

Fábio Amato

**Blogs e redes sociais no Brasil: mobilização política na internet contra a grande
imprensa e a hegemonia neoliberal**

**Monografia apresentada à Banca
Examinadora da Pontifícia
Universidade Católica (PUC) de São
Paulo, como exigência para obtenção
do grau de Especialista em Jornalismo
Político, sob orientação do profº
Doutor Francisco Fonseca.**

São Paulo - 2011

SUMÁRIO

Objetivo	4
Introdução	6
1 - O papel político da imprensa no Brasil	8
1.1 - A hegemonia do discurso neoliberal e conservador na Imprensa brasileira.....	8
1.2 - A atuação em grupo dos veículos neoliberais.....	9
2 – O surgimento dos blogs	11
3 - O <i>Midia Criticism</i> brasileiro e sua expansão com os blogs	13
3.1 – Observatório da Imprensa.....	13
3.2 – O Instituto Gutenberg.....	15
3.3 – Intercom.....	15
3.4 – Intervezes.....	16
3.5 - Blog da Petrobrás e Blog do Planalto.....	17
3.6 – <i>Falha</i> de S. Paulo.....	19
3.7 – Outros exemplos.....	20
4 – Crítica de mídia e militância política se misturam nos blogs	21
4.1 – Viomundo.....	21
4.2 – Conversa Afiada.....	24
4.3 – Luis Nassif On Line.....	27
4.4 – Blog da Cidadania.....	30
5 – Análise de casos	33
5.1 – Dossiê dos Alopados.....	33
5.2 – O caso da quebra do sigilo de tucanos.....	40
5.3 – A <i>Folha</i> no Twitter – o caso #DilmaFactsbyFolha.....	58

6 – A atuação em grupo dos blogueiros.....	60
6.1 – O apoio das redes sociais.....	62
7 – Entrevista.....	64
7.1 – Leandro Fortes.....	64
7.2 – Carlos Eduardo Lins da Silva.....	66
8 – Considerações finais.....	67
9 – Fontes de Consulta.....	69

Objetivo

Os internautas brasileiros assistiram nos últimos anos ao surgimento de uma rede de blogs dedicados a acompanhar e analisar o trabalho da grande imprensa nacional – TV, rádio e, principalmente, jornais e revistas. Aos elementos da crítica de mídia tradicional, que se apoia, basicamente, nas técnicas e na ética jornalísticas presentes nos chamados manuais de redação, as análises produzidas por esses blogs adicionaram um componente político. Desde então, acompanhamos ao desenvolvimento na rede de um movimento de oposição às principais empresas e grupos de comunicação do Brasil.

O objetivo deste trabalho é analisar o uso no Brasil de blogs e das chamadas redes sociais para criticar o trabalho feito pela grande imprensa e o desenvolvimento na internet de uma rede de informação alternativa, dedicada não só a oferecer aos leitores pontos de vistas diferentes ao da mídia tradicional, mas também a denunciar interesses políticos e econômicos por trás da veiculação de reportagens e de denúncias – ou da ausência delas no noticiário.

Esta análise terá como referencial teórico a obra do filósofo marxista italiano Antonio Gramsci e o conceito de uso dos meios de comunicação como arma na guerra pela conquista do consenso e da hegemonia de um grupo sobre o outro dentro de uma sociedade. Desse modo, este trabalho tenta compreender a disputa entre mídia tradicional, de orientação neoliberal, e a blogosfera, de orientação de centro-esquerda, dentro de parâmetros de confrontação entre a hegemonia e a contra-hegemonia.

A primeira parte do trabalho se dedica a mostrar que a comunicação no país ainda é dominada por veículos de orientação neoliberal que atuam em grupo, repercutindo as “denúncias” e dando credibilidade uns aos outros. E que surgiu na internet na última década uma rede de blogs de oposição à grande imprensa, comandada por jornalistas de orientação de centro esquerda e simpatizantes do PT, que também passaram a trabalhar em bloco e ainda utilizam as mídias sociais para aumentar o alcance de suas críticas.

Na sequência, o trabalho detalha o surgimento da crítica de mídia no Brasil, e mostra a sua evolução até chegar aos blogs que misturam a crítica tradicional com militância política. Depois, o estudo apresenta exemplos de denúncias feitas por esses blogueiros

contra a cobertura política feita pela grande imprensa, de grande repercussão na internet e nas redes sociais, e que levantaram suspeitas de manipulação por parte dos veículos tradicionais.

Por fim, analisa-se aqui a importância desse movimento na internet dentro do contexto da luta histórica por democratização da comunicação no país e o alcance do trabalho desenvolvido por blogueiros.

Pergunta problema

Ao final do trabalho, pretende-se responder à seguinte questão: a internet, por meio de blogs e redes sociais, consegue oferecer contraponto à cobertura feita pela imprensa tradicional brasileira e já pode ser considerada uma fonte alternativa de informação aos leitores?

A hipótese admitida é que os blogs têm sucesso no exercício do contraponto. Entretanto, ainda não conseguiram se firmar como fonte alternativa de informação aos leitores.

Metodologia

Para o desenvolvimento deste estudo, foram feitas análises das coberturas dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* durante as crises políticas conhecidas como “o caso dos alopados”, nas eleições de 2006, e a “quebra de sigilo fiscal de tucanos”, durante as eleições de 2010, e a respectiva repercussão do noticiário nos principais blogs de crítica da grande imprensa. Além disso, foram pesquisados sites, blogs e trabalhos acadêmicos, para relatar como se deu o surgimento da crítica de mídia no país e o seu desenvolvimento e variações até os dias atuais. Por último, o trabalho apresenta entrevista com um representante da rede de blogs que faz oposição à grande imprensa e sua análise sobre o embate travado entre os dois grupos.

Introdução

Apesar de ainda estar distante do dia-a-dia da maioria dos brasileiros, a internet vem se popularizando nos últimos anos e, para muitos, já se transformou em um dos principais meios para obtenção de informações. O internauta tem hoje disponível uma infinidade de fontes de notícias e a possibilidade de acesso multimídia – e gratuito - a opiniões diferentes sobre um mesmo fato.

Uma das primeiras ferramentas de compartilhamento de informações a se popularizar na internet foram os blogs, que surgiram como “diários” virtuais, de conteúdo pessoal. Há pouco mais de uma década, os blogs foram adotados pelo jornalismo brasileiro e hoje não só atuam como veículo complementar, onde o autor oferece opinião ou análise sobre fatos noticiados pelos veículos tradicionais, mas também concorrem diretamente com a grande imprensa como fonte primária de notícia, ou seja, pelos chamados “furos”.

Além disso, os blogs estão sendo usados nos últimos anos como meio para a criação de uma rede de informação alternativa com o objetivo de tentar quebrar o relativo monopólio da notícia que ainda está nas mãos de veículos da imprensa tradicional. No Brasil, essa rede é formada por *blogueiros* profissionais, principalmente jornalistas e antigos colaboradores de grandes grupos de mídia.

Esses blogueiros se dedicam a criticar a cobertura política feita pela grande imprensa, a apontar erros, manipulações de informações e interesses por trás de notícias. Também denunciam a falta de democracia no setor de comunicação e o que eles consideram uma atuação “golpista” desses veículos contra o PT com o objetivo de favorecer a oposição neoliberal do país representada desde 2002 por forças políticas ligadas ao PSDB e ao DEM.

Desvinculados de grandes portais de notícias e muitas vezes independentes, esses blogs contam com a ajuda das chamadas *redes sociais* - representadas por serviços como o Twitter e o Facebook, que estão entre os mais populares da internet - para tentar contornar o bloqueio midiático exercido pela grande imprensa, propagar suas informações na rede e atingir o maior número possível de leitores/internautas.

Apesar de o poder e o alcance da comunicação ainda não se compararem ao do grupo formado pelos veículos tradicionais, é inegável que o avanço da internet e a penetração das redes sociais têm permitido aos blogs aumentar o número de leitores e ter cada vez mais reconhecido seu papel como espaço para contraponto ao que é noticiado pela grande imprensa. De acordo com uma pesquisa, em março de 2011 o Blogger, o mais popular portal de blogs do mundo, ligado ao Google, tinha cerca de 400 milhões de leitores fiéis¹.

Em novembro de 2010, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, prestes a deixar o cargo, concedeu entrevista² coletiva no Palácio do Planalto, em Brasília, a um grupo de dez blogueiros, entre eles Eduardo Guimarães, do *Blog da Cidadania*, um dos blogs analisados neste estudo. Foi a primeira vez que um presidente respondeu diretamente a perguntas de autores de blogs.

Um pouco antes, em 31 de outubro do mesmo ano, a ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo*, em sua coluna semanal, fez um balanço da cobertura da campanha eleitoral de 2010. O texto aborda o que a jornalista identificou como um crescimento da desconfiança em relação à grande imprensa, manifestada em redes sociais na internet durante aqueles meses e provocada por questionamentos de leitores aos interesses por trás de denúncias publicadas pelos veículos. Suzana Singer atribui a “paranóia” ao trabalho de contra-informação realizado por partidos políticos na internet com o objetivo enfraquecer o poder da imprensa.

Se não são provas definitivas, a entrevista de Lula a blogueiros e a coluna da ombudsman da *Folha* pelo menos servem de indício do reconhecimento de que os blogs e as redes sociais vêm se firmando cada vez mais como importantes veículos de comunicação social que influenciam na formação de opinião dos brasileiros.

¹ <http://idgnow.uol.com.br/internet/2011/03/15/google-prepara-grandes-mudancas-em-sua-plataforma-de-blogs-a-blogger/>

² <http://www1.folha.uol.com.br/poder/835582-em-entrevista-no-planalto-lula-e-blogueiros-se-unem-em-criticas-a-midia.shtml>
<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,a-blogueiros-lula-critica-midia-antiga,644986,0.htm>

1 - O papel político da imprensa no Brasil

A análise da história brasileira mostra que a grande imprensa esteve e está envolvida como agente ativo nos grandes fatos políticos vividos pelo país. Da participação nas conspirações que levaram ao golpe de 1964 à mobilização em torno da campanha pelas “diretas”; do apoio e suporte a candidaturas e governos até a derrubada de presidentes e ministros, vários são os exemplos de mudanças em que o trabalho da grande imprensa foi fator decisivo.

