-3	-19
	Tem caráter especulativo, em diversos setores, inclusive formação. Por isso resolvi manter como neutro					
	<i>Coluna, Chamada de</i> Comitê coloca em debate nova tecnologia			-1	-4	-20
	Divulga encontro anual do Comitê de Tecnologia que analisará os lançamentos das feiras mundiais Drupa e Nexpo.					
	<i>Coluna, Chamada de</i> Impressoras digitais já no mercado			-1	-5	-21
Lançamento da primeira impressora offset digital na Drupa, um dos maiores eventos mundiais da indústria						

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Manchete</i> Preço do papel cria desafio	-3	-8	-24
		"1º banho de jornal do Núcleo de mercado da ANJ mostra a expansão de receitas e risco de alta de custos".			
		<i>Sub Manchete</i> Brasil perde um símbolo da liberdade	2	6	-22
		Barbosa Lima Sobrinho falecido em 6 de julho aos 103 anos.			
151	2000	setembro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> Núcleo de mercado lança newsletter	-1	-1	-23
		...destinada a fornecer ao mercado publicitário informações sobre o meio jornal...			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Renovação na imprensa do Distrito Federal	0	-1	-23
		Sobre mudanças no layout do Correio Braziliense e no Jornal de Brasília.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Segurança concentra investimentos	-1	-2	-24
		<i>Coluna, Chamada de</i> Unificação de tabelas se expande	-1	-3	-25
		A unificação de tabelas aplicada por O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo também deve ser assumida por O Globo.			
		<i>Manchete</i> Momento de definições nos jornais	-3	-6	-28
		"Foi no biênio 1998-2000 que os jornais procederam às definições estratégicas a seguir diante do desafio representado por uma nova ambientação econômica criada não apenas pela globalização, mas também pelas chamadas novas mídias".			
		<i>Sub Manchete</i> Perigo: aberto período eleitoral	-2	-8	-30
		O tema que poderia ter enfoque sobre a liberdade de imprensa ganha a dimensão comercial. Fala das mudanças da legislação e que os pleitos podem se transformar em armadilhas "para todos os meios de comunicação que podem sofrer muitas vultuosas e serem forçados a publicar publicidade de candidatos..."			
152	2000	outubro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Economista prevê maior crescimento	-1	-1	-31
		<i>Capa, Chamada de</i> Núcleo de Mercado lançará Kit básico	-1	-2	-32
		<i>Capa, Chamada de</i> Preço do papel sobe até o final do ano	-1	-3	-33
		<i>Coluna, Chamada de</i> Circulação será tema de Seminário	-1	-4	-34
		Além de cases de sucesso analisará estratégias de crescimento e o peso da Internet			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Publicidade cresce 35% no semestre	-1	-5	-35
		<i>Coluna, Chamada de</i> Tecnologia digital inova as empresas	-1	-6	-36
		<i>Manchete</i> ANJ tem nova diretoria	3	-3	-33
		Em seu discurso Francisco de Mesquita Neto, novo presidente da ANJ, dá destaque a liberdade de imprensa.			
		<i>Sub Manchete</i> Jornais darão bolsas para mestrado	0	-3	-33

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
153	2000	novembro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Comissão estuda indicadores para medir mercado brasileiro	-1	-1	-34
		<i>Capa, Chamada de</i> Fórmulas podem simplificar todo o processo de cobrança	-1	-2	-35
		<i>Capa, Chamada de</i> Nicho popular permite a jornais ampliar número de leitores	-1	-3	-36
		"... Agregando um público que antes estava em segundo plano e que hoje é responsável por uma receita ascendente...."			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Mais antigo jornal do País faz 175 anos	0	-3	-36
		Fundado em 7 de novembro de 1825, o Diário de Pernambuco comemora seu aniversário com a inauguração de uma rotativa....			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Paulo Cabral eleito diretor da SIP	1	-2	-35
		Sociedade Interamericana de Imprensa, entidade continental de defesa da liberdade de expressão			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Projeto tenta impor restrição a classificados	0	-2	-35
		Informa sobre projeto em tramitação. Não relaciona-se a nenhum dos temas pesquisados. Projeto obriga que o nome da empresa contratante apareça no anúncio.			
		<i>Manchete</i> Pressões sobre os custos	-3	-5	-38
		aumento do preço do papel jornal e concorrência de jornais gratuitos...			
		<i>Sub Manchete</i> Uma guerra no marketing	-2	-7	-40
		"....multiplicação dos meios e evolução tecnológica. (...) uma fatia cada dia maior das verbas de marketing é canalizada para ações fora da mídia...."			
155	2001	janeiro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Alta de custos é preocupação em planos para 2001	-1	-1	-41
		<i>Capa, Chamada de</i> Internet ajuda repórteres, mas exige preparo	0	-1	-41
		É preciso dedicação para conhecer este universo e não incorrer em erros...			
		<i>Capa, Chamada de</i> Lançado jornal de perfil popular em Curitiba	-1	-2	-42
		Primeiro indicativo analisado na matéria é a venda.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Iniciativa tenta salvar acervo de jornais extintos	0	-2	-42
		O Estado de S. Paulo recuperou o arquivo do Última Hora e pretende prosseguir a iniciativa...			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Jornalistas de Mianmar terão Pena de Ouro	1	-1	-41
		Antiga Birmânia. Jornalistas escolhidos pela Associação Mundial de Jornais: San San Nweh e U Win Tin - presos no país.			

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> Programas dão segurança ao tomar decisões	-1	-2	-42
		Programas de computador que ajudam a estudar as ações dos consumidores...			
		<i>Manchete</i> Preço do papel sobe mais	-3	-5	-45
		Aumento de até 40 por cento em um ano...			
		<i>Sub Manchete</i> Cresce receita aos domingos	-2	-7	-47
		Os fins de semana representam parcelas cada vez maiores das receitas dos jornais...			
156	2001	março	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Debates sobre mídia serão intensificados	0	0	-47
		Grupo editorial fixa calendário para debater os grandes temas relativos à moderna mídia. Desta vez a liberdade de imprensa ficou de fora.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Empresas usam cada vez mais os call centers	-1	-1	-48
		O interesse é garantir o atendimento e a fidelidade dos clientes.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Guerra do Vietnam ainda tem lições a dar	1	0	-47
		Desenvolvimento de novas técnicas de apurar e de editar. No Vietnã os correspondentes furaram os bloqueios do exército e conseguiram histórias que seriam inacreditáveis se não fossem reais...			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Reinvenção de jornais, tema da SIP em Fortaleza	0	0	-47
		<i>Coluna, Chamada de</i> Relator dará parecer a favor da Lei Mordaza	1	1	-46
		<i>Manchete</i> Estratégias para crescer	-3	-2	-49
		"A maioria dos jornais brasileiros espera aumento ou estabilidade nas vendas e na receita com publicidade em 2001..."			
		<i>Sub Manchete</i> Começa MBA para jornalistas	0	0	-49
		Primeiro MBA sobre Derivativos e Informações Econômico Financeiras para jornalistas começa em 5 de março.... Tratando-se de formação optei pela pontuação zero.			
		<i>Sub Manchete</i> Jornais em vantagem na Internet	-2	-4	-51
		Mostra que os jornais estão recebendo maior investimento publicitário também na Internet...			
158	2001	maio	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Produto deve criar interesse	-1	-1	-52
		"...jornais devem enfrentar o desafio constante de valorizar o meio, tornando seu produto sempre interessante".			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Internet perde disputa pelos classificados	-1	-2	-53
		"...jornais que levam anúncios classificados para a web não perdem as receitas nos veículos impressos..."			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Mudança em código relança a Lei Mordaza	1	-1	-52

número	título	VALOR	SOMA	GERAL
	"Projeto do executivo, já enviado ao congresso, amplia pena para procuradores e outras autoridades que fizerem acusações consideradas caluniosas"			
Coluna, Chamada de	Tendências de design são temas de debate	0	-1	-52
	Trata de curso de formação. Por isso a opção pelo zero. Nenhum dos temas pesquisados estão em destaque.			
Manchete	Jornais ampliam espaço	-3	-4	-55
	"Os jornais vem ampliando sua penetração e alcance no mercado de comunicação..."			
Sub Manchete	Palavras estrangeiras na mira	0	-4	-55
Sub Manchete	Políticos avaliam a imprensa	2	-2	-53
	A crítica contribui para o desenvolvimento da mídia. Envolve temas como democracia e participação que estão diretamente ligados à liberdade de imprensa.			
159	2001 junho	VALOR	SOMA	GERAL
Capa, Chamada de	Só este ano dez jornalistas assassinados	1	1	-52
	Diversas entidades associam o assassinato de jornalistas com o cerceamento da liberdade de imprensa.			
Capa, Chamada de	WAN discute como será o jornal do futuro	-1	0	-53
	Trata da evolução das empresas, de seus lucros entre outras coisas.			
Coluna, Chamada de	Alta do dólar desequilibra orçamentos	-1	-1	-54
Coluna, Chamada de	Banda larga amplia espaço mas custa caro	-1	-2	-55
	"Guarda-chuva que abriga diversas tecnologias expande-se nas empresas, mas ainda apresenta contas salgadas e deficiências nos serviços."			
Coluna, Chamada de	Encontro avalia programas para ajuda no ensino	0	-2	-55
Coluna, Chamada de	Fórmulas novas conseguem atrair os anunciantes	-1	-3	-56
Manchete	O impacto da crise de energia	-3	-6	-59
	Refere-se ao racionamento a partir do dia 1 de junho: despesas adicionais e sobretaxas....			
Sub Manchete	Em busca do melhor design	0	-6	-59
	"O que falta às empresas jornalísticas não são programas ou ferramentas, são grandes cabeças pensando esses aspectos". Trata de aspectos gerais do design e formação, por isso opção pelo zero.			
Sub Manchete	Paulo Coelho no congresso	0	-6	-59
	A matéria anuncia a realização do Congresso da ANJ, fichas de inscrição e programação. Os temas misturam-se, com maior tendência para as necessidades da empresa, mas como a chamada é neutra a pontuação é zero.			

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
160	2001	julho	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Competição é maior desafio do futuro	-1	-1	-60
		<i>Capa, Chamada de</i> Pena de Ouro para jornalista de Mianmar Prêmio para jornalistas chineses, presos. Refere-se a defesa da liberdade de imprensa.	1	0	-59
		<i>Capa, Chamada de</i> Publicidade ainda subutiliza mídia impressa	-1	-1	-60
		<i>Capa, Chamada de</i> Tecnologia acelera ritmo da inovação	-1	-2	-61
		<i>Coluna, Chamada de</i> Adoção do PDF resolve impasse e se generaliza Desenvolvimento tecnológico que facilita o trabalho nas gráficas.	-1	-3	-62
		<i>Coluna, Chamada de</i> Cobertura eleitoral será discutida em seminário da ANJ	0	-3	-62
		<i>Coluna, Chamada de</i> Comitê avalia os padrões salariais na mídia impressa	-1	-4	-63
		<i>Coluna, Chamada de</i> Técnica nacional revoluciona a utilização da cor Técnica desenvolvida no Brasil pode baratear custos na hora de imprimir...	-1	-5	-64
		<i>Coluna, Chamada de</i> Transformações dos jornais é tema do Congresso Terceiro Congresso Brasileiro de Jornais - sob responsabilidade da Mckinsy, uma das mais conceituadas empresas de consultoria do mundo	-1	-6	-65
		<i>Manchete</i> Jornais voltam a crescer Relata atividades do 54º Congresso Mundial de Jornais e 8º Fórum Mundial de Editores. O maior destaque está para o aumento da circulação e das receitas. Nas 6 últimas linhas que acompanham a manchete, a liberdade de imprensa é lembrada. Pela informação da própria manchete e grande espaço dedicado ao crescimento, optei pelo valor '-3'.	-3	-9	-68
		<i>Sub Manchete</i> Campanha da ANJ recebe três prêmios Prêmio de publicidade.	-2	-11	-70
161	2001	agosto	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Desde janeiro 33 jornalistas foram mortos Assassinato de jornalista normalmente é relacionado à censura.	1	1	-69
		<i>Capa, Chamada de</i> Em exame o papel do jornal na Educação	0	1	-69
		<i>Capa, Chamada de</i> Estudo mostra faixa ignorada pelo anunciante	-1	0	-70

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> Apurar mal é o pior jeito de errar	0	0	-70
		Trata da qualidade da apuração. Não relaciona-se com liberdade de imprensa, e não pode ser visto como atividade só empresarial, pois trata o conteúdo da matéria e sua qualidade.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Cai ritmo de crescimento da publicidade	-1	-1	-71
		<i>Coluna, Chamada de</i> Comitê de tecnologia se reúne em agosto	-1	-2	-72
		<i>Coluna, Chamada de</i> Fotografia digital revoluciona o mercado	-1	-3	-73
		Enfoque da tecnologia.			
		<i>Manchete</i> Jornais debatem o futuro	-3	-6	-76
		<i>Sub Manchete</i> Campanha mostra Leão de Cannes	-2	-8	-78
		"Teve uma boa idéia, anunciou em jornal" - prêmio de publicidade.			
162	2001	setembro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> ANJ revê estatuto e denuncia novas pressões	0	0	-78
		Trata de reformas no estatuto social da ANJ			
		<i>Capa, Chamada de</i> Convergência de mídia ainda causa polêmica	-1	-1	-79
		Trata da adaptação da empresa à implantação de padrões multimídia			
		<i>Capa, Chamada de</i> Equilíbrio entre áreas torna-se imprescindível	-1	-2	-80
		<i>Capa, Chamada de</i> Erros são ameaça e exigem mais investimentos	0	-2	-80
		Fala da necessidade dos jornais aplicarem em qualidade. Na matéria o tema empresa aparece por causa da necessidade de investimentos para que a qualidade possa melhorar. Como a relação não é direta opto pelo zero.			
		<i>Capa, Chamada de</i> McKinsey aponta desafios e propõe estratégias	-1	-3	-81
		"O lucro bruto por exemplar vem caindo".			
		<i>Manchete</i> Pesquisa prova credibilidade	0	-3	-81
163	2001	outubro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Campanha de classificados adota milhagem	-1	-1	-82
		<i>Capa, Chamada de</i> O liberal estimula professores a inovar em classe	0	-1	-82
		Trata da utilização do jornal em sala de aula.			
		<i>Capa, Chamada de</i> Seqüestro reabre discussão sobre o que publicar	1	0	-81

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
		Sobre o seqüestro de Sílvia Santos ... "A liberdade de imprensa tem limites...."			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Estudo mostra que qualidade cai nos EUA	-1	-1	-82
		A busca de rentabilidade está causando danos à informação nos EUA			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Projeto expande leitura de jornais nas escolas	0	-1	-82
		Projeto na Câmara obrigando leitura de jornais nas escolas...			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Publicidade cai 6,04% entre janeiro e abril	-1	-2	-83
		<i>Manchete</i> Busca de produtividade	-3	-5	-86
		"O tema básico da reunião anual do Comitê de Tecnologia (...) foi a procura de ganhos de produtividade nos jornais brasileiros."			
		<i>Sub Manchete</i> Edições especiais trazem cobertura diferenciada	0	-5	-86
		Sobre o ataque terrorista às torres gêmeas em Nova York.			
165	2001	dezembro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Internet será o maior problemas para cobertura	0	0	-86
		trata das eleições.			
		<i>Capa, Chamada de</i> Publicidade vai enfrentar normas rígidas	-1	-1	-87
		Em anos eleitorais (...) os departamentos comerciais dos jornais se vêem às voltas com o anúncio de candidatos.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> E-learning já movimentou US\$ 500 bilhões	-1	-2	-88
		Destaca os ganhos e mostra que o treinamento on-line de funcionários reduz custos para a empresa.			
		<i>Coluna, Chamada de</i> Empresas devem achar novo rumo para expansão	-1	-3	-89
		<i>Coluna, Chamada de</i> Prêmio Unesco é entregue em Brasília, à ANJ	0	-3	-89
		Refere-se ao projeto de leitura de jornais nas escolas. Prêmio de educação.			
		<i>Manchete</i> Jornais debatem eleições	0	-3	-89
		<i>Sub Manchete</i> Mídia terá princípios modernos	-2	-5	-91
		Trata de aprovação de emenda constitucional que permite a participação de capital estrangeiro, até o limite de 30 por cento, no capital acionário de jornais, revistas e emissoras de rádio e televisão brasileiros.			
167	2002	março	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Cresce venda de software para segurança	-1	-1	-92
		<i>Capa, Chamada de</i> Jornais podem conhecer melhor o leitor	-1	-2	-93

número	título	VALOR	SOMA	GERAL
	...os hábitos de consumo do leitor			
<i>Coluna, Chamada de</i>	Dano moral é tema para seminário	1	-1	-92
<i>Coluna, Chamada de</i>	Edições extras em Santo André	0	-1	-92
	Refere-se a edições extras tiradas por ocasião da morte do prefeito de Santo André, Celso Daniel.			
<i>Coluna, Chamada de</i>	Jornalismo, profissão de alto risco	1	0	-91
	O assassinato de jornalistas é uma forma de calar a sua voz, por isso a opção de relacionar esse título com liberdade de imprensa.			
<i>Coluna, Chamada de</i>	Livro atualiza linguagem nas mídias	0	0	-91
<i>Manchete</i>	Câmara aprova mudanças	-3	-3	-94
	"Modernização" da mídia.			
<i>Sub Manchete</i>	cautela nos planos dos jornais para 2002	-2	-5	-96
	Preocupações com o mercado, preço do papel etc.			
168	2002 abril	VALOR	SOMA	GERAL
<i>Capa, Chamada de</i>	Circulação se reduz	-1	-1	-97
	Pela primeira vez, desde 1996 a circulação de jornais diários reduziu. 2001: circulação média diária caiu de 7,88 milhões para 7,76 milhões.			
<i>Capa, Chamada de</i>	Jornalistas completam MBA	0	-1	-97
<i>Coluna, Chamada de</i>	Campanha homenageia as mulheres	0	-1	-97
<i>Coluna, Chamada de</i>	Comitê traz orientação sobre eleições	0	-1	-97
<i>Coluna, Chamada de</i>	Dano moral é examinado em seminário	1	0	-96
	Não há democracia sem imprensa livre			
<i>Coluna, Chamada de</i>	Marca que não anuncia desaparece	-1	-1	-97
<i>Manchete</i>	Jornais elevam participação	-3	-4	-100
	Trata de investimento em publicidade.			
<i>Sub Manchete</i>	Modernização da mídia em debate	-2	-6	-102
	Trata da revisão do artigo 222 da Constituição. Permite que os veículos de comunicação sejam controlados por pessoas jurídicas e tenham a participação de empresas estrangeiras			
169	2002 maio	VALOR	SOMA	GERAL
<i>Capa, Chamada de</i>	Diretoria da ABA amplia vínculos com o mercado	-1	-1	-103
	ABA - Associação Brasileira de Anunciantes			
<i>Capa, Chamada de</i>	Novo site da ANJ investe nos serviços	0	-1	-103

número	título	VALOR	SOMA	GERAL
<i>Capa, Chamada de</i>	Professores debatem seus novos desafios Trata do Encontro Nacional de Programas de Jornal na Educação (Uberlândia-10 a 12 de abril)	0	-1	-103
<i>Capa, Chamada de</i>	Vira best seller livro que aponta falhas na mídia Livro de Bernard Goldberg "Bias, A CBS Insider Exposes How he Media distort the News"	0	-1	-103
<i>Coluna, Chamada de</i>	Banho de Jornal bate recorde Relaciona credibilidade com ampliação de vendas. "Com um programa feito sob medida para atender aos interesses do mercado publicitário, o 5º banho de jornal da ANJ..." - é o início da matéria da p. 6 indicada pela chamada	-1	-2	-104
<i>Coluna, Chamada de</i>	Manual visa orientar o mercado "Correio Braziliense lança manual de procedimentos comerciais para regular as relações do jornal com as agências de propaganda e os anunciantes"	-1	-3	-105
<i>Coluna, Chamada de</i>	Melhor forma de Controlar suprimentos A linha fina na página da matéria diz o seguinte: "Em vez de diminuir o consumo de cafezinho ou papel higiênico, controle de custos pode ser feito gerenciando bem o que pode ser fonte de desperdício",	-1	-4	-106
<i>Manchete</i>	Emenda deve ser votada logo Proposta que moderniza Empresa de mídia.	-3	-7	-109
<i>Sub Manchete</i>	Sai o Prêmio ANJ de Criação Anúncios foram premiados pelo Núcleo de Mercado da ANJ	-2	-9	-111
170	2002 junho	VALOR	SOMA	GERAL
<i>Coluna, Chamada de</i>	A Tribuna chega aos 108 anos A Tribuna de Santos	0	0	-111
<i>Coluna, Chamada de</i>	Comitê faz defesa da liberdade "Relatório anual do Comitê de liberdade de expressão da ANJ mostra que se deve garantir aos profissionais e às empresas de comunicação o exercício pleno da sua missão livre de ameaça, pressões, censura ou violências."	1	1	-110
<i>Coluna, Chamada de</i>	Mudam as fronteiras do Marketing	-1	0	-111
<i>Coluna, Chamada de</i>	Nova edição do Prêmio de Criação ANJ Trata-se de criação publicitária	-1	-1	-112
<i>Manchete</i>	Indústria da indenização "Presidente do Supremo Tribunal Federal condena abusos que ameaçam a liberdade de imprensa."	3	2	-109
<i>Sub Manchete</i>	Novo artigo 222 na Constituição Permite a participação de capital externo nas empresas jornalísticas até o limite de 30%. E que essas empresas sejam controladas por pessoas jurídicas. A proposta foi aprovada pelo senado em 22 de maio.	-2	0	-111

número			título	VALOR	SOMA	GERAL
171	2002	julho		VALOR	SOMA	GERAL
			<i>Capa, Chamada de</i> Instalado Conselho de Comunicação	0	0	-111
			Trata do Conselho de Comunicação Social, previsto na Constituição como órgão auxiliar do Congresso.			
			<i>Coluna, Chamada de</i> Comitê de tecnologia se reúne	-1	-1	-112
			<i>Coluna, Chamada de</i> Cresce a circulação de jornais	-1	-2	-113
			<i>Coluna, Chamada de</i> Edições especiais na Copa	-1	-3	-114
			Empresas lançam edições especiais,.... Embora o retorno econômico não seja tão rápido			
			<i>Coluna, Chamada de</i> Leitor deve participar de Redações	0	-3	-114
			<i>Coluna, Chamada de</i> Pena de Ouro vai para Zimbábue	1	-2	-113
			Pena de ouro da liberdade...			
			<i>Manchete</i> Novos tempos para mídia	-3	-5	-116
			"Promulgada a Emenda Constitucional que permite a modernização das empresas jornalísticas". Novamente o Jornal ANJ insiste que a participação do capital estrangeiro e a permissão de que pessoas jurídicas controlem empresas de comunicação é uma 'modernização'.			
			<i>Sub Manchete</i> A morte de Tim Lopes	2	-3	-114
			Apesar de não relacionar com liberdade de imprensa, o fato ganhou esta característica, dado ao conteúdo do trabalho pessoal de Tim Lopes			
172	2002	agosto		VALOR	SOMA	GERAL
			<i>Capa, Chamada de</i> Informações oficiais entram em discussão	1	1	-113
			Seminário Direito de Acesso a Informações Públicas			
			<i>Coluna, Chamada de</i> Expedição é ponto chave para a mídia	-1	0	-114
			Investimentos na área de distribuição e logística.			
			<i>Coluna, Chamada de</i> Instalado o Conselho de Comunicação	0	0	-114
			A decisão pelo zero se dá a partir da leitura da matéria. Ambígua, destaca ao mesmo tempo, na fala do presidente do Conselho, José Paulo Cavalcanti, a importância de "estar ao lado da empresa nacional" para suportar o embate com grandes grupos de comunicação internacional. O Vice presidente, Jayme Sirotsky fala em consenso e cita reunião da Sociedade Internacional de Imprensa (SIP) que fez uma visão comparativa das legislações sobre liberdade de imprensa em diversos Países			
			<i>Coluna, Chamada de</i> Jornal gratuito fecha na Argentina	-1	-1	-115
			Os altos custos de distribuição e a que de publicidade levaram a falência o jornal argentino			
			<i>Coluna, Chamada de</i> Qualificação de professores em Apucarana	0	-1	-115
			<i>Manchete</i> ANJ cria plantão eleitoral	0	-1	-115

número	título	VALOR	SOMA	GERAL
	<i>Sub Manchete</i> Comitê de tecnologia se reúne	-2	-3	-117
	Todas as sessões foram sobre temas referentes à empresa			
173	2002 setembro	VALOR	SOMA	GERAL
	<i>Capa, Chamada de</i> Meio Jornal deve manter otimismo	-1	-1	-118
	Trata da situação econômica, e da necessidade de criatividade para superar as dificuldades.			
	<i>Capa, Chamada de</i> O cotidiano da Violência	0	-1	-118
	Fala de matéria do Jornal do Commercio que faz a narrativa da vida em 4 favelas do Recife, PE.			
	<i>Coluna, Chamada de</i> Campanha mostra interação	-1	-2	-119
	"Anuncie em jornal, aqui o seu produto é tão importante quanto a notícia" é o slogan da campanha do Núcleo de Mercado da ANJ			
	<i>Coluna, Chamada de</i> Escola busca meios para atualização	0	-2	-119
	<i>Coluna, Chamada de</i> Governos ainda resistem à transparência	1	-1	-118
	"O estado brasileiro, por tradição, não se preocupa em fornecer informações isentas e assegurar transparência".			
	<i>Coluna, Chamada de</i> Novo Jornal faz sucesso no Rio Grande do Sul	-1	-2	-119
	Três meses depois do lançamento o departamento comercial já contabilizou 7 mil assinaturas... A avaliação da matéria é sobre o bom desempenho comercial e empresarial do lançamento. Por isso a opção para a pontuação -1			
	<i>Coluna, Chamada de</i> Unesco quer investir na liberdade	1	-1	-118
	"A partir de centro de atividades em Quito, Equador, UNESCO quer ajudar na luta pela liberdade de imprensa na América Latina."			
	<i>Manchete</i> Tecnologia da qualidade	-3	-4	-121
	"A modernização tecnológica permitindo a redução de custos..."			
	<i>Sub Manchete</i> Espaço na eleição não precisa ser igual	0	-4	-121
174	2002 outubro	VALOR	SOMA	GERAL
	<i>Capa, Chamada de</i> Comitê investe na difusão da leitura	-1	-1	-122
	A adoção de projetos sócio-educativos como argumento de vendas e marketing social das empresas jornalísticas e a busca de parceiros para a difusão da leitura....			
	<i>Capa, Chamada de</i> Futuro governo vai precisar de aliança	0	-1	-122
	Analisa os desdobramentos da eleição presidencial (Lula e Serra).			
	<i>Capa, Chamada de</i> Parceria revoluciona setor de distribuição	-1	-2	-123
	Os jornais Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo fazem parceria na distribuição. Processo promete 20 por cento de economia e agilizar entrega.			

número		título	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> Executivo retira projeto sobre a radiodifusão	0	-2	-123
		<i>Coluna, Chamada de</i> Livro retrata o Notícias Populares	0	-2	-123
		<i>Coluna, Chamada de</i> Tecnologia garante mais acesso	-1	-3	-124
		<i>Manchete</i> ANJ reelege diretoria Maior preocupação com a empresa. Liberdade de imprensa não é citada no texto	-3	-6	-127
175	2002	novembro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Coluna, Chamada de</i> A Tarde chega ao seu 90 aniversário A nossa vendagem e a publicidade demonstram que o público baiano reconhece a nossa dignidade e o amor que temos pela Bahia (Regina Simões, presidente de A TARDE). Reler o texto. Essa afirmação foca que o jornal se reconhece como bom se vende bem e tem muitos anúncios. Será?	-1	-1	-128
		<i>Coluna, Chamada de</i> Assassinado dono de jornal em Cuiabá Notícia com detalhes o assassinato e dá encaminhamentos	1	0	-127
		<i>Coluna, Chamada de</i> Crise cambial diversifica o software Apresenta o software livre (linux), mostra que deve ser mais usados nos lares e empresas brasileiras, mas não refere-se exatamente a empresa jornalística. Por isso a opção pelo zero.	0	0	-127
		<i>Coluna, Chamada de</i> Produtos de mídia mais consumidos "Pesquisa da Merrill Lynch apresentada ao Fórum Mundial de Estratégia de Jornais, da WAN, mostra que o consumo de produtos vinculados à mídia cresce cada vez mais."	-1	-1	-128
		<i>Manchete</i> Ameaça à liberdade "Juiz proíbe jornais do Distrito Federal de publicar informações nas vésperas das eleições".No Correio Braziliense houve presença do censor dentro da redação.	3	2	-125
		<i>Sub Manchete</i> Brasil, o mercado mais promissor "O Brasil é um mercado altamente promissor para os jornais..."	-2	0	-127
176	2002	dezembro	VALOR	SOMA	GERAL
		<i>Capa, Chamada de</i> Censura choca a SIP "Censura prévia exercida na Redação do Correio Braziliense foi recebida com perplexidade pelos integrantes da Sociedade Interamericana de Imprensa."	1	1	-126
		<i>Capa, Chamada de</i> Certificação Digital chega Dados indispensáveis para a empresa e também para o cidadão...	-1	0	-127
		<i>Coluna, Chamada de</i> Diário supera suas metas em São Paulo	-1	-1	-128
		<i>Coluna, Chamada de</i> Liberdade é tanto garantia quanto direito	1	0	-127

número	título	VALOR	SOMA	GERAL
<i>Coluna, Chamada de</i>	Manutenção de equipamentos vira problema	-1	-1	-128
<i>Coluna, Chamada de</i>	Site atualiza informações sobre jornais O site da ANJ tem informações atualizadas sobre jornais.	0	-1	-128
<i>Manchete</i>	Hora da eficiência "Os jornais vivem um momento crucial, sendo necessária uma profunda reflexão e um esforço substancial para melhorar a rentabilidade de suas operações".	-3	-4	-131
<i>Sub Manchete</i>	Jornais educam Trata do Fórum de Experiências Significativas com o Jornal na Educação em Brasília e outras iniciativas.	0	-4	-131

ANEXO A — LIBERDADE DE IMPRENSA E LIBERDADE DE EMPRESA¹⁵⁶

Por Venício A. de Lima¹⁵⁷ em 6/9/2005

Em decisão tomada na segunda-feira (22/8), o ministro Celso de Mello, do Supremo Tribunal Federal, arquivou o pedido (Petição 3486-4) do advogado Celso Marques Araújo para que fosse instaurado procedimento penal contra os jornalistas Marcelo Carneiro e Diogo Mainardi, da revista *Veja*, por matérias publicadas na sua edição nº 1916 (de 3/8/2005).