Além disso, é notório o poder da grande imprensa de interferir na pauta da agenda política brasileira. Os *escândalos midiáticos*³, envolvendo denúncias contra políticos, e que resultam em demissões, afastamentos, renúncias e aberturas de investigações e, ao mesmo tempo, na paralisação dos trabalhos do parlamento, que passa a se concentrar nas disputas políticas advindas, são exemplos eloquentes da influência exercida por esses veículos de comunicação.

É possível concluir, então, que a atuação da grande imprensa, seja na influência exercida na definição da agenda política do país ou no envolvimento direto em fatos que determinam mudanças no mundo político, tem impacto direto na vida de todos os brasileiros.

1.1 - A hegemonia do discurso neoliberal e conservador na imprensa brasileira

Fonseca (2005) coloca os grandes jornais brasileiros, a partir da década de 1980, no meio de uma guerra de “trincheiras ideológicas”, onde a conquista de poder é feita mediante a ocupação de um número cada vez maior de espaços produtores e divulgadores de cultura e ideologia - representados pelos próprios jornais. A divulgação de ideias, nesse contexto, tem como objetivo influenciar o público leitor destes jornais, além daqueles que exercem o poder estatal e alguns setores da sociedade.

Note-se que a grande imprensa, concebida como ator político-ideológico, deve ser compreendida fundamentalmente como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social. Além do mais, a imprensa representa uma instituição em que se mesclam o público e o privado, em que os direitos dos cidadãos se confundem

³ Thompson, 2002.

com os do dono do jornal. Os limites entre uns e outros são muito tênues. Afinal, a imprensa é uma das instituições mais eficazes na inculcação de ideias no que tange a grupos estrategicamente reprodutores de opinião – constituídos pelos estratos médios e superiores da hierarquia social brasileira –, caracterizando-se (seus órgãos) como fundamentais aparelhos privados de hegemonia – isto é, entidades voltadas à propagação de ideias tendo em vista a obtenção de hegemonia (Fonseca, 2005)

Em seu estudo, Fonseca considera os jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Jornal do Brasil* “os grandes formadores de opinião do país”⁴ ao longo das décadas de 1980 e 1990. É possível afirmar que os três primeiros mantiveram essa posição e ainda hoje são os responsáveis por “lançar ideias que potencialmente modelarão a opinião majoritária dos indivíduos, a começar pelos estratos capazes de reproduzi-las”⁵, ou seja, a elite econômica e intelectual do país que forma o leitorado desses jornais. E essa influência chega até os meios eletrônicos, como a televisão, o rádio e portais de notícias na internet, que reproduzem diariamente versões produzidas pelos grandes jornais brasileiros, e atingem um público mais heterogêneo.

Os três periódicos citados se caracterizam pela defesa de valores liberais e agem como porta-vozes da classe média dos dois principais centros político e econômico do país, São Paulo e Rio de Janeiro. E têm funcionado, desde a década de 1980, como aparelhos privados utilizados em meio a disputas político-ideológicas com o objetivo de garantir a hegemonia da visão de mundo neoliberal.

A hegemonia do discurso neoliberal na imprensa brasileira é reforçada ainda pela atuação das três principais revistas semanais brasileiras: *Veja*, *Época* e *IstoÉ*.

1.2 – A atuação em grupo dos veículos neoliberais

Além da atuação individual, estes jornais e revistas possuem uma ação coordenada. Esta ação fica evidente quando constatamos que reportagens abordando assuntos políticos, publicadas por um desses veículos - em especial denúncias com potencial para gerar escândalos -, são reproduzidas pelos demais mesmo quando essas reportagens não apresentam documentação que comprove a denúncia. Ou, ainda, no caso de textos

⁴ Fonseca, 2005, p. 31.

⁵ Idem

produzidos com base nas chamadas declarações “em off”, ou seja, feitas aos jornalistas sob a condição de que a “fonte” não seja identificada.

A atuação do grupo neoliberal se assemelha ao de uma *máquina divulgadora da ideologia neoliberal*, potente o bastante para promover a divulgação dos valores liberais e sufocar as vozes contrárias a eles. A reprodução de informações divulgadas por um dos veículos do grupo funciona como mecanismo de legitimação na medida em que transfere credibilidade a eles.

Um exemplo dessa situação foi a reportagem⁶ publicada em agosto de 2008 pela revista *Veja* com denúncia de que o ex-presidente do Supremo Tribunal Federal, ministro Gilmar Mendes, havia sido alvo de escutas clandestinas feitas por agentes ligados à Polícia Federal e à Abin (Agência Brasileira de Inteligência), notícia que teve grande repercussão nos jornais citados e ganhou destaque nos meios eletrônicos.

Apesar de afirmar a existência de gravação de uma conversa mantida por Mendes com um senador da República, a *Veja* nunca a tornou pública. No final de junho de 2009, a Polícia Federal encerrou uma investigação que havia aberto para apurar a denúncia da revista sem encontrar qualquer prova de que a escuta clandestina havia sido realmente feita.

Denúncias feitas por veículos que não fazem parte do grupo, como *Carta Capital* e *Caros Amigos*, não alcançam repercussão nos três principais jornais no país – *Folha*, *Estado* e *O Globo* -, nem no maior canal de TV brasileiro, a *Rede Globo*.

Em outubro de 2008, por exemplo, o mesmo ministro Gilmar Mendes foi alvo de reportagem⁷ da *Carta Capital*. O texto denunciava que o magistrado é sócio de uma instituição de ensino de Brasília, o IDP, que entre 2000 e 2008 havia faturado cerca de R\$ 2,4 milhões em contratos com órgãos ligados ao governo federal e que foram

⁶ http://veja.abril.com.br/130808/p_056.shtml

⁷ <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3236446-EI6578,00->

[Leia+integra+da+reportagem+de+iCartaCapitali.html](#)

firmados sem licitação (*Carta Capital*, “*O Empresário Gilmar*”, outubro de 2008). A reportagem foi ignorada pelos três maiores jornais do país e pelas revistas concorrentes.

No dia 16 de setembro de 2010, durante um bate-papo pela internet com leitores e internautas, a jornalista Eliane Cantanhêde, colunista da *Folha de S. Paulo*, foi questionada por um dos participantes sobre o motivo de o jornal não ter repercutido denúncia feita pela revista *Carta Capital* contra uma empresa de Veronica Serra, filha de José Serra, e de Verônica Dantas, irmã do banqueiro Daniel Dantas. De acordo com Cantanhêde, a *Folha* não deu atenção à denúncia por que “a *Carta Capital* não tem credibilidade”⁸.

Diferente de *Veja*, *Isto É* e *Época*, a *Carta Capital* e a *Caros Amigos* têm perfil político de centro-esquerda, principalmente esta última. Além disso, em suas páginas é possível encontrar textos elogiosos a ações do governo federal e do PT, partido ao qual os veículos neoliberais são mais críticos. As duas revistas não podem ser consideradas divulgadoras da ideologia neoliberal, de maneira que essa parece ser a explicação para que seu conteúdo continue a ser ignorado pelos demais veículos da grande imprensa.

2 – O surgimento dos blogs

Os blogs ou weblogs surgiram junto com a internet, em 1992. Nos últimos anos, tornaram-se uma das ferramentas mais populares da internet, comumente utilizadas para expressar opinião ou divulgar informações de maneira gratuita. Trata-se de um conceito de página de hipertexto que tem atraído desde pessoas comuns, que utilizam esses espaços virtuais como espécie de diário, até empresas e profissionais da imprensa, que fazem uso dos blogs como ferramenta de comunicação dirigida a um público específico (os funcionários de uma fábrica, por exemplo) e generalizada, ou até mesmo como um novo braço dos órgãos de mídia para o alcance e o diálogo com seus leitores/ouvintes/telespectadores.

A palavra weblog ou blog tem origem inglesa. Trata-se de uma contração de outras duas palavras de mesma origem: web (rede) e log (diário de bordo, agenda ou, mais

⁸ http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/09/17/imprensa38157.shtml

precisamente, registro cotidiano de atividades). Existem pelo menos cinco significados diferentes para o termo blog:

A primeira acepção é de coleção de links com comentários; a segunda é de diário on-line; a terceira é de home page pessoal na Internet e a quarta, a mais difundida atualmente, é de página na Internet com textos ou arquivos dispostos em ordem cronológica – ou, mais especificamente, ordem cronológica reversa, na qual o mais recente fica em cima e o mais antigo, no fim da página -, geralmente produzida por meio de software de edição on-line. Uma quinta acepção vincula a palavra ao conceito de espaço de discussão. A associação decorre da existência, em alguns dos citados programas, de uma ferramenta de edição que permite aos internautas deixar mensagens. Essa última definição tem sido cada vez mais associada ao conceito apesar de programas de edição em outros formatos oferecerem o mesmo recurso. Todos os cinco sentidos da expressão terminam por se amalgamarem, criando híbridos de dois, de três, de quatro ou de todas as possibilidades semânticas do termo. A partir de cada um dos sentidos que se atribui à palavra weblog, uma genealogia distinta se revela do objeto (Araújo, 2006)

O Blue Bus⁹, que surgiu em 1997, é apontado como o primeiro blog brasileiro. A partir de 1999, empresas começam a oferecer a internautas a hospedagem de blogs de maneira gratuita. A ferramenta, então, começa a se tornar um dos maiores fenômenos da internet. Hoje, é associada a uma revolução na liberdade de expressão e de informação em todo o mundo e apontada como um dos principais mecanismos capazes de quebrar o monopólio da informação que até então pertencia à imprensa.