Desde então a sentença tem sido saudada pela grande imprensa como "aula de liberdade de expressão", "admirável", "impecável", "exemplar" e "parâmetro para o Supremo no julgamento de novas ações criminais contra jornalistas". Os editoriais trazem títulos como "Decisão histórica" (*Veja*), "Voto pró-liberdade" (*O Globo*) e "Vitória da imprensa" (*O Estado de S.Paulo*).

Independente do seu mérito, no entanto, a decisão recoloca para os observadores da mídia – sobretudo para os não advogados, leigos como eu próprio – uma questão fundamental. Trata-se de esclarecer qual a relação que existe entre a liberdade de expressão, referida ao indivíduo, e a *liberdade de imprensa*, referida às instituições e empresas de mídia que disputam o mercado das chamadas indústrias de comunicação.

Em outras palavras: a liberdade que você, leitor, tem de expressar seu ponto de vista publicamente guarda alguma equivalência com a liberdade (de imprensa) que tem um grupo

¹⁵⁶ LIMA, Venício A. de. *Liberdade de imprensa e liberdade de empresa*. 6/9/2005. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=345IPB001>>. Acesso em: 30/12/2006.

¹⁵⁷ Venício A. de Lima é jornalista, sociólogo, mestre, doutor e pós-doutor pela Universidade de Illinois; pós-doutor pela Universidade de Miami; professor-titular de Ciência Política e Comunicação aposentado da Universidade de Brasília; fundador e primeiro coordenador do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política da UnB, ex-professor convidado da EPPG-UFRJ, UFPA, UFBA, UCB e UCS, no Brasil, e das universidades de Illinois, Miami e Havana (Dados biográficos encontrados em *Fazendo Media - Entrevista*. n/c. Disponível em: <<http://www.fazendomedia.com/fmoutros/entrevista0009.htm>>. Acesso em: 31/12/2006).

privado multimídia como, por exemplo, a Editora Abril?

Atores poderosos

Ao longo de sua decisão, o ministro afirma que "*a liberdade de imprensa*, enquanto projeção da liberdade de manifestação de pensamento e de comunicação, reveste-se de conteúdo abrangente, por compreender, dentre outras prerrogativas relevantes que lhe são inerentes, (a) o direito de informar, (b) o direito de buscar a informação, (c) o direito de opinar e (d) o direito de criticar".

A partir dessa definição, o ministro usa indistintamente em seu argumento as expressões "*liberdade de imprensa*"; "crítica jornalística"; "crítica que os meios de comunicação social dirigem às pessoas públicas"; "liberdade de informação"; "liberdade de expressão e de comunicação de idéias e de pensamento"; "direito de pensar, falar e escrever livremente, sem censura, sem restrições ou sem interferência governamental"; "conduta do jornal e opiniões jornalísticas".

Dada a máxima vênia, pondero que as transformações históricas que envolvem a "imprensa" nos últimos quatro séculos tornaram extremamente questionável o argumento de que a *liberdade de imprensa* seja uma "projeção" da liberdade de expressão.

Ambas as liberdades têm suas histórias vinculadas à chamada liberdade negativa (*negative freedom*), isto é, à liberdade de indivíduos ou grupos de indivíduos de expressar suas opiniões sem interferência externa. Em sua origem, ambas se referiam à ausência de restrições exercidas pelo poder do Estado absolutista, autoritário, não-democrático.

Muita coisa mudou, porém, desde os tempos em que os indivíduos se reuniam face-a-face nas suas aldeias e pequenas comunidades para discutir e decidir sobre seus problemas comuns e em que liberdade de "imprensa" (*press*) significava o direito individual de imprimir.

O desenvolvimento tecnológico e a conformação dos sistemas econômicos fizeram

com que as sociedades se tornassem muito mais complexas e grande parte da comunicação humana fosse, aos poucos, sendo intermediada por tecnologias e instituições ou empresas privadas que estão longe de ser meros condutores através dos quais a informação circula livremente. Hoje, as empresas de mídia se constituem, elas próprias, em importantes e poderosos atores, tanto econômicos quanto políticos, mas sobretudo atores determinantes na construção da opinião pública em todo o mundo.

"Direito natural"

Não é segredo para ninguém que a indústria das comunicações, apesar de crises financeiras localizadas, transformou-se num dos principais negócios das últimas décadas, e exemplo de concentração da propriedade no mundo globalizado. Reduzida a alguns megagrupos privados, tendem cada vez mais a controlar o que vemos, ouvimos e lemos. Basta olhar ao redor: uns poucos grupos familiares-empresariais, alguns associados a conglomerados multinacionais, praticamente controlam todo o fluxo das comunicações no Brasil.

Apesar de estarmos no século 21, diante de uma realidade radicalmente diversa daquela em que viveram os que primeiro teorizaram sobre a liberdade de expressão e a liberdade de "imprensa" (*press*), os grandes grupos de mídia brasileira continuam a evocar os clássicos liberais em defesa de suas posições e contra tudo o que consideram ameaçar os seus interesses privados.

Um exemplo: quando se discutia no país um pré-anteprojeto de lei que criaria a Agência Nacional de Cinema e Audiovisual (Ancinav), a própria revista *Veja* (edição 1872, de 22/9/2004) publicou matéria sob o título "Pequeno dicionário das (re)criações políticas", anunciando a intenção de "contribuir para a exatidão do uso do vernáculo, tão vilipendiado no debate político".

Neste "pequeno dicionário" de apenas seis verbetes – Gestapo, Fascista, Liberdade de

Expressão, Democracia, Modernidade e Stalinismo –, a descrição do "o que é" é contraposta a um "novo significado" que estaria sendo introduzido no debate político brasileiro.

O significado original de "liberdade de expressão" é recuperado em John Milton (1608-1674) e considerado "sempre um direito natural" seguido de um comentário que "estende", sem mais, a liberdade de expressão aos meios de comunicação. Escreve a revista:

O cerceamento da liberdade de expressão é fato comum, especialmente nos regimes totalitários do século XX, como o comunista e o nazista. Goebbels defendia o controle dos meios de comunicação.

Na parte do verbete que descreve o "novo significado" se lê:

No Brasil moderno, a 'liberdade de expressão' deixou de ser um direito natural e absoluto, passando a ser encarada como algo que – na avaliação de ministros do governo e de tribunais superiores [*sic*] – 'é relativo' ou exige 'precondições para ser exercido'.

Ora, nem mesmo na Inglaterra de John Milton a liberdade de expressão – e a *liberdade de imprensa/imprimir (press)* – era considerada um direito absoluto. Aos católicos, por exemplo, esse direito era negado.

Por outro lado, faz tempo que a justificativa para a *liberdade de imprensa* não é mais a idéia miltoniana de um direito natural (individualista) originado em Deus ou na Natureza. J. Stuart Mill, no século 19, já se valia da justificativa utilitarista. E depois do relatório final da Hutchins Commission (1947), nos Estados Unidos, a justificativa passou a ser o compromisso moral defendido por W. E. Hocking (1873-1966). Voltado para o bem comum, é ele que fundamenta a teoria da responsabilidade social da imprensa.

Reflexão crítica

Dentro da realidade histórica globalizada do nosso tempo, a censura foi em parte privatizada e a origem do cerceamento da liberdade de expressão não pode mais ser atribuída somente ao Estado. Muitas vezes ela tem sua origem no poder econômico privado ou é auto-

censura.

Em resumo: liberdade de expressão e *liberdade de imprensa* são liberdades distintas. Já eram distintas no século 17 de John Milton, que defendia o direito individual de impressão (*press*) sem a necessidade de uma licença prévia da igreja e do Estado. Com muito mais razão, o são hoje quando *liberdade de imprensa* não se refere mais à liberdade individual de imprimir, mas sim à liberdade *de empresas* cujos principais objetivos são conferir lucratividade aos seus controladores e viabilizar sua própria permanência no mercado.

Neste contexto, é com uma razoável dose de desânimo que tomamos conhecimento dos argumentos desenvolvidos na decisão do ministro Celso de Mello. Eles revelam um incrível descolamento entre as normas legais e o pensamento jurídico *vis-à-vis* a reflexão crítica contemporânea, não só na academia e nos observatórios de mídia, mas também entre profissionais experientes que pensam com seriedade o jornalismo. No Brasil e no exterior.

Infelizmente, para a mais alta instância de justiça do nosso país – assim como para a grande mídia privada – a *liberdade de imprensa* (ou das *empresas* de mídia) continua sendo uma "projeção" da liberdade de expressão.

ANEXO B — MEMBROS DO IFEX¹⁵⁸

"Adil Soz" - International Foundation for Protection of Freedom of Speech (KAZAJASTÁN)
 African Free Media Foundation (KENYA)
 Aliansi Jurnalis Independen (INDONESIA)
 Arab Archives Institute (JORDANIA)
 Arabic Network for Human Rights Information (EGIPTO)
 ARTÍCULO 19 (REINO UNIDO)
 Asociación de Periodistas de Guatemala - Comisión de Libertad de Prensa (GUATEMALA)
 Asociación Mundial de Periódicos (INTERNACIONAL)
 Asociación Mundial de Radios Comunitarias (INTERNACIONAL)
 Association of Independent Electronic Media (SERBIA & MONTENEGRO)
 Cairo Institute for Human Rights Studies (EGIPTO)
 Canadian Journalists for Free Expression (CANADA)
 Cartoonists Rights Network (INTERNACIONAL)
 Center for Human Rights and Democratic Studies (NEPAL)
 Center for Journalism in Extreme Situations (RUSIA)
 Center for Media Freedom and Responsibility (PHILIPPINES)
 Center For Media Studies & Peace Building (LIBERIA)
 Centre algérien pour la défense et la promotion de la liberté de la presse (ALGER)
 Centro de Reportes Informativos sobre Guatemala (GUATEMALA)
 Centro Nacional de Comunicación Social (MEXICO)
 Comité Mundial de Libertad de Prensa (ESTADOS UNIDOS)
 Comité para la Protección de los Periodistas (ESTADOS UNIDOS)
 Egyptian Organization for Human Rights (EGYPT)
 Ethiopian Free Press Journalists Association (ETÍOPIA)
 Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios e Instituciones (INTERNACIONAL)
 Federación Internacional de Periodistas (INTERNACIONAL)
 Federation of Nepalese Journalists (NEPAL)
 Fédération professionnelle des journalistes du Québec (CANADÁ)
 Formación Jurídica para la Acción (CHILE)
 Free Expression Ghana (GHANA)
 Free Media Movement (SRI LANKA)
 Freedom House (UNITED STATES)
 Freedom of Expression Institute (SOUTH AFRICA)
 Fundación para la Libertad de Prensa (COLOMBIA)
 Glasnost Defence Foundation (RUSSIA)
 Globe International (MONGOLIA)
 Greek Helsinki Monitor (GREECE)
 Hong Kong Journalists Association (CHINA)
 Human Rights Watch (ESTADOS UNIDOS)

¹⁵⁸ *MIEMBROS de IFEX*. n/c. Disponível em: <<http://www.ifex.org/es/content/view/full/51028/>> Acesso em: 23/10/2006.

Independent Journalism Center (MOLDOVA)
 Independent Journalism Centre (NIGERIA)
 Index on Censorship (UNITED KINGDOM)
 Institut Studi Arus Informasi (INDONESIA)
 Instituto Prensa y Sociedad (PERU)
 International Press Institute
 International Publishers Association
 IPS •letim Vakf• (BIANET) (TURQUÍA)
 Journaliste en Danger (RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO)
 Journalists' Trade Union (AZERBAIJAN)
 Media Foundation for West Africa (GHANA)
 Media Institute (KENYA)
 Media Institute of Southern Africa (NAMIBIA)
 Media Rights Agenda (NIGERIA)
 Media Watch (BANGLADESH)
 Media, Entertainment and Arts Alliance (AUSTRALIA)
 Netherlands Association of Journalists (NETHERLANDS)
 Norwegian PEN (NORUEGO)
 Observatoire pour la liberté de presse, d'édition et de creation(TÚNEZ)
 Pacific Islands News Association (FIJI/SAMOA)
 Pakistan Press Foundation (PAKISTAN)
 PEN American Center (UNITED STATES)
 PEN Canada (CANADA)
 PEN Internacional - El Comité de Escritores Encarcelados
 Reporteros sin Fronteras (FRANCIA)
 Sindicato de Periodistas del Paraguay (PARAGUAY)
 Sociedad Interamericana de Prensa (ESTADOS UNIDOS)
 South East European Network For The Professionalization Of The Media (SURESTE EUROPA)
 Southeast Asian Press Alliance (SURESTE ASIÁTICO)
 Thai Journalists Association (THAILAND)
 West African Journalists Association (SENEGAL)

ANEXO C — MÍDIA NORTE AMERICANA É CENSURADA NA GUERRA ¹⁵⁹

Ilustração 6. Mídia dos EUA é censurada na guerra

¹⁵⁹ AMÉRICA contra-ataca. *Folha de S. Paulo*, 11 out. 2001, Mundo, p. A 15.

ANEXO D — INDUSTRIAIS COMPRAM JORNAIS FRANCESES¹⁶⁰

Em crise, ‘Libération’, ‘Monde’, e ‘Figaro’ se abrem a investidores; jornalistas vêm ameaça à independência e mercado aplaude.

Em um sinal da situação desesperada a que chegaram os jornais nacionais franceses, o “Libération”, diário contestador, está envolvido em negociações detalhadas para vender participação acionária controladora a um aristocrata da dinastia de banqueiros Rothschild.

Se a aquisição por Edouard de Rothschild for aprovada depois de votação pelos funcionários do “Libe”, em 6 de janeiro, Serge July, que fundou o jornal em 1973 com a ajuda de Jean-Paul Sartre, foi informado de que seu posto como editor-chefe estará seguro até 2012. Os jornalistas também manterão sua participação minoritária e seu poder de veto na estrutura de capital da empresa. Mas não há como disfarçar que uma era chegou ao fim para o jornal de passado revolucionário.

O “Libe” não está só. O “Lê monde” e o “Figaro” também estão se preparando para cirurgias radicais sob o controle de novos proprietários. Os cortes começaram no “Figaro”, diário conservador vendido no terceiro trimestre a Serge Dassault, presidente honorário do conselho da Dassault Aviation, produtora do caça Mirage. Sob o comando de Dassault, o jornal recentemente demitiu Jean de Belot, seu editor-chefe há muito tempo, e Yves de Chaisemartin, presidente-executivo da publicação. De Belot foi substituído por Nicolas Beytout, que era editor de “Les Echos”, diário financeiro controlado pelo Financial Times Group.