A ferramenta de edição tornou a proposta atraente para os internautas interessados em publicar na World Wide Web. A grande receptividade dos programas de edição conhecidos como blogs, acrescente-se, surgiu também em decorrência de alguns fatores: os baixos custos de produção, pois o serviço é oferecido em muitos casos gratuitamente, o que limita as despesas relativas à manutenção da página aos gastos de tempo no ciberespaço; a grande acessibilidade, pois o internauta encontra poucas restrições para conseguir permissão para montar uma página desse tipo; a rapidez de publicação, que permite modificações e acréscimos com agilidade, por meio de poucos comandos e a facilidade de manuseio, pois o interessado não precisa mais conhecer a codificação HTML para publicar (Araújo, 2006)

Fáceis de operar, gratuitos e sem restrição a qualquer tipo de conteúdo, começaram a surgir blogs sobre os mais diversos assuntos, expressando os mais variados matizes de opinião e ideologia.

⁹ www.bluebus.com.br

3 – O *Midia Criticism* brasileiro e sua expansão com os blogs

Não demorou muito para que pessoas enxergassem na ferramenta uma possibilidade de fazer com que críticas e questionamentos ao trabalho desenvolvido pela grande imprensa alcançassem um público formador de opinião: a pequena porcentagem de brasileiros que possui acesso à internet – a mesma elite econômica e cultural formadora de opinião do país e que integra a chamada “opinião pública” que a grande imprensa diz representar.

A crítica à grande imprensa brasileira se desenvolveu, portanto, junto com a internet. E os blogs são hoje o principal meio utilizado, de maneira amadora ou profissional, para analisar a cobertura feita pelos grandes grupos que ainda controlam os principais veículos divulgadores de notícias do país.

3.1 – Observatório da Imprensa

Nascido como um espaço de debate sobre a mídia, produzido dentro do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o Observatório da Imprensa surgiu em 1996 pelas mãos do jornalista Alberto Dines.

O Observatório da Imprensa passa a ter presença regular na internet a partir de abril de 1996¹⁰, quando a rede mundial de computadores ainda engatinhava no país e no mundo, e pode ser considerada a primeira experiência on line de crítica regular à mídia, vindo a influenciar posteriormente o nascimento dos blogs que misturam opinião política e análise da cobertura da imprensa, como o *Luis Nassif on Line* e o *Conversa Afiada*.

O Observatório da Imprensa funcionará como um fórum permanente onde os usuários da mídia – leitores, ouvintes, telespectadores e internautas –, organizados em associações desvinculadas do estabelecimento jornalístico, poderão manifestar-se e participar ativamente num processo no qual, até há pouco, desempenhavam o papel de agentes passivos.¹¹

¹⁰ <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/pages/oihistoria>

¹¹ <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/pages/oiobjetivos>

Dois anos depois de ser criado, em maio de 1998 o Observatório da Imprensa ganhou uma nova plataforma: a televisão. Transmitido semanalmente pela TV Cultura de São Paulo e pela TVE do Rio de Janeiro, o Observatório é o primeiro programa da TV brasileira dedicado a debater a imprensa e o seu trabalho, contando com reportagens, entrevistas e a participação de estudantes de jornalismo.

Mais tarde, em maio de 2005, o OI também ganharia a sua versão para o rádio, transmitido diariamente pelas emissoras Cultura FM de São Paulo, rádios MEC AM e FM do Rio de Janeiro, e rádios Nacional AM e FM de Brasília.

O surgimento do Observatório da Imprensa remonta às experiências anteriores de Dines como crítico de mídia, função que o jornalista inaugurou no Brasil ao assinar a coluna “Jornal dos Jornais”, publicada aos domingos pela *Folha de S. Paulo* entre julho de 1975 e julho de 1977.

Antes de aceitar o convite da *Folha*, Dines passou um curto período nos Estados Unidos, onde atuou como professor-visitante na Universidade de Columbia. Na academia norte-americana, o jornalista teve contato com o recém-nascido movimento chamado de *midia criticism*, que levava a imprensa local a discutir a si própria, e que teve origem com o famoso escândalo *Watergate*¹².

Em sua página, os responsáveis pelo Observatório da Imprensa apontam que a mídia converteu os cidadãos em um “conjunto de consumidores” que se manifestam por meio de pesquisas de opinião. Diz ainda que o exercício da crítica à mídia, e a existência daquele observatório, fazem-se necessários para ampliar a participação da sociedade civil, que hoje está “minimizada como a combinação dos vários segmentos do mercado consumidor de informações”, no debate dos principais acontecimentos que impactam no cotidiano do país.

Os meios de comunicação de massa são majoritariamente produzidos por empresas privadas cujas decisões atendem legitimamente aos desígnios de seus acionistas ou representantes. Mas o produto jornalístico é, inquestionavelmente, um serviço público, com garantias e privilégios específicos previstos em vários artigos da Constituição, o

¹² Diniz, Lidiani. “Alberto Dines: polêmico iniciador da crítica de mídia no Brasil”. Revista da Intercom, ano 2, número 7, janeiro a abril de 2010

*que pressupõe imperiosas contrapartidas em matéria de deveres e responsabilidades sociais*¹³.

O Brasil tem hoje dezenas de iniciativas voltadas para crítica de mídia ou ações complementares - como incentivo a estudos acadêmicos e/ou ativismo social visando a democratização da comunicação no país. A seguir, outros exemplos de instituições que contribuíram para o desenvolvimento da crítica de mídia no país.

3.2 – O Instituto Gutenberg

Outra experiência de crítica à imprensa foi o Instituto Gutenberg, criado pelo jornalista Sérgio Buarque de Gusmão. O IG surgiu em março de 1995, pouco antes do Observatório da Imprensa, porém em versão impressa. Foram produzidas 20 edições da publicação até fevereiro de 1998. Só a partir de setembro do mesmo ano o Instituto Gutenberg transfere-se para a internet (<http://igutenberg.net/>). Foram criadas mais 14 edições até setembro/outubro de 2000.

Atualmente, o site é abastecido com textos de Gusmão, reunidos em uma sessão chamada de “ContraCorrente” que, entretanto, não é atualizado com frequência.

3.3 – Intercom

Fundada em 12 de dezembro de 1997, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) surgiu com o propósito de reunir estudiosos da comunicação e proporcionar um meio de troca de informações entre eles.

Para atingir estes objetivos, a Intercom estimula a produção de estudos sobre a comunicação, promove encontros periódicos – entre eles um congresso nacional anual, que reúne profissionais brasileiros e do exterior -, além de financiar a publicação de livros de revistas especializadas.

Apesar de não estar focada na crítica à grande imprensa e sua cobertura política como os blogs a que esta análise se dedica, a experiência da Intercom merece ser citada por

¹³ <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/pages/oiobjetivos>

ser uma das primeiras iniciativas no país a proporcionar o debate da comunicação dentro de uma perspectiva democrática.

Sociedade sem fins lucrativos, a Intercom tem entre seus objetivos, segundo prevê seu estatuto, “contribuir para a superação da dependência política, cultural e tecnológica do sistema nacional de Comunicação” além de “contribuir para o aprimoramento das instituições democráticas, promovendo e difundindo a liberdade de expressão e pensamento, assim como o livre exercício da Comunicação.”

3.4 – Intervenções

O Intervenções (Coletivo Brasil de Comunicação Social) surgiu em 2002 pela união de ativistas, profissionais e estudantes das áreas de comunicação com o objetivo de unir forças na luta por democracia no sistema de rádio e TV no Brasil e na defesa do controle social dos meios de comunicação para garantia do respeito aos direitos humanos na programação.

Somos um coletivo. Lutamos para transformar a comunicação em um bem público; para efetivá-la como um direito humano, sem o qual não há realização plena da cidadania e da democracia. Comunicação é direito. Um processo social fundamental, uma necessidade humana básica. É fundamento de toda organização social. Em nossos trabalhos, buscamos o fortalecimento da esfera pública e ampliação radical da participação da sociedade civil nos debates e decisões coletivas. Democracia participativa. Democracia radical. Comunicação não é privilégio de especialistas. Os seres se comunicam e têm o direito de se comunicar, de se posicionar, de interagir¹⁴.

A ação do Intervenções se desenvolve dentro de três projetos principais. O primeiro é o Observatório do Direito à Comunicação (<http://www.direitoacomunicacao.org.br>), criado com o objetivo de acompanhar e debater as políticas públicas na área de comunicação. No site, é possível acompanhar desde notícias relacionadas à legislação do setor até críticas sobre problemas na área de radiodifusão.

O segundo projeto desenvolvido pela entidade é o Direito de Reposta, que surgiu após o Intervenções, junto com outras cinco entidades, conseguir na Justiça a substituição, durante um mês, do programa “Tardes Quentes”, comandado pelo apresentador João Kleber na Rede TV, e que foi considerado na decisão ofensivo aos direitos humanos.

¹⁴ <http://www.intervenoes.org.br/o-intervenoes/carta-de-principios>

A emissora chegou a ficar fora do ar por descumprir a decisão da Justiça. Depois, a direção da Rede TV entrou em acordo para a exibição de uma programação que funcionou como contra-propaganda ao “Tardes Quentes.”

O terceiro projeto foi o programa Vozes na TV, exibido por um período no site da All TV (www.alltv.com.br). O programa se propunha a ser um canal para debates envolvendo movimentos sociais e organizações da sociedade civil.

3.5 - Blog da Petrobrás e Blog do Planalto

Em 2009, a Presidência da República e a maior empresa sob controle do governo federal, a Petrobrás, colocaram no ar seus blogs. O primeiro a surgir foi o da Petrobrás, no dia 2 de junho – naquele momento, a empresa era alvo de uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) no Congresso Nacional. O objetivo, segundo a empresa, é dar mais transparência a suas ações.

Este blog se propõe a gerar diálogo e dar transparência aos fatos e dados recentes da Petrobras. É também um espaço para tornar público o posicionamento da Companhia diante de temas relacionados à sua atuação. O blog é administrado por uma equipe de profissionais de comunicação da Petrobras.¹⁵

Quatro dias depois de sua inauguração, o *Fatos e Dados*, nome oficial do blog da Petrobrás, ganha notoriedade com a publicação de uma reportagem crítica do jornal *Folha de S. Paulo*. No texto, o jornal denuncia que a empresa usou o blog para “vazar” investigações feitas por repórteres do jornal e que ainda estavam em andamento. O “vazamento” ocorreu porque a Petrobrás publicou em seu blog as perguntas encaminhadas por e-mail por jornalistas da *Folha*, e as respectivas respostas, antes da publicação da reportagem.

Na noite de ontem, o objeto de reportagens que a Folha ainda apura - com questões endereçadas à empresa, para que possa oferecer a sua versão dos fatos- foi publicado no blog pela Petrobras. A Folha fez perguntas a respeito da contratação de advogados sem licitação, sobre os custos de um gasoduto no Amazonas e, por último, acerca de gastos com patrocínios de festas no Nordeste.

¹⁵ <http://fatosedados.blogspot.com.br/politica-de-comentarios/>

Questionado pela Folha, o gerente de imprensa da estatal, Lúcio Pimentel, disse que a Petrobras vai manter a decisão de divulgar e-mails de reportagens ainda em andamento. Disse que se trata de uma "política de transparência" adotada pela direção da empresa. (FSP, Brasil, 06/06/2009)

A atitude da Petrobrás motivou críticas de outros órgãos de imprensa e da ANJ (Associação Nacional de Jornais), que repudiou o que considerou "atitude antiética e esquiva" e "canhestra tentativa de intimidar jornais e jornalistas" por parte da empresa. O presidente da Petrobrás, José Sergio Gabrielli, defenNa *Folha*, o blog da Petrobrás foi alvo de uma campanha nos dias que se seguiram à publicação da denúncia do vazamento de reportagens.

A pressão surtiu efeito e, quatro dias depois da reportagem da *Folha*, a Petrobrás decide mudar, parcialmente, a sua política de publicações no Blog.

(...) A decisão de divulgar previamente perguntas e respostas no blog Petrobras Fatos e Dados foi avaliada por alguns integrantes da equipe de comunicação como "desastrosa". Para não parecer que a empresa capitulou à reação da mídia, decidiu-se que a divulgação ocorreria à zero hora do dia para o qual o jornalista previr a publicação da reportagem. Segundo resposta encaminhada ontem pela assessoria de imprensa da estatal, "a Petrobras não entende isso como um recuo". "O que está sendo feito é um ajuste que compatibiliza as reivindicações e argumentações dos jornalistas com os propósitos do blog. (FSP, Brasil, 11/06/2009)

No dia 31 de agosto de 2009, véspera do anúncio pelo governo federal do marco regulatório de exploração do petróleo localizado na camada pré-sal, entra no ar o *Blog do Planalto*. Vinculado à Secretaria de Comunicação da Presidência da República, ele nasce com a proposta de funcionar como espaço de divulgação de eventos da agenda do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, além de trazer informações sobre programas e projetos do governo federal. Diferente do que ocorre na grande maioria dos blogs, porém, o do Planalto não permite aos internautas interagir por meio dos comentários.

Estamos aqui para compartilhar com vocês informações sobre o cotidiano da Presidência da República. A equipe do Blog vai acompanhar os eventos, atos e a agenda da Presidenta para que você, seus amigos, familiares e companheiros de navegação na internet possam compreender melhor as ações, programas e políticas do governo.¹⁶

¹⁶ <http://blog.planalto.gov.br/sobre/>

A exemplo do que ocorreu com o *Fatos e Dados*, da Petrobrás, com o tempo o *Blog do Planalto* também se transformou em ferramenta para enaltecer feitos do governo e para que a Presidência desse respostas a reportagens veiculadas na imprensa.

Em 16 de junho de 2010, por exemplo, reportagem da *Folha de S. Paulo* apontou que o *Blog do Planalto* desrespeitava a legislação eleitoral ao divulgar, durante a campanha, obras e realizações do governo.¹⁷ Após a denúncia do jornal, o material foi retirado do blog.

Já no dia 21 de dezembro de 2010, em texto com o título “Eta turminha ranheta”, o blog critica a *Folha* por publicar uma reportagem que aponta contradições em discursos feitos pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

*Vejam se não é coisa de gente ranzinza: a Folha de S. Paulo gastou uma coluna de 100 cm² de tinta e papel importados e isentos de impostos para apontar uma contradição entre o que o presidente Lula disse no programa de rádio “Café com o Presidente” de ontem e o pronunciamento que fez à Nação em 22 de dezembro de 2008. O título do texto publicado na edição de hoje do caderno Mercado é: “Lula agora pede responsabilidade na hora de gastar”. É um exemplo do tipo de jornalismo sem compromisso com a verdade, que publica tudo que está na cabeça do editor ou do repórter, sem amparo na realidade. No caso, bastaria ter consultado a íntegra do pronunciamento do presidente clique aqui.*¹⁸

3.6 – Falha de S. Paulo

No final de 2010, a *Folha de S. Paulo* conseguiu uma liminar da Justiça contra o blog “*Falha de S. Paulo*”, criado pelos irmãos Mario e Lino Bocchini para satirizar o jornal. A alegação da direção da *Folha* é de que o processo tinha o objetivo de impedir que os dois irmãos continuassem usando no blog nome e elementos gráficos semelhantes aos do jornal e, com isso, proteger sua marca e impedir que leitores pudessem se confundir com as semelhanças.

Na internet, porém, a *Folha* acabou acusada de buscar a Justiça para censurar os dois blogueiros. O caso acabou ganhando repercussão internacional. Em entrevista ao *O Estado de S. Paulo*, Julian Assange, fundador do WikiLeaks, saiu em defesa dos irmãos Bocchini. A ação do jornal contra a “Falha” também apareceu no site do *Financial Times*, na revista norte-americana de tecnologia *Wired*, foi motivo de críticas da ONG

¹⁷ “Blog oficial divulga obras em campanha”, FSP, 16/06/2010.

¹⁸ <http://blog.planalto.gov.br/eta-turminha-ranheta/>

Repórteres Sem Fronteira e foi tema de uma audiência pública na Comissão de Legislação Participativa da Câmara dos Deputados

O jornal nega as acusações de censura. Diz que em nenhum momento tratou na ação sobre o teor dos textos publicados na *Falha de S. Paulo*. Afirma, entretanto, que os ataques dos dois blogueiros têm objetivos políticos – eles seriam ligados ao PT. A Ombudsman da *Folha*, Suzana Singer, em crítica sob o título de “David e Golias”, considerou “um mico” a atitude desproporcional do jornal contra as “pedrinhas” atiradas pelos irmãos jornalistas.

Toda empresa tenta proteger sua marca e as vias judiciais são o meio para isso. Mas não faz bem a um veículo de comunicação progressista - e que se considera "jornal do futuro"- cercear um blog caseiro, apelativo sem dúvida, mas inofensivo. Nessa batalha de David contra Golias, o papel do gigante malvado coube à Folha, que teve sua imagem muito mais prejudicada do que se tivesse simplesmente ignorado as pedrinhas dos irmãos blogueiros. (FSP, Ombudsman, 09/01/2011)

Apesar de ainda continuar no ar, no endereço <http://falhadespaulo.tumblr.com/>, o blog não é mais atualizado. No lugar dele, os irmãos Lino e Mario Bocchini criaram o *Desculpe a Nossa Falha*¹⁹, onde continuam a criticar a *Folha* e a atacar a decisão Judicial que os censurou.

3.7 – Outros exemplos

A pesquisa feita para este estudo encontrou outros exemplos de blogs criados com o objetivo de criticar a mídia brasileira e a cobertura feita pelos veículos:

- Datamídia - <http://www.datamidia.fndc.org.br>
- De Olho na Mídia - <http://www.deolhonamidia.org.br>
- Donos da Mídia no Ceará - <http://donosdamidia.epcom.inf.br>
- Ética na TV - <http://www.eticanatv.org.br>
- Grupecj - <http://grupecj.blogspot.com>
- Laudas críticas - <http://laudascriticas.blogspot.com>
- Leia Mídia - <http://www.leiamidia.blogspot.com>
- Mídia Fórum - <http://www2.metodista.br/unesco/midi@forum>

¹⁹ <http://falhadespaulo.tumblr.com/>

- Mdiativa - <http://www.mdiativa.org.br>
- Mirando a mídia - <http://mirandoamidia.blogspot.com>
- Movimento dos Sem Mídia - <http://edu.guim.blog.uol.com.br>
- Observatório Brasileiro de Mídia - <http://www.observatoriodemidia.org.br>
- Ombudsman e o leitor - <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br>
- Rastreadores de impurezas - <http://rastreadoresdeimpurezas.blogspot.com>
- Telejornalismo em close - <http://caid.sites.uol.com.br>

4 – Crítica de mídia e militância política se misturam nos blogs

A partir da metade da década passada, aumenta na internet o número de blogs que se caracterizam pela mistura de crítica tradicional de mídia com uma espécie de militância política. Escritos principalmente por jornalistas ex-colaboradores dos maiores grupos de comunicação do país, esses blogs não se limitam a apontar erros e a discutir a cobertura dos grandes veículos, como visto no *mídia criticism*. Também usam a ferramenta para denunciar o que consideram manipulações do noticiário praticadas por esses veículos com objetivos políticos e eleitorais. E, ao mesmo tempo que acusam a mídia tradicional de agir em benefícios de grupos políticos neoliberais representados por PSDB e DEM, mostram-se simpáticos ao projeto político do PT e do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

4.1 – Viomundo

Escrito pelo jornalista Luiz Carlos Azenha, o *Viomundo* (www.viomundo.com.br) entrou no ar em 2003 e foi um dos principais responsáveis pela popularização dos blogs especializados na análise do noticiário político no Brasil.