O “Monde” é o maior e mais influente dos jornais nacionais franceses. Mas isso tam-

¹⁶⁰ JOHNSON, Jo. Industriais compram jornais franceses. *Folha de S.Paulo*, 25 dez. 2004, Dinheiro, p. B7.

pouco serve de proteção: seu editor também terminou demitido. Edwy Plenel, o combativo ex-trotskista criticado por políticos indignados devido ao jornalismo investigativo que ele vinha promovendo no jornal, renunciou recentemente depois de quase uma década à frente da publicação dizendo que desejava retornar aos prazeres simples da escrita.

Sua partida aconteceu enquanto o diário, que chega às bancas no começo da tarde e teve prejuízo de €25 milhões no ano passado, continua sua busca por um novo acionista disposto a realizar uma injeção de capital da ordem de €50 milhões. O dinheiro é necessário para reforçar o balanço e bancar um programa de demissões de cerca de 90 profissionais.

O tumulto que abala os três diários nacionais mais importantes – a imprensa regional e o setor de revistas francesas estão se saindo melhor – reflete uma mistura paralisante de problemas cíclicos e estruturais. Os altos custos de impressão, sindicatos duros, o rápido desaparecimento das bancas de jornais que tinham monopólio sobre as vendas, a queda no número de leitores, a recuperação lenta depois da recessão no mercado publicitário e a proliferação de jornais gratuitos se somaram para solapar a base econômica do mercado dos grandes jornais.

A circulação do “Libe” caiu em quase 4% no ano passado, para apenas 158 mil exemplares. O “Monde”, que também vem perdendo circulação vende cerca de 390 mil cópias e o “Figaro” vende pouco mais de 350 mil ao dia, de acordo com a auditoria OJD.

Embora as quedas tenham sido mais modestas do que as enfrentadas pelos diários britânicos, seu impacto foi imenso. Na França cerca de 70% das receitas dos jornais derivam das vendas e assinaturas, não da publicidade.

Nesse clima de desânimo, a elite francesa decidiu ampliar seu domínio sobre o setor de jornais. Não foram apenas os Rothschild e Dassault que aproveitaram a oportunidade para assumir o controle de um título nacional colhendo a influência e o prestígio que disso derivam. Arnaud Lagardère que produz de revistas a mísseis, está de olho no “Monde” e pode em

breve se tornar o maior acionista.

A Lagardère, que controla 15% da EADS, grupo aeroespacial e de defesa já controla o “Journal du Dimanche”, principal jornal dominical francês, além da revista “Paris Match”, influente semanário de notícias leves. Adquirir participação respeitável no jornal de elite tornaria Lagardère o primeiro entre seus pares, na confraria dos magnatas que dominam a mídia francesa.

Outros industriais estacionaram os tanques de guerra nos gramados da mídia já há algum tempo. François-Henri Pinault controla não só o conglomerado de varejo Pinault Printemps Redoute mas também o “Le Point”, importante semanário de notícias locais e “L’Agefi”, um jornal financeiro.

Martin Bouygues é outro industrial bem relacionado cujas empresas dispõem de poderosa divisão de mídia. Herdeiro do grupo de construção Bouygues, que tem longa tradição no financiamento RPR, partido que funcionava como máquina política do presidente Jacques Chirac, Bouygues diversificou seus interesses e agora controla a maior rede de televisão francesa, a TFL, e uma das três únicas operadoras de telefonia móvel do país.

Os jornalistas estão alarmados com a tendência de que os herdeiros de dinastias financeiras e industriais francesas acumulem participações nos jornais do país. Robert Ménard, que dirige a Repórteres Sem Fronteiras, organização que luta pela *liberdade de imprensa* em todo o mundo, diz que “as dificuldades financeiras crônicas dos jornais nacionais franceses os estão deixando a mercê de quem quer que disponha de dinheiro fácil”.

Ele acrescenta que “pelo menos Edouard Rothschild não é um barão da indústria bélica, completamente dependente de pedidos do governo para obter faturamento. Isso representa o beijo da morte para o jornalismo independente”.

A despeito da contratação do respeitado Beytout como editor, vai demorar para que o

“Figaro” demonstre que pode ser mais do que a divisão de mídia de uma empresa de armas dependente do governo. A lealdade de Dassault ao presidente da França atravessa as décadas, e foi com o apoio de Chirac que o industrial superou o ceticismo do Ministério da Defesa e sucedeu o pai no comando da Dassault Aviation. Ainda que a empresa tenha diversificado suas operações para o setor aeroespacial civil (*sic.*), com os jatos executivos Falcon, o governo francês respondeu por mais de 85% de suas encomendas no segmento de defesa, em 2002.

Ao contrário de Dassault, que pouco fez para disfarçar seus instintos intervencionistas no “Figaro”, Rothschild está tendo cuidados e tenta não incomodar os jornalistas do “Libération”. Mas, como herdeiro de uma dinastia bancária, sua posição como proprietário de um jornal radical parece estranha.

“No plano simbólico, é chocante”, disse Pierre Defassiaux, funcionário do SNJ, principal sindicato dos jornalistas franceses. “Isso mostra o quanto é difícil sustentar a imprensa independente na França”.

Por um investimento da ordem de €20 milhões, Rothschild obterá 35% das ações do deficitário jornal.

Rothschild fez o máximo que pode para reassegurar a cética equipe editorial do “Libération”. Em entrevista ao “Figaro”, prometeu preservar a independência do jornal. “O Libération”, disse “tem todas as qualidades necessárias a se tornar a força propulsora por trás do grupo diversificado de imprensa que desejo construir”.

A despeito do pessimismo entre os jornalistas, no setor publicitário a injeção de capital que os grupos industriais franceses vêm realizando na mídia, um setor estagnado, foi recebida com agrado.

“Os custos fixos de um jornal nacional superam de longe a receita que pode ser obtida com assinaturas, vendas em banca e publicidade” diz Philippe Sarrazin, diretor da Initiative

Paris, uma empresa de compra de mídia.

Ele acrescenta que “os anunciantes esperam que os novos proprietários invistam em máquinas e em jornalistas modernos. E apreciam muito as mudanças.”.

ANEXO E — MOEDA BRASILEIRA – OS RÉIS E OS CONTOS DE RÉIS¹⁶¹

No Brasil, o sistema monetário também tendeu à simplificação. A partir de 1849 foram cunhadas novas denominações com base no novo padrão de 9 mil-réis por libra, como tostões de 100 réis, moedas de mil-réis e peças de ouro de 10\$000 e 20\$000, estas com 8,9648 g e 17,9296 g de ouro de 22 quilates, respectivamente. Apesar do câmbio do papel-moeda continuar a se desvalorizar, essas moedas de ouro continuaram a ser cunhadas até 1922 – quando, em papel-moeda, o dólar já valia 7\$740 e a libra 35\$660.

<i>unidade monetária</i>	<i>valor em réis</i>	<i>poder aquisitivo em £, 1822-1830</i>	<i>poder aquisitivo em £, 1830-1840</i>	<i>poder aquisitivo em £, 1850 - 1874</i>	<i>poder aquisitivo em £, 1875-1900</i>
cinco réis	5	0,20	0,15	–	–
dez réis	10	0,40	0,30	0,23	0,14
vintém	20	0,80	0,60	0,46	0,28
dois vinténs (1)	40	1,60	1,20	0,92	0,56
tostão	100	4,00	3,00	2,30	1,36
cruzado novo	400	16,00	12,00	9,20	5,44
patacão (1)	960	38,40	28,80	–	–
mil-réis	1\$000	40,00	30,00	23,05	13,60
dez mil-réis	10\$000	400,00	300,00	230,50	136,00
conto de réis	1:000\$000	40.000	30.000	23.050	13.600

Tabela 5. Moedas e unidades monetárias brasileiras, 1822-1899

[...] O problema é particularmente complicado no Brasil, que teve oito moedas diferentes desde 1942. Mas não pense que um britânico ou um norte-americano tem uma noção muito mais clara de quanto sua moeda valia há cinquenta ou cem anos. Para complicar, às vezes tradutores e editores tentam "ajudar" seus leitores convertendo ingenuamente valores de décadas ou séculos atrás por taxas de câmbio atuais. Ou, quando se trata de antigas moedas de ou-

¹⁶¹ COELHO DA COSTA, Antonio Luiz Monteiro *Os mil-réis do Brasil independente: 1822 - 1942*. Disponível em: <http://antonioluizcosta.sites.uol.com.br/moeda_brasil.htm>. Acesso em: 13/12/2006.

ro e prata, pela cotação atual dos metais nelas contidos, o que não é muito mais exato.

Para dar a solução mais simples possível a esse problema, vamos introduzir uma unidade de medida do poder aquisitivo que chamaremos de Dinheiro, representada pelo símbolo Đ. Por definição, Đ 1,00 (um dinheiro) será igual ao valor aquisitivo, para o consumidor norte-americano, de um dólar nos EUA no final de dezembro de 2000 e do século 20.

Note que o poder aquisitivo de um dólar nos EUA não é igual ao de um dólar no Brasil. Por razões que vamos desenvolver num outro artigo, o custo de vida pode ser muito diferente de um país para outro (ou mesmo em diferentes cidades de um mesmo país) e como regra geral é mais baixo em países mais pobres. No último dia útil de dezembro de 2000, por exemplo, a cotação do dólar no Brasil fechou em R\$ 1,9554. Poderia parecer, portanto, que o valor do Real, nessa data, seria de Đ 0,51. Mas, como o custo de vida nos EUA (segundo nossas fontes) era, nesse momento, 88% superior ao do Brasil, nessa data o Real valia, na realidade, Đ 0,96, isto é, tinha no Brasil um poder aquisitivo comparável ao do dólar nos EUA. Por outro lado, o dólar, que nos EUA valia exatamente Đ 1,00, tinha no Brasil, uma vez convertido segundo a taxa de câmbio vigente, um poder aquisitivo de Đ 1,88.

[...]

Os primeiros patações eram pesos espanhóis, carimbados com o valor de 960 réis por ordem de D. João VI, mas nos reinados de D. João VI e de D. Pedro I também foram cunhadas moedas de 960 réis na Casa da Moeda do Brasil.

ANEXO F — A ÉTICA DA ECONOMIA CAPITALISTA¹⁶²

O que é a atividade econômica? A pergunta tem sido respondida de diferentes maneiras e segundo diferentes orientações. Há os que pleiteiam a economia de mercado e que insistem, por isso mesmo, na necessidade de se dar prioridade ao livre-comércio. As teorias econômicas desenvolvidas em sintonia com essa postura traduzem o ponto de vista dos que detêm o controle privado dos meios de produção ou dos mecanismos do mercado. Tradicionalmente esse tipo de ordenamento econômico é conhecido como “economia capitalista” e sua vigência é predominante no mundo atual. Em seus marcos desenvolvem-se relações sociais condicionadas pela tensão que se estabelece entre o poder do capital privado e as organizações dos que vendem sua força de trabalho para sobreviver. [...]

Um terceiro tipo de resposta à pergunta pela natureza da atividade econômica tem sido dado pelos países que optam pela combinação de elementos próprios das economias socialistas – em particular orientações compulsórias destinadas à distribuição da renda por meio de programas sociais governamentais – com elementos oriundos da economia capitalista. Pertencem a esse grupo Suécia, França e mesmo a República Federal Alemã. No caso da Alemanha, essa experiência de economia mista ficou conhecida como “economia social de mercado”. Ela reivindica, por um lado, os princípios essenciais do liberalismo clássico (livre iniciativa, livre comércio, competição) e atribui ao Estado a tarefa de vigiar o respeito aos interesses comuns. Reconhece, por outro lado, a necessidade de se conter o apetite egoísta do ser humano, o que significa que o Estado, além de sua tarefa de vigilância, deve cumprir um pa-

¹⁶² SANTA ANA, Júlio de. *O amor e as Paixões: Crítica Teológica à Economia Política*. Aparecida - SP: Editora Santuário, 1989. p. 69-94.

pel regulador de modo a assegurar à sociedade a satisfação de suas necessidades básicas. A exemplo do modelo capitalista tradicional, a economia social de mercado ordena-se fundamentalmente em função dos que possuem capital, zelando, entretanto, para que o comportamento econômico destes últimos não se erija em obstáculo às expectativas mínimas dos trabalhadores.

O breve sumário que acabamos de fazer – de diferentes respostas à pergunta pela natureza da atividade econômica – permite uma conclusão óbvia: não há apenas *uma* ciência econômica. Podemos mesmo ir além dessa conclusão, sustentando a pura e simples inexistência da ciência econômica. O que é designado por esse nome são, na verdade, diferentes crenças, *orientações ideológicas* diversas que se distinguem, elas próprias, pela grande variedade que comportam. A partir dessas diferentes orientações – que procuram interpretar e aplicar à realidade os resultados de sua hermenêutica – são formuladas propostas que beneficiam diferentes interesses: no caso do capitalismo, o interesse dos proprietários do capital privado; no caso do socialismo, o interesse das massas trabalhadoras. No caso, por fim, da economia social de mercado, a intenção é satisfazer o interesse de classes contraditórias através da divisão do produto nacional de maneira diversificada e desigual. Essas diferentes orientações ideológicas, vigentes no âmbito da produção, consumo e distribuição de bens, ensejam um conflito de escolas e práticas ideológicas.

A afirmação segundo a qual em vez de *uma* ciência econômica temos, na verdade, várias orientações ideológicas nos conduz agora a outra conclusão: não nos é possível falar *da* ética *da* economia. O singular que sublinhamos deve ser substituído pelo plural: há éticas de economias diferentes e contraditórias. É desnecessário insistir na contradição por demais conhecida entre capitalismo e socialismo. Vale recordar, porém, que se a economia social de mercado opõe-se à economia capitalista, essa mesma economia está em contradição com a

economia socialista, uma vez que ela quer ser alternativa ao intervencionismo governamental, à planificação centralizada ou autogestionária, bem como a qualquer variante de socialismo.

Feitas essas precisões conceituais prévias, podemos agora enunciar a tarefa a que se propõe este trabalho: refletir sobre a ética do capitalismo enquanto economia. A opção pelo exame dessa ética funda-se no fato de a grande maioria dos países latino-americanos pertencer ao mundo capitalista. Os grandes problemas e desafios econômicos enfrentados pelo nosso povo são oriundos da órbita capitalista. [...]

[...] Afinal, o capitalismo não é apenas um sistema econômico. Tratando-se de um sistema que orienta a produção, o consumo e a distribuição de bens, julgamos ser impróprio pretender compreendê-lo a partir de um critério único ou prioritário. Capitalismo, socialismo, feudalismo ou qualquer outro sistema constituem-se em modos de viver, em ideologias, em culturas. A ética de cada uma dessas orientações é tão somente uma parte do todo em que cada uma delas se erige. Isso significa que é impossível reformar substancialmente esses sistemas. Eles florescem ou se tornam obsoletos quando seus condicionantes históricos, no curso de seu desenvolvimento, lhes garantem vitalidade ou decretam seu ocaso. A pergunta pela ética de um desses sistemas não pode, portanto, ser dissociada de seu desenvolvimento. Essa a razão por que este trabalho examina a moral capitalista como segmento da totalidade desse sistema.