Azenha, repórter com passagens por emissoras como Manchete, SBT e TV Globo – onde exerceu, entre outros cargos, o de correspondente em Nova York (EUA) –, afirma que o blog nasceu de sua insatisfação com o tempo exíguo de suas reportagens veiculadas em telejornais e do anseio de poder levar aos telespectadores informações adicionais sobre seu trabalho, inclusive bastidores dessas mesmas reportagens.

Eu era, então, correspondente da TV Globo em Nova York [quando da criação do Viomundo]. Sentia uma insatisfação profissional com as reportagens de 45 segundos no Jornal Nacional. O site, portanto, nasceu como uma válvula de escape. Nasceu com o subtítulo: “O que você nunca pôde ver na TV.”²⁰

O blog de Azenha, no início, ficou hospedado no portal Globo.com, que pertence às Organizações Globo. E os textos produzidos pelo repórter relatavam basicamente as curiosidades e histórias vividas por ele durante suas viagens a trabalho e os anos como correspondente nos EUA - de uma corrida de Formula Indy ao aspecto das ruas novaiorquinas após uma nevasca e o derretimento da neve.

Aos poucos, as análises políticas foram ganhando espaço no blog, em especial a partir do ano eleitoral de 2006, quando Azenha já estava de volta ao Brasil e atuava como repórter especial da TV Globo em São Paulo.

Foi em outubro daquele ano, durante a campanha presidencial, que Azenha tornou público pelo *Viomundo* o áudio da conversa entre o delegado da Polícia Federal Edmilson Bruno e repórteres que cobriam os desdobramentos do chamado “escândalo dos aloprados”. A gravação revela como Bruno combina com os jornalistas a divulgação, na TV e nos jornais, da famosa fotografia do dinheiro apreendido com pessoas ligadas ao Partido dos Trabalhadores (PT) e que serviria para comprar um dossiê contra o então candidato do PSDB ao governo de São Paulo, José Serra.

Participam da conversa com Bruno quatro repórteres, dos jornais *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e da rádio *Jovem Pan*. O delegado repassa aos jornalistas cópias da foto em CD, enfatiza a necessidade de que elas aparecessem nos telejornais ainda naquela noite (29/09/2006) e combina com os jornalistas como evitariam que ele fosse identificado como o vazador da imagem.

A fotografia mostra uma pilha de dinheiro (R\$ 1,7 milhão) de origem até hoje desconhecida, foi veiculada em todos os telejornais do país e estampou a capa dos principais jornais brasileiros às vésperas do primeiro turno das eleições. A divulgação da foto é apontada por muitos como um fator decisivo para que chegasse ao segundo turno a disputa entre o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e o candidato da

²⁰ <http://www.viomundo.com.br/sobre>

oposição, Geraldo Alckmin (PSDB). Até então, pesquisas indicavam que Lula seria reeleito no primeiro turno.

Azenha faz o seguinte questionamento em seu blog:

Eu achei a notícia relevante pelo fato de que o escândalo do dossiê já ocupava as manchetes por vários dias, mas as fotos só vazaram na antevéspera do primeiro turno. Foi coincidência?²¹

Em meio às acusações de que a divulgação da foto teria motivação política – a de prejudicar a candidatura de Lula -, a *Folha de S. Paulo* publicou, em sua edição de primeiro de outubro de 2006, reportagem em que admite a participação de uma repórter sua na conversa com o delegado Bruno e relata como se deu a negociação para que o jornal tivesse acesso à cópia da foto.

No texto, o jornal também explica a sua decisão de publicar a imagem mantendo em sigilo o nome da pessoa que a havia repassado.

A Folha divulgou as imagens porque elas são de evidente interesse público. Ao não revelar a identidade de Bruno, a reportagem se baseou no artigo 5º da Constituição, que prevê o direito ao sigilo: "É assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. (FSP, Especial, 01/10/2006)

O “furo” de reportagem de Azenha teve grande repercussão na internet e colocou sob suspeita a cobertura feita pela grande imprensa nas eleições de 2006. Além disso, foi a primeira vez que um blog crítico da mídia tradicional conseguiu apresentar provas da participação da imprensa em uma ação com claro objetivo de alterar o resultado eleitoral que se desenhava.

O *Viomundo* passou por transformações a partir de 2006. O blog, antes hospedado no portal Globo.com, é agora independente. Luiz Carlos Azenha se desligou da TV Globo e desde então publica em seu blog análises sobre fatos políticos nacionais e internacionais, além, é claro, de opinar sobre a cobertura destes fatos feita pela grande imprensa.

O jornalista também possui contrato com a TV Record, principal concorrente da TV Globo, e é diretor do programa “Nova África”, que vai ao ar na TV Brasil, ligada à

²¹ <http://www.viomundo.com.br/sobre>

Presidência da República. Em abril de 2010, o contrato para a produção do programa foi tema de reportagem do jornal *O Globo*. Em seu blog, Azenha negou que sua participação no projeto tenha contribuído para que ele fosse o vencedor da licitação feita pelo governo para a produção do programa.

A ligação de Azenha e Paulo Henrique Amorim com a TV Record será analisada mais adiante.

*(...) por conta desse furo de reportagem [sobre o vazamento da foto com o dinheiro do dossiê], [o Viomundo] ganhou como novo foco tentar explicar aos leitores porque, no Brasil, alguns escândalos são mais escândalos que outros, algumas notícias são mais notícias que outras e algumas investigações interessam, outras não. Hoje, no Viomundo, você encontra o que não pode ler nem ver na mídia corporativa.*²²

Importante destacar que blogs como *Viomundo*, *Luis Nassif On Line*, *Conversa Afiada* e *Cidadania.com* não atuam sozinhos, quer dizer, como ferramenta única e independente, na divulgação dos textos que publicam e do próprio blog com o objetivo de ampliar a rede de leitores/internautas.

Todos esses blogs estão ligados a interfaces em outras redes sociais presentes na internet, como o Twitter (www.twitter.com) e o Facebook (www.facebook.com). Isso quer dizer que o alcance dos blogs acaba ampliado na internet, assim como a capacidade dos leitores/internautas de interagirem em tempo real com os “blogueiros.”

4.2 – Conversa Afiada

O jornalista Paulo Henrique Amorim é, entre os “blogueiros” aqui analisados, talvez o primeiro a aderir à internet. Jornalista experiente que, a partir da década de 1970 exerceu cargos importantes em veículos como *Jornal do Brasil*, revista *Veja*, *TV Globo* e *TV Bandeirantes*, Amorim estreou na internet em 1999 com um “chat” (bate-papo reunindo várias pessoas via computador em tempo real) sobre economia no portal *Terra* (www.terra.com.br).

No ano seguinte, passou a exercer o cargo de diretor de jornalismo e âncora de um telejornal na internet, desta vez no portal *UOL* (www.uol.com.br). Em 2006, Amorim cria o blog *Conversa Afiada*, nome derivado de um programa sobre economia apresentado por ele inicialmente na *TV Cultura*.

²² <http://www.viomundo.com.br/sobre>

Hospedado no portal iG (www.ig.com.br), o blog passa a se dedicar à política e a criticar a cobertura feita pela grande imprensa. Nesta época, Amorim também já está contratado pela TV Record.

A parceria do jornalista com o iG dura até 2008, quando o portal decide rescindir o contrato e tirar o blog do ar. A justificativa oficial da empresa foi que “os custos do contrato e as condições de mercado tornaram inviável a sua manutenção.” De acordo com o iG, o número de acessos ao *Conversa Afiada* era baixo, assim como a receita obtida com anúncios.

O jornalista alega que sua saída teve relação com as duras críticas que fez no blog à operação de compra da Brasil Telecom pela Oi, que criaria um gigante nacional no setor de telecomunicações - operação que contou com o apoio do governo federal. A Brasil Telecom era, à época, dona do portal iG.

Em solidariedade a Amorim, o jornalista Mino Carta, proprietário da revista *Carta Capital*, encerrou o contrato que mantinha com o iG e o blog que hospedava no portal. Meses depois, outro jornalista que mantinha contratado pelo iG, Luis Nassif, também optou por criar um blog independente, que está hoje entre os mais populares do país.

O *Conversa Afiada* (www.paulohenriqueamorim.com.br), página que Amorim criou após deixar o iG, é um dos blogs de opinião/análise do noticiário mais acessadas no Brasil. Sua fama cresceu junto com o acirramento da relação entre a grande imprensa e o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Em seu blog, Amorim passou a apoiar abertamente o governo Lula e a acusar os veículos da grande imprensa (os três grandes jornais, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, além da revista *Veja* e da *TV Globo*) de trabalharem em conjunto visando desestabilizar o governo de Lula, um presidente de origem popular, em benefício da aliança neoliberal formada pelos partidos PSDB-DEM (ex-PFL).

Entre os principais alvos das críticas de Amorim estão o ex-governador de São Paulo e candidato do PSDB à presidência em 2002 e 2010, José Serra, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, o ex-presidente do STF (Supremo Tribunal Federal) e ministro indicado por FHC, Gilmar Mendes, além do banqueiro Daniel Dantas, que possui ligação com PSDB e DEM.

A ironia e o deboche são marcas dos textos de Amorim. Tanto que o jornalista se notabilizou por criar apelidos hoje disseminados pela “blogosfera” e redes sociais, como o “Zé Pedágio”, para se referir a José Serra, “Farol de Alexandria”, a Fernando Henrique Cardoso e “Chuíça”, uma referência ao Estado de São Paulo - o jornalista identifica uma tentativa da grande imprensa de retratar, de maneira enganosa, o Estado de São Paulo, há 16 anos governado pelo PSDB, como “*uma combinação do dinamismo econômico da China com o IDH [Índice de Desenvolvimento Humano] da Suíça*”.

Porém, o termo mais famoso ligado a Amorim é a sigla PiG, sigla para Partido da imprensa Golpista (a letra “i” em minúsculo e o “g” maiúsculo seriam uma referência ao portal iG). De acordo com a página da Wikipedia dedicada ao assunto, o termo surgiu em 1997 na internet, mais precisamente em blogs de esquerda e de simpatizantes do presidente Lula que também enxergam na cobertura política feita pela grande imprensa uma tentativa de desestabilizar o governo petista.