1. A ideologia do capitalismo: a economia não tem moral

[...] A afirmação da amoralidade do capitalismo é, portanto, o expediente a que recorrem os representantes mais ortodoxos do capitalismo para evitar a questão da ética. Como sistema econômico, afirma eles, “a única função de um capitalista eficiente é elevar ao máximo o lucro dentro das fronteiras das leis promulgadas por autoridades apropriadas”, o que sugere a inexistência de conexão entre a conduta capitalista e a moralidade de resultado. Com um to-

que de varinha mágica os teóricos mais ortodoxos do capitalismo contemporânea apagam a relação entre economia e ética. Procura-se com isso desqualificar *a priori* as objeções morais que podem ser feitas ao capitalismo. Importa pouco, ou nada, nessa linha de raciocínio, o fato de o capitalismo ter como premissa a liberdade, por liberdade, aqui, não se refere mais ao valor humano que permite o exercício da autonomia, mas tão somente à liberdade de mercado. Quando muito o indivíduo põe em prática a liberdade de escolha, mas no contexto do mercado; se o mercado é livre, então os que participam dele gozam dessa liberdade. Não se trata, entretanto, de liberdade moral, que permite o crescimento do ser humano que quer ser responsável, mas apenas a redução da liberdade ao plano econômico.

Esse toque da varinha mágica aponta para o totalitarismo implícito no capitalismo, que Franz Hinkelammert chamou de “totalitarismo de mercado”: tudo se reduz à troca de objetos; os seres humanos são tão coisificados quanto os bens que adquirem. O que conta, portanto, são os preços, que indicam valores, mas *valores de mercado*. Em palavras de Franz Hinkelammert, “a realidade concreta aparece como subproduto das relações mercantis, e o homem é o que as relações mercantis fazem dele. Isso diz respeito ao próprio núcleo da liberdade humana.. Na visão neoliberal o homem é livre enquanto e tanto quanto os preços são livres. A libertação do homem é consequência e subproduto da libertação dos preços. Libertando os preços, o homem também se liberta. Nega-se, desse modo, a liberdade humana anterior às relações mercantis ou anterior ao mercado. Nega-se portanto o exercício da liberdade que possa entrar em conflito com as leis de mercado. A liberdade é o mercado e não pode haver intervenção estatal no mercado em nome da liberdade. Ela se dá na submissão humana às leis do mercado, e nenhum direito humano é reconhecido se não tiver origem na posição ocupado no mercado. *Os direitos humanos se esgotam no direito de propriedade*. Eis a mística das relações mercantis”.

Uma primeira evidência com que essas palavras nos confrontam é a de que a “ciência econômica” liberal – que como toda atividade acadêmica pretende ser objetiva – é, na realidade, uma mística. Karl Marx constatou isso em *O Capital*, quando se ocupou do “fetichismo da mercadoria” como resultado do caráter religioso da economia burguesa, mas quem o notou pela primeira vez foi Adam Smith em seu trabalho *A Riqueza das Nações*. Segundo Smith, os que são bem sucedidos nos investimentos que fazem são “conduzidos por uma mão invisível a fazer a mesma distribuição do necessário da vida, que houvesse podido ser feita se a terra fosse dividida em partes iguais entre os seus moradores, e isso sem que pretendessem fazê-lo, sem sabê-lo, consegue impulsionar o progresso dos interesses da sociedade, permitindo a multiplicação das espécies”. Providencial e misteriosa, a mão invisível é o fundamento da produção e da distribuição. Ainda segundo Smith, os seres humanos procuram a satisfação de seus próprios interesses. Mesmo assim – inexistindo a intenção de trabalhar para o benefício dos demais – o resultado é o melhor possível. Essa mística providencialista mantém-se hoje como traço dominante da economia burguesa liberal.

Mas essa aura mágica não beneficia todos da mesma maneira. Ela não se notabiliza por ser equitativa. O resultado é conhecido – uma minoria desfruta dos lucros e um segmento pouco mais amplo consegue partilhar do bolo, enquanto a grande maioria luta simplesmente pela sobrevivência – e considerado “natural”. [...]

A mística providencialista capitalista, que se pretende amoral, é, na verdade, uma religião, e como religião ela faz do *sacrifício* elemento de grande importância para que o processo econômico atinja sua meta. Como vimos, Milton Friedmam insiste, por exemplo, no fato de que o desenvolvimento é impossível sem um alto custo social pago por ele. Seguidores e alunos de Friedmam – que estudaram com ele na Escola de Economia da Universidade de Chicago – tentaram aplicar suas teorias em vários países da América latina no auge da vigên-

cia do estado de segurança nacional, como ocorreu por exemplo, no Chile, Uruguai, Argentina e Equador. No caso brasileiro, um dos defensores permanente das teorias de Friedman tem sido o ex-ministro Antônio Delfim Neto, para quem não há crescimento econômico sem sacrifício. [...]

A relação efetivamente existente entre economia e ética torna-se ainda mais nítida quando constatamos ser impossível o exercício de qualquer atividade econômica sem que sejam considerados seus meios e fins. O capitalismo justifica-se, de um lado, afirmando que seus resultados beneficiam muitas pessoas: ele cria empregos, produz bens e estimula o desenvolvimento geral da sociedade. Cada vez mais, entretanto, esse “desenvolvimento” associa-se ao desprezo pela saúde dos trabalhadores, à desobediência de leis sociais importantes e à alteração do equilíbrio ecológico, que resulta na poluição e em problemas ambientais similares. SE os meios a que o capitalismo recorre colidem com a reprodução da vida, pior para a vida. Cornelius Vanderbilt manteve-se fiel a esse princípio ao ser pressionado em razão de vários acidentes ocorridos na ferrovia de sua propriedade, no Nordeste dos Estados Unidos. Afirmou que a única responsabilidade social do capitalista é a que se refere aos acionistas de sua empresa. Impõe-se assim, uma vez mais, a lei do mercado, e, com ela, a irresponsabilidade humana. Na base desse comportamento reside um substrato ético, uma orientação vital à operação bem sucedida de todo o sistema: o desconhecimento do próximo. [...]

2. A mágica do capitalismo: fazer o bem através do mal

[...] A postura ética da economia capitalista tem base antropológica. Toma o homem tal qual ele é. Maquiavel foi o primeiro a insistir na necessidade de se perceber a verdade efetiva das coisas evitando-se a fantasia. Essa linha de pensamento dominará a evolução da filosofia moderna. Ela sustenta que o ser humano é fortemente influenciado pelas paixões e que se orienta segundo interesses próprio. Hobbes dedicou os dez capítulos iniciais do *Leviatã* à

caracterização da natureza humana, concebida como aquela que deseja, procura, tem cobiça. Em *Sobre o Cidadão* - trabalho de 1654, anterior, portanto ao *Leviatã* - Hobbes já havia feito a conhecida afirmação segundo a qual "o homem é o lobo do próprio homem". Essa posição corresponde ao argumento burguês - cuja origem recua ao renascimento – segundo o qual o pensamento moralizante e os preceitos religiosos não são suficientes para o controle das paixões.

Hobbes procurou outra via para a transformação do indivíduo e nela a antropologia se revela fundamentalmente pessimista: o ser humano é guiado por apetites, pela cobiça, cólera e ambição, e a esperança só pode resultar da confiança em si mesmo. Em palavras do filósofo, "*o desprezo* ou pouca preocupação com a desgraça alheia é o que os homens chamam *crueldade*, que deriva da segurança da própria fortuna. Pois considero inconcebível que alguém possa tirar prazer dos grande prejuízos alheios, sem que tenha um interesse pessoal no caso" Hobbes passa a salientar, a seguir, a importância da vontade, negando que ela seja um "apetite racional". As ações voluntárias, que para ele têm raiz na cobiça, na ambição, nos interesses dos seres humanos, são evidência da atitude de concorrência que motiva os indivíduos e que tem como alvo o *sucesso*, caminho para a exaltação e engrandecimento das pessoas. Reside aí a chance de felicidade.

Movida por apetites e paixões, a concorrência tem que ser encaminhada. Como indicamos há pouco, sua manifestação suprema é o mercado, no qual é evidente a prioridade conferida aos interesses. Ninguém participa do mercado para fazer filantropia, e nesse âmbito as relações não são nem racionais nem lógicas - a menos que aceitemos a competição como racionalidade ou reconheçamos alguma lógica no confronto de interesses com vistas ao triunfo do interesse próprio. Pontifica o interesse, não a razão. É sintomático que simultaneamente a Hobbes, o francês La Rochefoucauld tenha reduzido as paixões e quase todas as virtudes ao

interesse próprio, e que um século mais tarde Adam Smith tenha escrito o seguinte em *The Theory of Moral sentiment* "Para que servem o esforço e a agitação neste mundo? Qual é a finalidade da avareza, da ambição, da procura da riqueza, do poder, da preeminência? De onde emerge a imitação teimosa que pode ser observada em todos os seres humanos, e quais são as vantagens que procuramos com esse grande propósito da vida humana que chamamos o *melhoramento de nossa condição*? As vantagens que procuramos tirar de tudo isso são as de sermos observados, ouvidos e percebidos com simpatia, agrado e apreço. É a vaidade - não o conforto ou o prazer - *o que nos interessa*".

Vozes mais otimistas, por outro lado, procuraram descrever o ser humano com traços mais positivos como foram os casos de Pufendorf e J. Locke. Se para Hobbes o humano era "caprichoso", para Pufendorf ele era apenas inconstante; o Estado Leviatã, por natureza despótico e opressor, não era necessário para encaminhar o ser humano, o que explica a ênfase de Locke na tolerância. Ao propor um Estado mais liberal que o concebido por Hobbes, Locke pretende assegurar um mínimo de liberdade sob o governo, a fim de que os indivíduos não sejam submetidos à vontade arbitrária, inconstante, incerta e desconhecida de outros indivíduos. [...]

3. Ressentimento: a moral do capitalismo

[...] A obra de Smith foi capaz de traduzir o pensamento da burguesia no momento em que ela, como classe social, atingia sua condição hegemônica. Desde então, concorrência e liberdade de mercado transformaram-se em premissas essenciais do capitalismo. A noção de responsabilidade passou a significar, para o burguês, responsabilidade empresarial: ele se sente obrigado a dar conta de suas ações apenas aos que investiram na sua empresa. As outras pessoas não contam, portanto, quando se trata de agir agressivamente em função das exigências do mercado livre. Importa menos ainda se com isso rios sejam contaminados, a poluição

ambiental aumente, deteriore-se a qualidade de vida dos trabalhadores ou mesmo que guerras sejam declaradas, e nelas seres humanos se matem em defesa de interesses comerciais que não são necessariamente seus. Importante e a ação comercialmente responsável segundo a *pudent law of business*, que assegura os interesses da empresa e a liberdade do mercado. [...]

Origem última desse comportamento, o ressentimento é “uma reação que simultaneamente se converte em sensível e deixa de ser ativada. Fórmula que define a doença em geral. Nietzsche não se contenta em dizer que o ressentimento e doença, como tal, é uma fórmula do ressentimento”. A origem dessa doença é a orientação reativa da existência: a força da pessoa muda de lugar, desloca-se do pólo positivo para o negativo. A memória não conduz o ressentido a afirmar-se e partir de si mesmo, mas a reagir insensivelmente, como que possuído por um espírito de vingança que o transtorna. Há, nesse sentido, um *hybris*, um excesso de ressentimento. Como se explicariam de outro modo as grandes tragédias do nosso tempo – de Auschwitz à dívida externa que reduz a vitalidade da vida dos povos da América Latina, Caribe, África etc., ou ainda as guerras periféricas que de 1945 em diante causaram a morte de 17 bilhões de pessoas e, ao mesmo tempo, lucros enormes para a indústria da morte, da produção e venda de armamentos? Inconsciente e esquecida, há uma debilidade originária inscrita no espírito da burguesia, que se manifesta num permanente *desejo de vingança*.

[...] Triunfa, portanto, a lógica do mercado – espaço de confronto e luta no qual os fortes fazem e impõem a lei. Que mais o capitalismo propõe senão o medo e antividua?

O futuro, como já notamos aqui, é desejado pelos que amam a vida. Estes são os que estão grávidos de promessa de vida em plenitude, que têm a possibilidade de imaginar uma realidade nova e força para lutar por ela. Goethe afirmava que são dignas de liberdade e vida apenas as pessoas que têm força para lutar por elas e conquistá-las dia-a-dia. O capitalista, entretanto, fecha-se ao futuro: se a dívida é impagável, então que se sacrifiquem os devedores.

Ocorre entretanto, que a honra dos sentenciados ao sacrifício não pode ser maculada, mesmo no interior de uma situação em que a vida vale muito pouco ou virtualmente nada; mesmo quando o mero pagamento do serviço da dívida externa implica a aceitação de reajustes econômicos exigidos pelo Fundo Monetário Internacional [...]. A rejeição dessa situação enseja o surgimento de uma nova ética, fundada na promessa da vida. [...].

ANEXO G — BIBLIOTECA DA SALVAÇÃO

De Bernardo Ajzenberg – Ombudsman da Folha

A Folha e o “Globo” retomaram na semana passada a política adotada em meados da década de 1990 de estimular a venda dos jornais acoplando-lhes um “brinde” – no caso, uma coleção de 30 livros a preços, como se diz, convidativos.

Parece-me bizantina a discussão sobre se a iniciativa, está certa ou errada – trata-se afinal, de uma decisão empresarial legítima. Dos leitores vieram muitas críticas, mas também elogios.

O que merece reflexão, aqui são as possíveis causas, a pertinência e a eficácia da iniciativa do ponto de vista institucional, além do modo como ela interferiu, até agora, na produção jornalística propriamente dita.

A venda dos principais jornais de circulação nacional do país vem caindo há cerca de sete anos, após o pico artificial entre 1994 e 1996 causado, justamente pela política de “brindes” (Atlas, dicionários, livros etc.). Abordei o tema aqui no último dia 23/2.

Ocorre que neste ano a situação não melhorou – e é, aliás, lastimável que a mídia ágil e pródiga ao fornecer notícias negativas sobre outros setores, mantenha um “silêncio ensurdecedor” quando o tema é sua própria saúde (ou a falta dela).

No primeiro quadrimestre, a **Folha** vendeu em média menos 7,4% do que no mesmo período de 2002; o “Estado de S. Paulo”, menos 9,8%; e o “Globo”, menos 5,6%. Em relação às médias anuais de 2002, as quedas foram de 6%, 5,9% e 3%.

Estima-se que, entre abril e o começo de junho, de 70 a 100 demissões de jornalistas ocorreram nas Redações das chamadas grande imprensa – **Folha** inclusive.

No último domingo, os leitores souberam da extinção da TV Folha (parcialmente

compensada com a reedição da **Ilustrada** aos domingos) e, hoje é a vez da **Folha Vale** (Edição regional para o Vale do Paraíba, em SP).

A situação é crítica e cobra ação. Mas seria o aumento da circulação via “brindes” – em que pese o mérito qualitativo da Biblioteca Folha – a melhor bóia da salvação?

Difícil responder, mas, como advogado dos leitores, observo os incômodos gerados pela maneira como a promoção tem sido encaminhada até agora.

Embaralhamento

Há um embaralhamento entre os textos jornalísticos normais e o material promocional da coleção que, até aqui tem se dado em detrimento dos primeiros.

Domingo passado, a sobrecapa descartável que vendia a promoção embutia, num dos lados, material jornalístico (a coluna “No Planalto” e uma reportagem). É fácil supor que milhares de leitores ao descartarem a sobrecapa, fizeram naturalmente o mesmo com esses textos.

Além disso, o amplo espaço editorial dedicado à coleção – até mesmo um caderno especial com textos assinados pela Redação – chamou a atenção de alguns leitores, para os quais, como é óbvio, tal espaço deveria estar voltado mais para notícias e reportagens, e não para autopromoção.

Consultada sobre esse ponto a Direção da Redação enviou o seguinte comentário: “A Biblioteca Folha, pela importância literária dos livros que abrange e pela qualidade das traduções, tem um evidente interesse cultural. Não fosse por isso, a **Folha** teria noticiado a iniciativa, mas provavelmente não teria dedicado tanto espaço editorial a ela.”

Some-se a isso a espécie de loteamento acertado entre o jornal e o “Globo” para as respectivas promoções, acordo que fez leitores da **Folha** de regiões importantes (RJ, ES e par-

te de MG, inclusive Velo Horizonte) deixarem de adquiri-la e comprarem o concorrente para ter o direito ao “brinde”.

Um leitor de Juiz de Fora (MG) comenta que , assim, vê-se obrigado a “assumir uma posição quase semestral [a promoção vai até o fim do ano] de oposição a este conceituado jornal”.

O lado operacional da campanha, aliás, foi objeto de uma “Errata” publicada pelo jornal na quarta, na qual admitiu ter omitido de peças publicitárias (inclusive da sobrecapa do domingo) que a promoção não atingia, por parte da **Folha**, aquelas regiões – causa de e-mails de leitores, principalmente de MG e do RJ, enfurecidos, indignados, que viram aí, em suas próprias palavras, propaganda enganosa.

Se haverá em outros Estados ou regiões compensações por tais perdas imediatas localizadas, cabe esperar para ver. Em qualquer hipótese, o descontentamento de leitores como este, de Juiz de Fora, não deixará de fazer todo sentido.

A experiência das promoções da década passada mostrou retenção marginal, residual de leitores após a explosão das vendas como já abordei na coluna de 23/2 – justamente porque a atração não era o jornal, mas sim os penduricalhos. Agora nada indica que será diferente.

Reportagem da **Folha** na quarta-feira, revelou que com a distribuição gratuita de “Lolita”, as vendas subiram 140% no último domingo. Era de esperar.

Cético, um leitor mandou a seguinte mensagem: “É um sinal de que as pessoas compraram o livro e não o jornal. Comercialmente, um sucesso. Mas, para o ‘ego’ do jornal, um desastre”.

Vejo um pouco de exagero nessa afirmação, mas à luz da experiência passada, ela, no mínimo, dá o que pensar.

ANEXO H — PUBLICIDADE DA FOLHA DE S.PAULO ANUNCIANDO SEUS BRINDES

DOMINGO, 22/6
**O AMANTE, DE MARGUERITE DURAS,
 E EM BREVE SEU TAMBÉM.**

PRÓXIMO DOMINGO
Folha + R\$11,50 =
 (preço especial de 12 livros + 1 livro de bolso)

Biblioteca FOLHA
 Livros que não dá pra não ler.
www.bibliotecafolha.com.br

FOLHA DE S. PAULO

Ilustração 7. *Folha de S. Paulo* divulga seus brindes
 (*Folha de S. Paulo*, n/c, Nacional, p. A16, 15/03/2006).

Ilustração 8. Publicidade de carro entre as colunas de notícias

Na publicidade do novo Vectra, a imagem do carro transforma-se no pano de fundo das matérias. A publicidade penetra no campo visual da leitura da matéria, sendo impossível não vê-la. (*Estado de S. Paulo*, n/c, Economia, p. B12-B13, 26/03/2006).

Polêmica

FHC diz que Chávez é populista e mal-educado

Ele é diferente porque tem petróleo, afirma o ex-presidente brasileiro

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Depois de alegar que o presidente brasileiro, George W. Bush, foi mal-educado ao atacar os bolivianos, o ex-presidente brasileiro, Fernando Henrique Cardoso, afirmou que o atual presidente da Venezuela, Hugo Chávez, é populista e mal-educado. Cardoso fez essas declarações durante uma entrevista ao jornal 'O Estado de S. Paulo'.

Cardoso afirmou que Chávez é um líder populista que se utiliza do petróleo para ganhar o apoio da população. Ele também criticou a maneira como Chávez se comunica com a imprensa e o povo.

Em outra parte da entrevista, Cardoso falou sobre a situação política no Brasil e a importância da democracia.

Cardoso também falou sobre a situação política no Brasil e a importância da democracia.

Cardoso também falou sobre a situação política no Brasil e a importância da democracia.

Cardoso também falou sobre a situação política no Brasil e a importância da democracia.

Américas

Protestos atingem três aeroportos na Bolívia

Vários voos foram desviados de Cochabamba, a cidade mais afetada

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

Protestos em três aeroportos da Bolívia afetaram a rotina de voos internacionais. Vários voos foram desviados para outras cidades, causando transtornos para os passageiros.

Os protestos ocorreram em Cochabamba, Sucre e Potosí. Os manifestantes exigem a renúncia do presidente Evo Morales.

Grand Opening
Tamboré 10
Terras Altas

Terenos de 500 a 1000m²
Pronto para construir

A TAMBORÉ S/A convida você a brindar conosco a entrega da nossa mais nova empreendimento: **Tamboré 10 - Terras Altas**

Você ainda pode contar a maravilhosa vista da localidade e o brindeamento à quem sabe, ser o primeiro a entrar uma champagne!

Venha conferir as excelentes condições de pagamento!

3066-1000

Nova proposta de lei de imigração anima brasileiros

Para advogada, muitos legais poderão regularizar situação

Paulo Sérgio

Paulo Sérgio

A nova proposta de lei de imigração para o Brasil tem gerado grande expectativa entre os brasileiros. A advogada Paula Sérgio afirma que muitos estrangeiros poderão regularizar sua situação legalmente.

A proposta prevê a criação de uma nova categoria de imigrantes, o que facilitaria o processo de regularização.

Ilustração 9. Rolha de Champagne atravessa texto
Na publicidade que convida para *brindar* mais um lançamento imobiliário, a rolha da Champagne atravessa um texto e o destrói. (*Estado de S. Paulo*, n/c, Internacional, p. A17, 31/03/2006).

Ilustração 10. Carro empurra matéria no jornal.

. Este, o mais simbólico dos três, o carro empurra a matéria para fora da página. O texto que está sendo empurrado trata-se do texto publicitário sobre o carro, apresentado com diagramação semelhante às outras matérias do jornal (*Estado de S. Paulo*, n/c, Nacional, p. A10-A11, 19/01/2006).

ANEXO J — DECLARAÇÃO DE CHAPULTEPEC

Uma imprensa livre é condição fundamental para que as sociedades resolvam seus conflitos, promovam o bem-estar e protejam sua liberdade. Não deve existir nenhuma lei ou ato de poder que restrinja a liberdade de expressão ou de imprensa, seja qual for o meio de comunicação. Porque temos consciência dessa realidade e a sentimos com profunda convicção, firmemente comprometidos com a liberdade, subscrevemos esta declaração com os seguintes princípios:

I – Não há pessoas nem sociedades livres sem liberdade de expressão e de imprensa. O exercício dessa não é uma concessão das autoridades, é um direito inalienável do povo.

II – Toda pessoa tem o direito de buscar e receber informação, expressar opiniões e divulgá-las livremente. Ninguém pode restringir ou negar esses direitos.

III – As autoridades devem estar legalmente obrigadas a pôr à disposição dos cidadãos, de forma oportuna e equitativa, a informação gerada pelo setor público. Nenhum jornalista poderá ser compelido a revelar suas fontes de informação.

IV – O assassinato, o terrorismo, o seqüestro, as pressões, a intimidação, a prisão injusta dos jornalistas, a destruição material dos meios de comunicação, qualquer tipo de violência e impunidade dos agressores, afetam seriamente a liberdade de expressão e de imprensa. Esses atos devem ser investigados com presteza e punidos severamente.

V – A censura prévia, as restrições à circulação dos meios ou à divulgação de suas mensagens, a imposição arbitrária de informação, a criação de obstáculos ao livre fluxo informativo e as limitações ao livre exercício e movimentação dos jornalistas se opõem diretamente à liberdade de imprensa.

VI – Os meios de comunicação e os jornalistas não devem ser objeto de discriminações ou favores em função do que escrevam ou digam.

VII – As políticas tarifárias e cambiais, as licenças de importação de papel ou equipamento jornalístico, a concessão de frequências de rádio e televisão e a veiculação ou supressão da publicidade estatal não devem ser utilizadas para premiar ou castigar os meios de comunicação ou os jornalistas.

VIII – A incorporação de jornalistas a associações profissionais ou sindicais e a filiação de meios de comunicação a câmaras empresariais devem ser estritamente voluntárias.

IX – A credibilidade da imprensa está ligada ao compromisso com a verdade, à busca de precisão, imparcialidade e equidade e à clara diferenciação entre as mensagens jornalísticas e as comerciais. A conquista desses fins e a observância desses valores éticos e profissionais não devem ser impostos. São responsabilidades exclusivas dos jornalistas e dos meios de comunicação. Em uma sociedade livre, a opinião pública premia ou castiga.

X – Nenhum meio de comunicação ou jornalista deve ser sancionado por difundir a verdade, criticar ou fazer denúncias contra o poder público.

ANEXO K — PICA METHOD¹⁶³

There are a number of ways to evaluate freedom of the press in a particular country. Press Independence and Critical Ability (PICA) has been one of the measures to judge whether any media systems are free. Developed by Ralph Lowenstein and his colleagues at the University of Missouri School of Journalism in 1948, the PICA method set forth 23 criteria for judging press freedom. These criteria are listed below:

1. Legal control on the press, not including libel and obscenity law (but laws involving official censorship, contempt, forced corrections and retractions, suspensions, privacy, security, incitement to riot, etc.);
2. Extra-legal control (threats, violence, imprisonment, confiscation, etc.);
3. Libel laws;
4. Organized self-regulation (press councils, courts of honor);
5. News and editorial personnel (all media) subject to government licensing, certification and appointment;
6. Favoritism in release of government news;
7. Media allowed to utilize services of foreign news agencies;
8. Government control over domestic news agencies;
9. Print media subject to government licensing;
10. Government control of circulation and distribution;
11. Degree of press criticism of local and regional government of officials within the country;
12. Degree of press criticism of national government and national officials within the country;
13. Government or 'government party' ownership of media (including radio, television and domestic news agencies);
14. Publications of opposition political parties banned;
15. Broadcasting and press units owned by networks and chains (concentrated ownership);
16. Government control of newsprint;
- 17. Government loans to media;**
- 18. Media dependency on government advertising;**

¹⁶³ ALAM, Rezwan-Ul-Alam *Measuring Press Freedom in Bangladesh*. 2/6/2005. Disponível em: <<http://www.asiamediaforum.org/node/148>>. Acesso em: 28/8/2006.

19. Government control of foreign exchange and/or purchase of equipment;
20. **Government subsidies and/or bribes to press and newsmen;**
21. Tax rate on press (either higher or lower) compared with other business;
22. Pressure from labour unions (to influence editorial policy, to suspend publication) and
23. **Number of marginal (economically insecure) press units.**

The PICA criteria as a whole were found to be inadequate to judge the status of press freedom in the Third World and communist countries, because they were based on the experiences of western countries, notably the United States. Some of them, however, provide useful yardsticks in determining the level of press freedom in military ruled countries.

ANEXO L — A COMISSÃO SOBRE LIBERDADE DE IMPRENSA -1947

Os artigos do Professor Dr.Venício A. de Lima no site do Observatório da Imprensa interessaram-me muito, pois falavam de um encontro de 1947 sobre liberdade de imprensa que não fora citado em nenhuma outra fonte. Por e-mail, entrei em contado com Prof. Venício solicitando outras informações. Prontamente ele respondeu: “(...)há um velho livro *OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A SOCIEDADE MODERNA*, de T. Peterson, J. Jensen e W. Rivers, publicado no Brasil pela Edições GRD em 1966 (que v. deve encontrar na biblioteca da USP) que tem um capítulo (7) sobre “As funções sociais do meio de comunicação” onde o trabalho da comissão é detalhado. Vale a pena procurar. Afora isso tudo que conheço é mesmo em inglês. Um abraço.Venício.” Fiquei muito grato com a informação e no dia seguinte encontrei o livro na biblioteca da Universidade Católica de Santos (UNISANTOS). Professor Venício tinha razão. Valeu a pena procurar. As informações são importantes e fiz questão de considerá-las por completo. Antes de ver o capítulo 7 quero citar, do mesmo livro, as críticas aos meios de comunicação que os autores reuniram no início do *capítulo 13* – “*Críticas dos meios de comunicação: os temas principais*”. De alguma forma é possível dizer que, algumas delas, são profundamente atuais:

Com o passar dos anos os críticos têm apresentado variações sobre sete temas gerais:

Os meios de comunicação têm usado o seu grande poder para promover os interesses dos proprietários. Os proprietários têm propagado os seus próprios pontos de vista, especialmente no que toca à política e à economia. Têm ignorado ou negligenciado os pontos de vista em contrário.

Os meios de comunicação têm, geralmente, sido instrumento dos altos negócios. Por vezes os anunciantes têm controlado a orientação e o conteúdo destes.

Os meios de comunicação têm resistido à mudança social; e têm perpetuado o *status quo*.

Os meios de comunicação, ao relatarem os acontecimentos correntes, têm, em geral, se preocupado mais com o superficial e sensacional do que com o significativo. No provimento da diversão têm apresentado uma sobrecarga de conteúdo sem substância ou sem mérito artístico.

Os meios têm pôsto em perigo a moralidade pública.

Os meios, sem boa razão para tanto, têm violado a vida privada e aviltado a dignidade dos indivíduos.

Os meios de comunicação têm sido controlados pelos indivíduos de uma única classe sócio-econômica, a classe comercial; e os recém chegados ao campo têm enfrentado grandes dificuldades para montarem novas empresas de comunicações. Consequentemente, o mercado livre e aberto de informação e de idéias tem estado em perigo.¹⁶⁴

A seguir o fac-símile¹⁶⁵ da parte do capítulo 7 sobre a Comissão de Liberdade de Imprensa de 1947, também conhecida como Comissão Hutchins.

a comissão sôbre a liberdade de imprensa

A mudança de atitudes dos proprietários e empresários para com as funções e operações dos meios de comunicação reflete uma tendência geral rumo a concepções coletivistas da realidade, do homem e da sociedade. Essas concepções são a base da teoria da responsabilidade social da imprensa. Contudo, sômente depois do relatório da Comissão sôbre a liberdade de Imprensa, em 1947, foram tais atitudes e concepções organizadas no que corresponde a uma teoria da imprensa, nova e integrada. A comissão, constituída de um grupo de eminentes cidadãos, presididos por Robert M. Hutchins, desenvolveu os seus estudos para a Universidade Chicago sob os auspícios da *Time Inc.* e da *Encyclopaedia Britannica, Inc.*. A teoria da responsabilidade social é apresentada em termos como *A Free And Responsible Press* pela co-

¹⁶⁴ PETERSON, Theodore; JENSEN, Jay W.; RIVERS, William L.. *Os meios de comunicação e a sociedade moderna*. Rio de Janeiro - GB: Edições GRD, 1966. p. 317-318.