Entretanto, foi Paulo Henrique Amorim quem tornou o termo PiG popular. O jornalista o utiliza com muita frequência no *Conversa Afiada*. Num período de seis meses, entre outubro 2010 e março de 2011, foram “postados” no blog 181 textos contendo o acrônimo.

O termo vem sempre acompanhado de *, que remete à seguinte explicação ao final de cada texto:

*Em nenhuma democracia séria do mundo, jornais conservadores, de baixa qualidade técnica e até sensacionalistas, e uma única rede de televisão têm a importância que têm no Brasil. Eles se transformaram num partido político – o PiG, Partido da Imprensa Golpista.*²³

Nestes 181 textos, a TV Globo/Jornal Nacional e o jornal *Folha de S. Paulo* foram os veículos mais criticados por Amorim. Cada um foi citado em 39 textos. Em terceiro lugar, está a revista *Veja*, tema de outras 15 postagens.

Importante notar que Amorim está contratado pela TV Record desde 2003, onde apresenta programas como o “Domingo Espetacular.” A TV Record é hoje a principal concorrente da TV Globo. Na *Folha de S. Paulo*, a TV Record vem sendo alvo de uma

²³ <http://www.conversaafiada.com.br/>

série de reportagens que apontam irregularidades envolvendo a Igreja Universal do Reino de Deus, entidade que controla a emissora, e empresas ligadas a ela e seus dirigentes.

Em 2007, a TV Record entrou com uma ação na Justiça contra a *Folha de S. Paulo* pedindo reparação por danos morais provocados por reportagens publicadas pelo jornal. Em fevereiro de 2010, decisão de primeira instância considerou a ação improcedente.

No mesmo ano, o jornal foi alvo de outras 106 ações movidas por fiéis da Igreja Universal em todas as partes do país. Nas ações eles alegam que se sentiram ofendidos pela reportagem "*Universal chega aos 30 anos com império empresarial*", de autoria da repórter Elvira Lobato, publicada pela *Folha* e vencedora do "Prêmio Esso de Jornalismo" em 2008. A Justiça deu vitória ao jornal em todas elas.

Em abril de 2009, Amorim publicou um texto no *Conversa Afiada* em que defende, "em nome da democracia brasileira", o fechamento da *Folha de S. Paulo*. A postagem aconteceu em meio à repercussão sobre a publicação, na capa da *Folha*, de uma ficha policial falsa, da época da ditadura, em que a então ministra Dilma Rousseff é tratada como terrorista. Questionado pela ministra o jornal alegou que recebeu a imagem por e-mail e, depois de meses de investigação, disse que não tinha condições de afirmar se a ficha é verdadeira ou falsa.

As citações de Amorim à *Folha* também vêm sempre acompanhadas de *, com a seguinte explicação ao final dos textos:

*Folha é um jornal que não se deve deixar a avó ler, porque publica palavrões. Além disso, Folha é aquele jornal que entrevista Daniel Dantas DEPOIS de condenado e pergunta o que ele achou da investigação; da "ditabranda"; da ficha falsa da Dilma; que veste FHC com o manto de "bom caráter", porque, depois de 18 anos, reconheceu um filho; que matou o Tuma e depois o ressuscitou; e que é o que é, porque o dono é o que é; nos anos militares, a Folha emprestava carros de reportagem aos torturadores.*²⁴

4.3 – Luis Nassif On Line

Reconhecido como um dos mais importantes jornalistas brasileiros da área econômica, Luis Nassif comanda um dos mais populares portais dedicados ao debate político e análise da mídia no país.

²⁴ <http://www.conversaafiada.com.br/>

Mais do que manter um blog, o *Luis Nassif On Line* (www.advivo.com.br), em que dá sua opinião sobre fatos políticos e critica a cobertura feita pela grande imprensa, Nassif inovou ao criar um portal onde internautas cadastrados, reunidos no que ele chama de “comunidade do blog”, debatem assuntos diversos e alimentam vários “subblogs” ligados ao site e comumente citados no blog principal, do jornalista.

Apesar de ter passagens por várias redações do país, entre elas a do *Jornal da Tarde* e *Veja*, além de emissoras como *TV Cultura* e *TV Bandeirantes*, foi na *Folha de S. Paulo* que Nassif mais se destacou, chegando a ocupar os cargos de colunista e membro do conselho editorial.

O jornalista trabalhou por mais de 15 anos na *Folha*, de onde saiu em 2006. Na época, já escrevia um blog hospedado no portal iG e que mais tarde se tornaria independente.

Foi durante a vigência do contrato com o iG que Nassif publicou em seu blog um dossiê em que narra as transformações ocorridas nos últimos anos na revista *Veja*, de grande repercussão na internet.

Entre as críticas e afirmações feitas pelo jornalista no documento, está a de que a revista é complacente com o banqueiro Daniel Dantas, do banco Opportunity, devido a um acordo comercial firmado entre as duas partes. Nassif acusa ainda o diretor da *Veja*, Eurípedes Alcântara, de ser o “contato direto” de Dantas dentro da publicação.

Por conta dos artigos, Nassif foi processado por Alcântara e, no ano passado, condenado a indenizá-lo em R\$ 50 mil.

Durante o processo eleitoral de 2010, o blog de Nassif mais uma vez ganhou notoriedade por revelar que um acordo envolvendo o jornal *Estado de Minas* e partidários do ex-governador mineiro e hoje senador, Aécio Neves (PSDB), estava por trás da elaboração de um dossiê com dados fiscais sigilosos de pessoas próximas ao ex-governador de São Paulo e candidato à Presidência pelo PSDB, José Serra.

Conforme veremos, a revelação ocorreu em meio a uma série de denúncias publicadas por veículos da grande imprensa e que acusavam o comitê de campanha da candidata do PT à Presidência, Dilma Rousseff, de negociar a compra do mesmo dossiê, que seria usado para constranger o adversário.

Assim como o texto de Luiz Carlos Azenha sobre como se deu o vazamento da foto do dinheiro apreendido com petistas em 2006, quatro anos depois, e durante um novo processo eleitoral, o “furo” de Nassif sobre a origem do dossiê contra José Serra mais uma vez colocou a grande imprensa sob suspeita perante seus leitores.

A exemplo do que acontece no *Viomundo*, no *Conversa Afiada* e no *Blog da Cidadania*, o *Luis Nassif on Line* se mostra simpático ao governo de Luiz Inácio Lula da Silva e de sua sucessora, Dilma Rousseff.

Em reportagens publicadas em 2010 em pelo menos dois jornais, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, os três jornalistas são retratados como blogueiros “pró-governo” ou “críticos da mídia.”

Nos jornais e também na internet, passaram a surgir textos apontando que o apoio dos blogueiros ao petista era recompensado por meio de publicidade oficial, principalmente da Caixa Econômica Federal, além de contratos com o governo.

Na sua edição de 23 de setembro de 2010, *O Estado de S. Paulo* publicou reportagem sobre a contratação, sem licitação, de Luis Nassif pela EBC (Empresa Brasileira de Comunicação), comandada pela Secretaria de Imprensa da Presidência da República.

O contrato, de seis meses e que rendeu ao blogueiro R\$ 180 mil, previa que Nassif prestaria serviços de entrevistador e comentarista em um telejornal da emissora oficial.

A reportagem de *O Estado de S. Paulo* informa que o jornalista vinha defendendo em seu blog um protesto contra a cobertura feita pela grande imprensa nas eleições e que estava marcado para acontecer no dia em que o texto foi publicado. O ato foi organizado por blogueiros em conjunto com movimentos sociais “de apoio ao governo”, informa o jornal.

O texto diz ainda que Nassif “é do conselho consultivo do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé”, entidade que integrou a organização do protesto. Em sua página na internet (www.baraodeitarare.org.br), o Centro afirma que seu objetivo é “lutar pela democratização dos meios de comunicação e pelo fortalecimento da mídia alternativa” no Brasil. E que “deverá ajudar na construção de uma militância social, permanente e aguerrida, nesta frente estratégica da batalha de idéias.”²⁵

Em março do mesmo ano, um outro contrato do jornalista com a EBC já havia sido tema de reportagem na *Folha de S. Paulo*. O texto trazia a informação de que Nassif receberia R\$ 1,2 mi da estatal, também sem licitação, para produzir um programa de debate semanal, com duração de uma hora, além de três filmetes semanais de três minutos cada.

A reportagem descreve Nassif e seu trabalho como blogueiro da seguinte maneira:

*Em seu blog, Nassif tem se posicionado a favor do governo em várias polêmicas, discussões e escândalos. A página também se caracteriza por críticas a jornais e jornalistas. Após a **Folha** ter revelado, no mês passado, que a Eletronet, empresa interessada em atos do governo, pagou R\$ 620 mil ao ex-ministro da Casa Civil, José Dirceu, Nassif tentou desqualificar os jornalistas e fez a defesa de Dirceu. (FSP, Brasil, 11/03/2010)*

Em ambos os casos, a alegação para a dispensa da licitação para a contratação de Nassif foi a de que a lei prevê a medida no caso das contratações de empresas e pessoas de notória especialização.

4.4 – Blog da Cidadania

Único blogueiro não-jornalista analisado neste trabalho, Eduardo Guimarães é um representante comercial do setor de auto-peças que vive em São Paulo.

Antes de buscar espaço na internet e nas redes sociais, Guimarães foi um assíduo freqüentador das páginas destinadas à opinião de leitores nos grandes jornais. Eleitor declarado do PT, ele afirma que, com a chegada do partido em cargos governamentais

²⁵ <http://www.baraodeitarare.org.br/>

importantes, passou a ter cada vez menos espaço nessas sessões. Sem “voz” na grande imprensa, decidiu deixar públicas suas opiniões por meio da internet.

Foi assim que surgiu, em 12 de fevereiro de 2006, o *Cidadania.com*. O blog nasceu como um tradicional “diário virtual” onde o autor se dedicava à análise da política nacional e à crítica da cobertura feita pela imprensa brasileira sobre diversos assuntos.

Guimarães passou também a utilizar o espaço para denunciar o que define como um comportamento “golpista” da grande imprensa, que segundo ele trabalhou para desestabilizar o governo Lula em benefício da oposição neoliberal liderada por PSDB e DEM.

Com o tempo, o blog serviu para aproximar Guimarães de outras pessoas que compartilham de sua opinião. Mesmo sem ser um famoso jornalista com décadas de trabalho em importantes redações, seus textos foram ganhando repercussão e cada nova postagem passou a ser acompanhada de dezenas de comentários de leitores.

Em agosto de 2007 o blogueiro, convencido da existência de prática de manipulação e de distorções no noticiário com o objetivo de favorecer a determinados grupos políticos e econômicos, propõe aos internautas que o acompanham a criação de um movimento que teria como objetivo pressionar a grande imprensa a realizar uma cobertura mais equilibrada da política brasileira.

Na postagem publicada por ele no dia 30 de agosto de 2007 sob o título “*Isso tem que parar*”, Guimarães explica que o que o motivou a chamar seus leitores e amigos virtuais à ação foi a publicação pela *Folha de S. Paulo*, naquele mesmo dia, na página 4 do caderno Brasil, da reportagem “*Tendência era amaciar para Dirceu*”, diz ministro do STF.”

A reportagem é, na verdade, um relato da repórter Vera Magalhães sobre uma conversa ao telefone do ministro do STF (Supremo Tribunal Federal) Ricardo Lewandowski, flagrada por ela dentro de um restaurante de Brasília. De acordo com a reportagem, o ministro reclamou ao interlocutor “de suposta interferência da imprensa no resultado do

juízo que decidiu pela abertura de ação penal contra os 40 acusados de envolvimento no mensalão.” (FSP, 30/08/07, pág. 4)

Para Guimarães, a reportagem mostra que está em andamento um processo de instalação de uma “ditadura da mídia” no Brasil. E fica evidente, nas reclamações de Lewandowski publicadas pela reportagem, de que a imprensa influencia até mesmo as decisões da suprema corte do país. Segundo ele, esse poder exercido pela imprensa coloca em risco a democracia e os direitos dos brasileiros.

No dia 13 de outubro de 2007 nasce, então, o *Movimento dos Sem Mídia* (MSM) tendo como bandeira a "defesa e incentivo de uma mídia livre, plural, ética e responsável, visando a formação e desenvolvimento de cidadãos conscientes e participativos."²⁶ Trata-se de uma associação da sociedade civil sem fins lucrativos. Eduardo Guimarães torna-se presidente da entidade.

O estatuto do MSM prevê, entre outros pontos, que a entidade e seus associados vão "defender e incentivar uma mídia que utilize de transparência na divulgação dos fatos, sem distorções ou manipulações de qualquer ordem, veiculando as opiniões e manifestações de todos os matizes ideológicos, políticos ou sociais, sem privilegiar quaisquer grupos sociais, econômicos ou políticos."

Também é meta do movimento "conscientizar a sociedade civil, especialmente os segmentos sociais mais vulneráveis à manipulação da informação, alertando e esclarecendo sobre as distorções e sectarismo de certos setores da mídia nacional que na sua pauta e enfoque privilegiam determinados interesses econômicos e políticos, usando de subterfúgios para ocultar sua atuação parcial."

O estatuto aponta ainda que o MSM buscará a Justiça sempre que, na avaliação de seus associados, "os órgãos de mídia infringirem limites e princípios dos marcos do Estado Democrático de Direito, estabelecidos na Constituição Federal em relação às obrigações legais das concessionárias de comunicação e dos demais órgãos de imprensa, quanto aos

²⁶ http://edu.guim.blog.uol.com.br/arch2009-03-01_2009-03-07.html

direitos dos cidadãos de receberem uma informação plural, ética, imparcial e de qualidade."

Até o momento, o MSM já promoveu pelo menos duas manifestações em frente à sede da *Folha de S. Paulo*. Uma²⁷ das mobilizações, em março de 2009, foi para protestar contra o que a entidade chamou de "tentativa de revisão histórica" por parte do jornal, que em editorial²⁸ usou o termo "ditabranda" para se referir ao regime militar brasileiro.

Também partiu do MSM uma ação civil que corre na Justiça e que visa responsabilizar vários veículos da imprensa por duas mortes ocorridas no país no início de 2008, em meio a notícias de aumento dos casos de febre amarela no país.

Na ação, o MSM alega que a imprensa realizou uma "cobertura alarmista" do caso, o que provocou uma corrida da população aos postos de saúde para tomar a vacina. As duas mortes foram provocadas por reação alérgica à vacina.

5 – Análise de casos

Abaixo, analiso três casos recentes de como blogs e mídias sociais foram utilizados nos últimos anos para o exercício de contraponto ao trabalho realizado pela mídia tradicional.

5.1 – Dossiê dos Alopados

É setembro de 2006 e a campanha eleitoral para a Presidência da República caminha para seu fim após semanas de um processo relativamente tranquilo. As pesquisas indicam que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) deve ser reeleito no primeiro turno.

Mas, no dia 15 de setembro, a Polícia Federal realiza uma operação que resulta na apreensão de um total de R\$ 1,7 milhão (valor da época) em um hotel da capital paulista. O dinheiro estava em poder do empreiteiro mato-grossense Valdebran Carlos

²⁷ Ver Anexo

²⁸ Ver Anexo

Padilha da Silva e do advogado e ex-agente da PF Gedimar Pereira Passos. Os dois são ligados ao PT de Lula.

O dinheiro, de acordo com as investigações, seria usado para comprar um conjunto de documentos, entre eles fotos e vídeos, que mostrariam o envolvimento com a chamada “máfia dos sanguessugas” de Geraldo Alckmin e José Serra, candidatos do PSDB à Presidência e ao governo de São Paulo, respectivamente.

A campanha eleitoral, de aspecto morno e previsível, ganha novos contornos a partir dali. Os desdobramentos da investigação da Polícia Federal sobre a tentativa de compra de um dossiê contra políticos tucanos ganha ares de escândalo nacional e espaço privilegiado nos telejornais, rádios, jornais, revistas e na internet.

O episódio injeta também ânimo novo nas campanhas de Serra e, principalmente, Alckmin. Em seus programas de rádio e TV e em declarações públicas, os tucanos e seus aliados passam a explorar a investigação da Polícia Federal para atacar os adversários petistas e acusá-los de promoverem jogo sujo e baixaria na campanha eleitoral.

Três dias depois da operação que apreendeu o dinheiro com os petistas, o assessor especial do presidente Lula Freud Godoy deixa o governo sob suspeita de envolvimento com a tentativa de compra do dossiê. A crise, então, chega ao Palácio do Planalto e atinge a campanha presidencial petista.

Mais dois dias se passam e é a vez de o então presidente do PT, Ricardo Berzoini, ser afastado do cargo após a revista *Época*, que pertence às Organizações Globo, divulgar que, com o conhecimento de Berzoini, foi sondada por emissários petistas que queriam averiguar o interesse do veículo em publicar as acusações contra Serra e Alckmin contidas no dossiê.

PSDB e PFL (atual DEM), aliados nas eleições, pedem ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral) que investigue a tentativa de compra do dossiê e, ao final da investigação, casse o registro de candidatura de Lula se comprovado o envolvimento do presidente no episódio.

O então presidente do TSE, ministro Marco Aurélio de Mello, contribui para aumentar a temperatura e a tensão da disputa eleitoral ao declarar em uma entrevista que considerava o caso da tentativa de compra do dossiê mais grave do que o escândalo de Watergate, que em 1974 derrubou o então presidente dos EUA, Richard Nixon.

Petistas passam, então, a acusar os adversários tucanos de tentarem vencer a eleição no tapetão. No dia 22 de setembro, em discurso a prefeitos em Brasília, Lula diz que os adversários tentam um golpe, com a ajuda da imprensa, para tirá-lo do poder.

Vendo o escândalo se aproximar cada vez mais do presidente, a campanha petista coloca em prática estratégia para “blindar” Lula e o governo contra o escândalo que toma força. A estratégia é mostrar que nenhum dos envolvidos na tentativa de compra do dossiê tinha ligações com a campanha ou o governo e que o presidente não passa de vítima de companheiros de partido que agiram de maneira deliberada.

No mesmo dia 22, Lula faz declarações em que critica os companheiros de partido investigados na operação da Polícia Federal, chamando-os de “loucos” e “imbecís”, e defende punição exemplar àqueles que forem condenados por ações ilegais sob justificativa de ajudar candidatos do PT.

As declarações do presidente Lula ganham espaço privilegiado na edição de 23 de setembro de 2006 do jornal *Folha de S. Paulo*. Naquele dia, o diário publica outra informação interessante, porém sem o mesmo destaque: equipes da produtora responsável pela campanha dos tucanos Alckmin e Serra foram as primeiras a chegar à sede da Polícia Federal em São Paulo após a prisão dos petistas que negociaram a compra do dossiê.

Na edição do dia seguinte, 24 de setembro, o caderno de política da *Folha de S. Paulo* sugere aos leitores um debate sobre a punição cabível ao presidente e candidato Lula caso fique comprovado seu envolvimento na tentativa de compra do dossiê contra os adversários tucanos.

Um dos títulos diz que “TSE pode comprometer 2º mandato de Lula”. Em outra página, a chamada para o texto aponta que, para analista, “Custo político dificulta cassação” do presidente. Alckmin aparece respondendo às insinuações de que a oposição tenta ganhar a eleição com golpe. Ele compara a situação de Lula com a do ex-presidente Fernando Collor de Mello, tirado do cargo por meio de um processo de impeachment, e que, para Alckmin, “caiu por muito menos.”

No dia 29 de abril o embate entre situação e oposição chega ao momento mais tenso com a divulgação, nos telejornais e na internet, da foto do dinheiro apreendido com petistas e que seria usado na compra do dossiê. No dia seguinte, a imagem também ilustra a capa dos principais jornais do país.