¹⁶⁵ PETERSON, Theodore; JENSEN, Jay W.; RIVERS, William L.. *Os meios de comunicação e a sociedade moderna*. Rio de Janeiro - GB: Edições GRD, 1966. p. 162-169.

missão, como um todo, e como *Freedom of the Press: A Framework of Principle*, por William E. Hocking, um dos membros da comissão.

Até agora, a responsabilidade social, como definida nesses volumes, tem sido pouco mais do que uma teoria, mas é significativa, por duas razões: reflete uma convicção de que o pensamento e as condições contemporâneas da sociedade moderna tornaram superada a teoria libertária; e sugere uma direção que poderá ser tomada pelo pensamento futuro sobre a imprensa. Já agora, a despeito dos desmentidos, muito da teoria tem se infiltrado na ideologia e comportamento dos meios de comunicação de massa.

A comissão enumerou cinco coisas que a sociedade contemporânea exige da imprensa. Tomadas em conjunto, propiciam uma nova concepção do que devem ser os meios de comunicação, bem como uma medida para a atuação dos mesmos. Mas essas exigências não nasceram na comissão; esta as obteve, em larga medida, das profissões e práticas daqueles que operam os meios.

a verdade e o significado das notícias

A primeira exigência dos meios de comunicação numa sociedade contemporânea, de acordo com a comissão, é a de que propiciem "um relato fiel, compreensivo e inteligente dos eventos do dia, de um contexto que lhes dê significação". Devem ser exatos; não devem mentir. Além do mais, devem identificar fato com fato e opinião com opinião, e separar as duas coisas tanto quanto possível. Nas sociedades mais simples, diz a comissão, as pessoas podiam, muitas vezes, comparar o relato dos eventos com outras fontes de informação. Hoje podem fazê-lo apenas em grau limitado. Portanto, não é bastante apenas relatar fielmente *o fato* — como, por exemplo, uma apresentação correta de declaração feita por um político. É necessário, agora, que se relate *a verdade acerca do fato* — presumivelmente os motivos e interesses do político e da situação política dentro da qual fez a declaração.

Os próprios meios de comunicação parecem concordar com o dito da comissão de que devem ser exatos e de que devem separar notícias de opiniões. A maioria dos jornais pro-

cura se aliar ao princípio da reportagem objetiva e limitar a expressão da opinião à página editorial. Bem à parte do crescente senso de profissionalismo dos jornais, naturalmente, as considerações de ordem econômica levaram ao desenvolvimento da reportagem objetiva. O jornal variado, que procura atrair a todo o mundo e evita alienar quem quer que seja, descobriu na técnica da apresentação dos eventos e idéias, sem comentário ou interpretação, um modo de conseguir tudo para seu proveito. Mas um princípio filosófico estava também envolvido na questão. Ao separar as notícias da opinião, ao apresentar os lados opostos de determinada ocorrência, ao relatar sem comentários o que aconteceu ou o que foi dito, o jornal se via a ajustar o processo de auto-correção, tornando mais fácil para o leitor a descoberta da verdade acerca das coisas. Os diretores de rádio e televisão adotaram o mesmo ponto de vista para com os seus interesses e responsabilidades. Os programas noticiosos destes, por dependerem muito dos serviços telegráficos já amoldados aos padrões jornalísticos, só em raras circunstâncias violam deliberadamente o princípio da objetividade. Aqui, naturalmente, há excessões, como ocorre, também, nas colunas dos jornais. Mas esses programas, na sua maioria, quando fazem comentários sobre as notícias, são cuidadosos em rotulá-los como tais e em separá-los da notícia em si.

Com respeito à exigência da comissão, no sentido de que os meios digam "a verdade acerca do fato", a situação é um tanto diferente. Muitos jornais e muitas estações emissoras relutam em ir além de dizer o que aconteceu ou o que foi dito. Para dar ao leitor ou ouvinte os fatos necessários para uma compreensão do *porquê*, teriam de correr o risco de introduzirem preconceito e distorção no relato direto dos eventos como ocorreram, e das declarações conforme foram feitas. E ainda mais, a apresentação do ambiente pregresso dos eventos e a colocação dos mesmos dentro do seu contexto poderiam custar muito caro, não só em termos de tempo e energia, mas também no que tange à reação do público. Os principais elementos do mercado do jornal poderiam não considerar agradável a "verdade acerca do fato", ainda que a mesma fôsse alcançável. Não obstante, alguns dos melhores meios de comunicação estão produzindo reportagem "interpretativa" e "em profundidade". Na reportagem das atividades públicas, a interpretação é muito difundida.

o portador comum de idéias

Uma segunda exigência feita aos meios, diz a comissão, é no sentido de que sirvam como um forum para o intercâmbio de comentários e críticas. Isso significa que os mesmos devem considerar-se como “portadores comuns” na esfera da discussão pública, mesmo que não se sujeitem às obrigações dos portadores comuns, como por exemplo, as estradas de ferro. A comissão não espera que os meios de comunicação dêem espaço ou tempo às idéias de todo o mundo; mas que, sem deixar de lado a sua função própria de figurar um ponto de vista, veiculem, por uma questão de princípio, os pontos de vista contrários aos seus.

Atrás desta exigência está a concentração da propriedade dos meios em número cada vez menor de mãos. O cidadão acha o acesso às facilidades de expressão pública cada vez mais difícil. Portanto, os meios devem atuar como um portador comum de pontos de vistas que de outra forma não entraria em circulação pública.

Sobre esta exigência, também, os meios de comunicação parecem concordar com a comissão. Por exemplo, Norman Isaacs, diretor empresarial do *Times* de Louisville, escreveu: “A função que temos e que está acima de tudo mais é a de veicular a informação. Somos portadores comuns. A liberdade de imprensa foi concedida com esse propósito — e com este propósito apenas.” Um outro homem de jornal, Grove Patterson, definiu uma das responsabilidades sociais da imprensa como a de garantir que “os jornais sejam representativos do povo como um todo, e não de interesses especiais”. Disse que o fracasso de alguns redatores, diretores e proprietários em tornar os seus jornais realmente representativos do povo é devido à errônea crença destes de que a liberdade de imprensa pertence apenas a eles. E acrescentou: “Uma imprensa livre é muito mais do que um ganha-pão para os editores”.

Os emissores falam, também, no seu código, em fazer todo o esforço possível visando a assegurar a igualdade de oportunidade na discussão das questões públicas. O código da televisão sugere que as estações “dêem justa representação aos lados opostos das questões que afetam materialmente a vida ou o bem estar de uma parte substancial do público”.

Naturalmente, era de se esperar que os meios de comunicação se opusessem a quaisquer leis que os obrigassem a aceitar todos os pretendentes a espaço e tempo, ou a qualquer atitude do govêrno no sentido de regulamentar as suas taxas. Da mesma forma, era de se esperar que se opusessem a quem quer que exigisse, como um direito, que disseminassem as suas idéias. Mas, em princípio, e na prática geral, os meios aceitam o conceito da comissão relativo ao seu papel como portadores comuns de notícias e opiniões. E êste ponto faz sentido em dois aspectos: ajuda-os a atrair a tantas pessoas quanto possível para o seu público; e ajuda-os a facilitar o processo de auto-correção no mercado de opinião e conhecimento.

uma imagem representativa da sociedade

A terceira exigência é a de que os meios de comunicação apresentem uma imagem representativa dos vários grupos que constituem a sociedade. Em outras palavras, devem retratar com exatidão todos os grupos sociais e não apenas perpetuar os estereótipos. A razão para tanto é o fato de que as pessoas são guiadas no seu pensar por grupos de imagens, favoráveis, de grupos. Se as imagens são defeituosas, contribuem para juízos defeituosos. A comissão insiste em que os meios de comunicação, ao apresentarem uma imagem real de qualquer grupo, devem levar em consideração os seus valores e aspirações, bem como as suas fraquezas e vícios. Se o retrato fôr sensato, o público gradualmente adquirirá respeito e compreensão para com o grupo.

Os meios de comunicação parecem subscrever, em princípio, também, a esta exigência, embora às vêzes a violem na prática. Os que trabalham para a imprensa, sem dúvida diriam que tentam retratar os grupos sociais com exatidão — e os indivíduos e eventos da mesma forma — como parte da sua tarefa ampla de relatar fiel e imparcialmente as notícias do dia. Os códigos de comportamento dos meios eletrônicos pedem respeito aos sentimentos nacionais e à sensibilidade dos grupos e religiosos.

Essa atitude é facilmente entendida. Uma vez mais, há muito sentido no fato de se tratar com respeito aos leitores e ouvintes, de se reconhecer os valores, as aspirações e a huma-

nidade comum de todos os ramos do seu mercado. As razões filosóficas para tal política dificilmente poderiam ser derivadas da teoria libertária, a qual admitia e aprovava a competição social tanto quanto a intelectual e o conflito de interesse e intensão dos grupos. As razões para esta política podem ser prontamente encontradas, contudo, nas ascendentes concepções do século vinte sobre a realidade, o homem, a sociedade e a liberdade. Pois essas concepções realçam a igualdade social mais do que a liberdade pessoal, condenam as rupturas causadas pela competição social e procuram socializar o interesse e intenção individuais. Não há muita razão para se pensar que os proprietários dos meios de comunicação e os empresários sejam no novo clima de idéias mais do que o foram com referência às forças políticas industriais e sociais.

a clarificação dos objetivos da sociedade

A quarta exigência oferecida pela comissão é a de que os meios apresentem e clarifiquem os objetivos e valores da sociedade. A comissão não sugere que sentimentalizem os fatos para criarem um quadro côr de rosa. Assim, pede relatos realistas dos eventos e forças que operam contra os propósitos sociais, bem como dos que operam a favor dos mesmos. Os meios são um instrumento educativo, e talvez o mais poderoso que temos; portanto, devem "assumir uma responsabilidade semelhante à dos educadores, afirmando e clarificando os ideais em cuja busca deve se empenhar a comunidade".

À parte de se saber se os educadores concordariam ou não com tal afirmativa, os profissionais dos meios de comunicação provavelmente aceitariam esta exigência sem muito hesitar. Realmente, os meios de comunicação, na prática, a despeito de objeções isoladas, cumprem esta exigência de forma bem natural. É verdade que o seu conteúdo revela um senso de conflito a respeito dos alvos e valores, especialmente com referência às esferas políticas e econômicas. Mas revelam uma forte tendência de cerrar fileiras quando os valores e alvos tradicionais da sociedade estão em jogo.

Em geral, as colunas noticiosas, as páginas editoriais, os artigos de revista, os *shows* de rádio e televisão, e os filmes de longa metragem tendem a sustentar e a reforçar os alvos e valores aceitos da sociedade. Este fato não representa ne-

nhuma surpresa. Há uma tendência natural entre os homens de se conformarem, e há, também, uma necessidade prática de se agradar aos fregueses. Mas alguma influência deve ser, também, atribuída à crença honesta e mais ou menos independente nos alvos e valores comumente aceitos da sociedade. Seja como fôr, tanto o princípio como a prática, incentivados pelo que recomenda a comissão, se opõem ao individualismo radical e ao *ethos* competitivo da tradição libertária.

pleno acesso à informação

A exigência final recomendada pela comissão é a de que os meios propiciem um "pleno acesso à inteligência do dia". Os cidadãos de uma sociedade industrial moderna, diz a comissão, necessitam de uma soma de informação corrente bem maior do que aquela requerida outrora. Mesmo que os cidadãos nem sempre usem toda a informação que obtêm, a ampla distribuição de notícias e pontos de vista é essencial a um governo que se desenvolve sob consentimento. Além do mais, a informação deve ser disponível a todo o mundo, pois a liderança é alterada tantas vezes e tão livremente que qualquer cidadão pode, repentinamente, ver-se com o poder de decisão.

Neste ponto, os líderes dos meios de comunicação, com toda certeza, concordam. Querem, ansiosamente, alcançar um público tão vasto quanto possível, mas também aceitam a obrigação, imposta pela teoria da responsabilidade social, de manterem aquilo que a comissão chama de "liberdade de informação". Na medida em que os meios procuravam conquistar os mercados cada vez maiores e se tornavam cada vez mais imbuídos de um senso de responsabilidade social, a idéia de que o público tem um *direito* de acesso à informação, um direito básico de ser informado, tornou-se um princípio fundamental dos redatores, dos diretores e dos profissionais do rádio e televisão.

Esta doutrina da responsabilidade social representa uma ruptura com o pensamento tradicionalista, em dois aspectos. Primeiro, a teoria libertária admitia que o pleno acesso à inteligência do dia seria a consequência natural de um mercado de opinião livre e aberto. Nenhuma provisão era feita para garantir o fluxo de informação quando os indivíduos resolviam guardar o silêncio. Mas onde está o benefício do direito da livre expressão sem o pleno acesso à informação que

deve ser veiculada? Daí se verem os meios de comunicação como agentes ativos no rompimento das barreiras do segredo e do silêncio. A *American Society of Newspaper Editors*, a associação de jornalismo *Sigma Delta Chi*, e outros grupos profissionais formaram comitês para defender o direito do público de saber e de ajudar a abrir as fontes de notícias em todos os níveis do governo. Respeitáveis jornalistas como James Reston, James Pope e Erwin Canham têm chamado atenção, repetidas vezes, para os perigos que, para um governo democrático, representa a censura mediante supressão da intenção e interesse individuais — antes que os públicos. Nenhuma pessoa estava impedida, em princípio, ou de adquirir ou de usar os meios de comunicação para fins individuais. Na verdade a teoria libertária encoraja o uso egoísta dos meios, aceitando que o conflito de idéias, numa sociedade, é, em si mesmo, bom. Hoje todavia, os meios são vistos como sendo, cada vez mais, instrumentos do interesse e intenções públicas e não dos individuais. Com a sua operação e propriedade concentradas em número de mãos cada vez menor, os meios são exortados a agirem como agentes não nos indivíduos que os possuem e dirigem, mas do público, o que lhes concede a dádiva de liberdade.

ANEXO M — ALGUMAS CAPAS DO JORNAL ANJ

Edição nº 144 – jan/fev de 2000

JAN/FEV 2000 — Nº 144

JORNAL ANJ

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

ARTIGO

As iniciativas para cercar a imprensa surgem na hora em que se investiga a infiltração do crime no Poder Público

PÁGINA 21

"Nada é mais perigoso para uma nação do que o germe da corrupção."

Tarcísio Holanda

ANJ cria núcleo para atender o mercado

A Associação Nacional de Jornais lança em janeiro o Núcleo de Mercado, um centro avançado que desenvolverá uma nova relação com clientes e anunciantes. O objetivo é construir uma área de prestação de serviços do meio Jornal que facilite o dia-a-dia do mercado anunciante e publicitário.

PÁGINA 3

Jornalista sírio ganha a Pena de Ouro

O jornalista sírio Nizar Nayouf, editor do jornal Sawt al-Democratiyya, foi agraciado com a Pena de Ouro da Liberdade da Associação Mundial de Jornais. Ele está preso há sete anos.

PÁGINA 16

Novo jornal de Economia sai em abril

PÁGINA 15

Publicidade retoma o crescimento

PÁGINA 4

CÂMARA DOS DEPUTADOS VOTA PROJETO QUE VEDA INFORMAÇÕES SOBRE PROCESSOS, INVESTIGAÇÕES E INQUÉRITOS

APROVADA LEI MORDAÇA

Menos de 24 horas antes de se encerrar a sessão legislativa, a Câmara dos Deputados aprovou a chamada *Lei Mordaca*, um projeto de lei que proíbe todas as autoridades de prestarem informações a respeito de processos, investigações e inquéritos em andamento. O projeto, encaminhado ao Congresso pelo Executivo, recebeu 269 votos a favor e 127 contra. Agora vai ao Senado. O relator do projeto, deputado Antônio Carlos Biscaia, tentou introduzir mudanças no texto, mas foi derrotado. Anunciou que entrará com uma ação direta de inconstitucionalidade contra a lei. Renato Simões, vice-presidente da ANJ responsável pelo Comitê de Liberdade de Imprensa, considerou o projeto "anti-democrático".

PÁGINA 17

Sessão noturna da Câmara em que se votou a Lei Mordaca; penas severas para a autoridade que prestar informações aos meios de comunicação

TEMPO DE DEFINIÇÕES

As empresas jornalísticas esperam para 2000 um melhor desempenho da economia brasileira, após a recessão que marcou a maior parte de 1999. Para elas, 2000 será também um ano de definições, em especial nas relações entre os jornais e as novas mídias. Os efeitos da Internet no mercado publicitário foram ainda mais rápidos do que se imaginava. Os jornais brasileiros preparam programas de investimentos no setor e definem parcerias, em um processo que ganhará mais velocidade no decorrer do ano. O grande desafio, nessa área, é desenvolver novos modelos de financiamento.

PÁGINAS 5 A 14

Edição nº 152 – outubro de 2000

OUTUBRO / 2000 — Nº 152

JORNAL ANJ

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

EDUCAÇÃO

Já são 50 os países que adotam programas Jornal na Educação, incentivando a leitura e um ensino melhor

PÁGINAS 16 A 19

"Usar jornais em escolas beneficia alunos e empresas"

Arlann Abare McMane

Tecnologia digital inova as empresas

Com participação recorde, o Encontro Anual do Comitê de Tecnologia da ANJ examinou as mais recentes inovações na área digital, que já dominam a pré-impressão e chegam agora às rotativas.

PÁGINAS 11 A 15

Publicidade cresce 35% no semestre

Os investimentos em mídia cresceram 35,75 por cento no primeiro semestre de 2000 em comparação com o mesmo período do ano passado. No entanto, o ritmo de expansão começa a cair. Os dados são do Projeto Inter-Meios.

PÁGINA 9

Circulação será tema de seminário

Os temas atuais de maior importância sobre a circulação dos jornais serão discutidos em São Paulo, nos dias 16 e 17 de outubro, no Seminário Nacional de Circulação. Além de cases de sucesso, o Seminário examinará estratégias de crescimento e o peso da Internet.

PÁGINA 22

FRANCISCO MESQUITA NETO ASSUME PRESIDÊNCIA DEFENDENDO A LIBERDADE DE IMPRENSA E A MODERNIZAÇÃO

ANJ TEM NOVA DIRETORIA

Fotos: Márcio Arruda

Francisco Mesquita Neto e Paulo Cabral: nova Diretoria, escolhida por aclamação, reafirma compromisso com liberdade

A Associação Nacional de Jornais tem nova Diretoria, presidida por Francisco Mesquita Neto, diretor-superintendente de O Estado de S. Paulo e até então vice-presidente da entidade. A escolha foi feita por aclamação da Assembleia Geral da ANJ, no dia 11 de setembro. Mesquita Neto assumiu a Presidência com um pronunciamento em que reafirmou o compromisso da ANJ com a liberdade de expressão e em que defendeu a modernização das empresas jornalísticas. O jornalista Paulo Cabral, que presidiu a ANJ nos últimos seis anos, apresentou à Assembleia o relatório de atividades no biênio 1998-2000. Na nova Diretoria, Cabral é o vice-presidente responsável pelo Comitê Jurídico e de Relações Governamentais. Francisco Mesquita Neto, além da Presidência, continuará supervisionando o Comitê de Relações com o Mercado e o Grupo Industrial. Os demais vice-presidentes são: João Roberto Marinho, responsável pelo Comitê de Tecnologia; Luís Frias, Comitê de Leitura e Circulação; Nelson Sirotsky, Comitê de Gestão; Demócrito Dummar, Comitê de Relações Internacionais; Jaime Câmara Júnior, Comitê de Eventos e Divulgação; Mário Gusmão, Comitê de Liberdade de Imprensa; e Sylvino de Godoy Neto, Comitê de Novos Associados.

PÁGINAS 3 A 8

Cláudio Adilson: inflação em queda

Economista prevê maior crescimento

PÁGINAS 6 E 7

Franco Porta: expansão da demanda

Preço do papel sobe até o final do ano

PÁGINA 8

Geraldo Leite: valorizando o meio

Núcleo de Mercado lançará kit básico

PÁGINA 10

JORNAIS DARÃO BOLSAS PARA MESTRADO

PÁGINA 22

Edição nº 155-jan/fev de 2001

JAN / FEV / 2001 - Nº 155

JORNAL ANJ

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

ARTIGO

O meio jornal não pode ser considerado mídia de apoio, por manter alta qualificação de seu público consumidor.

PÁGINA 21

"Não basta ter boa audiência, é preciso respeitar os leitores"

José Roberto Mello e Filho

Jornalistas de Mianmar terão Pena de Ouro

Dois jornalistas de Mianmar, antiga Birmânia, foram escolhidos pela Associação Mundial de Jornais para receberem a Pena de Ouro da Liberdade de Imprensa. Ambos — San San Nweh e U Win Tin — estão presos em seu país.

PÁGINA 8

Iniciativa tenta salvar acervo de jornais extintos

Enquanto os principais jornais brasileiros preservam com cuidado seus arquivos, alguns modelares, o acervo de muitas publicações extintas corre perigo. O Arquivo do Estado de São Paulo recuperou o de Última Hora e pretende prosseguir a iniciativa.

PÁGINAS 20 E 21

Programas dão segurança ao tomar decisões

As empresas estão recorrendo cada vez mais a programas especializados para localizar e extrair os dados que interessam, o *datawarehouse*, e para apresentar de forma apropriada o que interessa, o *business intelligence*. Os jornais têm interesse especial nesse tipo de programa.

PÁGINA 16

JORNAIS ENFRENTAM REAJUSTE DE ATÉ 40% E SÓ PREVÊEM ESTABILIZAÇÃO A PARTIR DO SEGUNDO SEMESTRE DE 2001

PREÇO DO PAPEL SOBE MAIS

Rotativas do Jornal do Commercio: melhor impressão e menor perda do papel das bobinas no momento da troca

Dois importantes parques gráficos de jornais brasileiros entraram em funcionamento nas últimas semanas. O *Jornal do Commercio*, do Recife (PE) instalou rotativas Mann Uniset e imediatamente in-

troduziu novo projeto gráfico. O *Grupo Sinos*, do Rio Grande do Sul, já imprime seus quatro jornais em rotativas também Uniset, em um parque gráfico de 1.500 metros quadrados.

PÁGINA 17

PÁGINAS 3 A 6

CRESCER RECEITA AOS DOMINGOS

As edições de final de semana representam parcela cada vez maior do conjunto da receita dos jornais, são as que mais crescem em circulação, recebem investimentos — e poderiam trazer ainda mais retorno. Foi o que provou conferência da Associação Mundial de Jornais, que encomendou uma pesquisa internacional sobre o assunto. Os jornais brasileiros fazem boa figura na área.

PÁGINAS 18 A 15

Wendy Tribaldos, do Panamã, mostrou que os jovens lêem mais aos domingos

Alta de custos é preocupação em planos para 2001

PÁGINA 9

Internet ajuda repórteres, mas exige preparo

PÁGINAS 18 E 19

Lançado jornal de perfil popular em Curitiba

PÁGINA 2

Edição nº 174 – outubro de 2002

OUTUBRO/2002 — Nº 174

JORNAL ANJ

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

ARTIGO

A tecnologia agora permite redução drástica do tempo entre a ação do repórter e a saída do jornal da esteira rolante.

PÁGINA 23

"A ferramenta tecnológica necessita de ajustes"

Eugênio Araújo

Tecnologia garante mais acesso

Os avanços da tecnologia celular permitirão, a curto prazo, enviar fax, tirar fotos, transmiti-las e acessar bancos de dados a partir de qualquer lugar.

PÁGINA 14

Fundação dos EUA investe em quadros

A Fundação Knight, norte-americana, investirá US\$ 3,58 milhões para incrementar o treinamento de jornalistas e na América Latina.

PÁGINA 21

Livro retrata o Notícias Populares

PÁGINA 12

Executivo retira projeto sobre a radiodifusão

PÁGINA 20

PRESIDENTE FRANCISCO MESQUITA NETO ANUNCIA NOVAS LINHAS DE AÇÃO PARA O PRÓXIMO BIÊNIO

ANJ REELEGE DIRETORIA

Fotos: Irod Simões

Assembleia da Associação Nacional de Jornais: diretoria encabeçada por Francisco Mesquita Neto é reeleita

A Associação Nacional de Jornais reelegeu para novo mandato de dois anos seu presidente Francisco Mesquita Neto e os vice-presidentes Demócrito Rocha Dummar, Jaime Câmara Júnior, João Roberto Marinho, Luís Frias, Mário Alberto de Paula Gusmão, Nelson Sirotsky, Paulo Cabral de Araújo e Sylvino de Godoy Neto. A decisão foi tomada em Assembleia Geral dos associados, no dia 10 de setembro, em Brasília. Na reunião, o presidente Francisco Mesquita Neto anunciou a adoção, para o biênio que se inicia, de duas linhas de ação que se somam às já em desenvolvimento: o estímulo à capacitação profissional dos quadros das empresas jornalísticas e o fortalecimento de iniciativas que visem a ampliação do número de leitores.

PÁGINAS 3 A 5

Editores discutiram a responsabilidade social

Comitê investe na difusão da leitura

A adoção de projetos socioeducativos como argumento de vendas e marketing social das empresas jornalísticas e a busca de parcerias para a difusão de leitura marcaram o Encontro Nacional de Coordenadores de Programas Jornal na Educação, realizado em Ilhabela, São Paulo.

PÁGINAS 9 A 11

Instalação da nova empresa: mais rapidez

Parceria revoluciona setor de distribuição

Entrou em operação, oficialmente, a S.Paulo Distribuição e Logística, resultante de parceria entre os grupos Estado e Folha. Deverá atingir, em seis meses, 20 por cento de economia no processo e reduzir o prazo de entrega dos jornais.

PÁGINA 18

Abranches: presidente terá de negociar

Futuro governo vai precisar de aliança

Obedecendo a uma tradição, o futuro governo será de coalizão. O vitorioso nas eleições presidenciais deste ano precisará negociar intensivamente com as forças políticas. A constatação é do cientista político Sérgio Abranches, em palestra feita na Assembleia da ANJ.

PÁGINA 6

Edição nº 176 –dezembro de 2002

DEZEMBRO 2002 — Nº 176

JORNAL ANJ

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

ARTIGO

Fazer jornalismo investigativo dá trabalho, demora mais, tem riscos maiores, mas vale a pena

PÁGINA 23

"Repórter era um sinônimo de investigador"

Edson Telles

Liberdade é tanto garantia quanto direito

A liberdade de imprensa é tanto uma garantia para os meios de comunicação quanto um direito de acesso do público à informação. A constatação e do seminário internacional *Imprensa Investigativa: Serenidade e Criatividade*, realizado no STJ, em Brasília.

PÁGINAS 9 E 10

Site atualiza informações sobre jornais

O site da ANJ passou por nova reforma, oferecendo informação de fácil acesso e dados permanentemente atualizados sobre os jornais.

PÁGINA 17

Diário supera suas metas em São Paulo

PÁGINA 18

Manutenção de equipamentos vira problema

PÁGINA 16

COMITÊ DE GESTÃO EXAMINA CENÁRIOS PARA 2003 E CONSTATA QUE JORNAIS VIVEM MOMENTO CRÍTICO

HORA DA EFICIÊNCIA

Carlos Moore / Correio Braziliense

Experiências mostradas em Brasília: basta a criatividade

Jornais educam

Jornal não serve apenas para informar gente grande. Serve também para educar crianças e, muitas vezes, vira material didático. Basta que alunos e professores tenham um pouquinho de criatividade. Foi o que eles próprios comprovaram no Fórum de Experiências Significativas com o Jornal na Educação, promovido pelo programa Identidade com o Futuro do *Correio Braziliense*, em Brasília.

Já o programa *Quem Lê Jornal Sabe Mais*, do jornal *O Globo*, um dos pioneiros no Brasil em Jornal na Educação, comemorou 20 anos no último dia 11 de outubro. Em duas décadas, o programa atendeu diretamente mais de 70 mil alunos, cerca de 6 mil e 500 professores, e 650 escolas, tendo distribuído cerca de 500 mil assinaturas a escolas do Grande Rio.

PÁGINA 19

Os jornais vivem um momento crucial, sendo necessária uma profunda reflexão e um esforço substancial para melhorar a rentabilidade de suas operações. A afirmativa é de Jorge Fergie, sócio diretor da McKinsey & Co., uma das mais importantes empresas de consultoria do mundo, falando aos participantes do seminário *Cenários e Desafios para a Gestão de Jornais em 2003*, organizado pelo Comitê de Gestão da Associação Nacional de

Jornais. Para Fergie, a resposta que os jornais devem dar às pressões atuais é focar sua atenção na eficiência operacional. Precisam, portanto, melhorar seus índices de desempenho e investir em atividades inovadoras. Realizado em São Paulo, nos dias 5 e 6 de novembro, o seminário reuniu executivos de empresas jornalísticas de todo o País e abordou temas como recursos humanos, produção de papel e a conjuntura econômica.

PÁGINAS 3 A 8

Fergie (D), na sessão de abertura: melhorar desempenho é fundamental

Censura choca a SIP

Censura prévia exercida na Redação do *Correio Braziliense* foi recebida com perplexidade pelos integrantes da Sociedade Interamericana de Imprensa. O relato foi feito por Mario Gusmão, vice-presidente em exercício para o Brasil da Comissão de Liberdade de Imprensa e Informação da SIP durante a 58.ª Assembleia Geral, realizada em Lima, Peru, ao apresentar o *Relatório sobre Ameaças, Agressões, Censura e Assassinatos de Jornalistas no Brasil*.

PÁGINA 10

Certificação digital chega

Estão em andamento, no Brasil, vários projetos que se propõem a reunir em arquivos digitais os dados indispensáveis para as empresas e também para os cidadãos. A partir daí se fará a certificação digital, usada, por exemplo, para identificar pessoas sem a necessidade de sua presença física.

PÁGINA 14