A capa da edição da *Folha de S. Paulo* do dia 30 de setembro de 2006 provoca reações de petistas e simpatizantes por trazer, abaixo da manchete de dinheiro, a foto do presidente Lula vestindo um abrigo, com o capuz cobrindo a cabeça e parte do rosto. A imagem remete claramente à de um criminoso que tenta esconder a face ao ser escoltado pela polícia no momento da prisão.

Tamanha é a importância e o destaque dado ao vazamento da imagem que o fato recebe mais espaço nos jornais do que o acidente, no dia anterior, com o jato da empresa aérea Gol, que resultou no pior desastre aéreo registrado no país até então, com mais de 150 mortos.

A *Folha de S. Paulo* informa que as fotos foram repassadas à imprensa no dia anterior por “uma autoridade [da Polícia Federal] ligada ao caso e que pediu para não ser identificada.”

O CD com 23 fotos coloridas foi repassado ao mesmo tempo para a reportagem da Folha e para outros jornalistas. A cúpula da Polícia Federal se recusava a exibir as fotos sob o argumento de que a sua divulgação poderia interferir na disputa eleitoral, prejudicando as candidaturas do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e de Mercadante [Aloizio Mercadante, candidato do PT ao governo paulista].(FSP, Brasil, 30/09/06)

O então ministro das Relações Institucionais de Lula, Tarso Genro, declara que o vazamento foi resultado de “algum tipo de articulação de alguém do PSDB com alguém

da Polícia Federal” e o qualifica de “tentativa que as elites fazem para tentar virar o jogo na última hora.”

Genro compara o vazamento a dois outros eventos ocorridos em vésperas de eleições: 1- a apresentação à imprensa, em 1989, dos seqüestradores do empresário Abílio Diniz vestindo camisetas do PT (na época, Lula disputava a sua primeira eleição presidencial, contra Fernando Collor); 2 – ao chamado “caso Lunus”, como ficou conhecida a operação da Polícia Federal que em 2002 apreendeu R\$ 1,34 milhão em uma empresa da então pré-candidata à Presidência pelo PFL, Roseana Sarney. A exibição de fotos do dinheiro levou ao rompimento do PFL com o governo do PSDB e à desistência de Roseana em disputar o cargo.

Integrantes da oposição tentaram desqualificar as declarações de Tarso Genro e, ao mesmo tempo, fizeram uma nova cobrança: que a Polícia Federal revelasse, antes do fim das eleições, a origem do dinheiro apreendido com os petistas.

Na primeira página dos jornais no dia 1º de outubro de 2006, data do primeiro turno das eleições, o desastre com o avião da Gol divide espaço com a disputa eleitoral.

A manchete da *Folha de S. Paulo* traz o resultado da mais recente pesquisa de seu instituto, o *Datafolha*. Ela revela que a intenção de voto no presidente Luiz Inácio Lula da Silva, “bombardeado pela crise do dossiê”, havia caído três pontos percentuais em relação à pesquisa anterior. Isso significa que Lula chega ao dia da votação com 50% dos votos válidos e, levando-se em consideração a margem de erro da pesquisa que é de dois pontos, aumentam as chances de um segundo turno entre ele e Alckmin. A pesquisa ainda revela que o candidato do PSDB atingiu ali o seu maior índice de intenção de votos, com 38%.

No mesmo dia, os jornais anunciam que o delegado da Polícia Federal Edmilson Bruno, responsável pela prisão dos dois petistas e que havia sido afastado das investigações do caso, admitiu publicamente a responsabilidade pelo vazamento das imagens do dinheiro do dossiê.

A reportagem publicada pela *Folha de S. Paulo* informa que o próprio Bruno, já afastado do caso, foi até a empresa de segurança onde as notas estavam guardadas com uma câmera fotográfica. Para ter acesso ao material, ele mentiu a funcionários dizendo que ainda participava da investigação.

As imagens divulgadas pela imprensa foram feitas pelo próprio delegado Bruno, na quarta-feira (27 de setembro), quando os valores passaram por uma perícia. Munido de uma câmera fotográfica, Bruno foi à unidade do Banco Central em São Paulo e à sede da empresa Protege S/A para fazer as fotos dos dólares e dos reais respectivamente. Ouvidos ontem pela PF, que investiga o vazamento, os peritos disseram que o delegado "mentiu" ao dizer que havia voltado para o caso. (FSP, Especial 1/10/06)

À mesma *Folha de S. Paulo*, Bruno negou que a divulgação da foto tivesse a intenção de prejudicar o PT e ajudar o PSDB nas eleições.

Fiz tudo sozinho, seguindo a minha consciência. As fotos não estavam em sigilo, não cometi nenhum crime. Fiz porque entendi que era o correto, porque esta era a verdade. (FSP, Especial, 1/10/06)

O jornal também revela que um de seus jornalistas estava entre os quatro que receberam das mãos do próprio delegado Bruno, durante encontro nas proximidades da sede da PF em São Paulo, o CD contendo as imagens.

A confissão de Bruno resultou em críticas de petistas à imprensa e à PF. Em entrevista, o presidente Lula repete as comparações entre o caso dossiê e Lunus feitas pelo ministro Tarso Genro. Afirma que o delegado agiu com o objetivo de prejudicar sua candidatura e que a imprensa deve explicações sobre sua participação no episódio.

O que me deixa mais indignado é por que a imprensa, que estava presente e ouviu a declaração, omitiu que era o próprio delegado que deu as fotos e as razões pelas quais ele deu. O delegado deu explicações pelas quais ele deu as fotos, inclusive as razões políticas. Estranhamente, isso foi omitido. (FSP, Especial, 1/10/06)

As críticas à imprensa, assim como as suspeitas de que o vazamento teve motivação política, aumentariam a partir da noite do mesmo dia 1º de outubro após o jornalista Luiz Carlos Azenha revelar em seu blog, o *Viomundo*, a existência de uma gravação onde o delegado Bruno aparece negociando o vazamento das fotos com os jornalistas Paulo Baraldi (*O Estado de S. Paulo*), Lilian Christofolletti (*Folha de S. Paulo*), Tatiana Farah (*O Globo*) e André Guilherme (*Jovem Pan*).

Na gravação, Bruno explica aos jornalistas que, para encobrir o vazamento, dirá aos superiores da Polícia Federal que o CD com as fotos havia sido furtado de seu escritório. Diz ainda que colocará sob suspeita do crime faxineiras que atuam no prédio e os próprios repórteres que passaram pelo local.

Em outro trecho da gravação, o delegado pergunta aos quatro jornalistas se, entre os profissionais que fazem a cobertura naquela manhã na Polícia Federal, havia alguém da TV Globo, no que os repórteres mencionam o nome do colega Rodrigo Bocardi. Por exigência de Bruno, os quatro repórteres se comprometem a entregar uma das cópias do CD ao colega da TV Globo. O delegado revela que tem urgência: quer que as fotos cheguem aos telejornais naquela mesma noite, “Tem que sair na Globo logo no primeiro horário da noite”, diz ele.

Revelados os detalhes da operação de vazamento e divulgação das fotos, críticas à atuação da grande imprensa nas eleições de 2006 passaram a vir até mesmo de seus próprios colaboradores. Em sua coluna publicada no dia 2 de outubro na *Folha de S. Paulo*, o jornalista Janio de Freitas constata que o vazamento das imagens às vésperas da votação “teve o intuito de influir na disposição de possíveis eleitores de Lula.”

No mesmo texto, Freitas coloca sob suspeita a atuação da Polícia Federal e do Ministério Público Federal em Mato Grosso na investigação que deu origem ao escândalo do dossiê. E dá seu apoio às críticas dos petistas às instituições e à imprensa.

Lula foi o alvo certo. E sua recente hipótese de que toda a história do dossiê tenha origem e propósitos diferentes dos supostos até aqui, na mídia e mesmo na investigação oficial, não deixa de fazer sentido. Claro que esse sentido será logo carimbado de vício da teoria conspiratória - carimbo que é um vício. (FSP, Brasil, 02/10/06)

Para justificar a seus leitores a decisão de não revelar o nome de Bruno até que ele mesmo admitiu ter vazado as fotos, a *Folha* invoca o direito constitucional de sigilo de fonte:

As fotos divulgadas pela imprensa não fazem parte do inquérito aberto pela PF, que corre em sigilo de Justiça. A Folha se amparou na Constituição ao preservar o sigilo da fonte. (FSP, Especial, 1/10/06)

Como o próprio Azenha relata em seu blog, o *post* sobre o vazamento da foto virou um *hit* na internet. O “furo” de reportagem alçou o jornalista e o seu *Viomundo* ao estrelato da blogosfera. O site se transformou a partir daí em referencia de contraponto à

cobertura política feita pela grande imprensa, junto com outros como o *Luís Nassif on Line* e o *Conversa Afiada* de Paulo Henrique Amorim.

Para Azenha, a cobertura vista durante as eleições de 2006 revela ausência de isonomia da grande imprensa em relação a partidos e políticos. Sobre a sua experiência como repórter da TV Globo durante aquele período ele diz:

Descobri, por experiência vivida, que só cabiam denúncias contra o PT ou aliados do PT. Denúncias que batiam em outros partidos e especialmente no então candidato a governador de São Paulo, José Serra, eram menos denúncias. (Viomundo, Opinião do Blog, 17/04/2010)

5.2 – O caso da quebra do sigilo de tucanos

No dia 22 de maio de 2010, a *Folha de S. Paulo* publica resultado de pesquisa de intenção de votos que coloca, pela primeira vez, a ex-ministra Dilma Rousseff, candidata do PT e do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na liderança da corrida eleitoral.

A pesquisa espontânea (em que o entrevistado declara sua intenção de voto sem que os nomes dos candidatos sejam apresentados a ele) revela que Dilma saiu de 13% em abril para 19% em maio - com potencial para chegar a 28%, já que outros 9% afirmavam na pesquisa a intenção de votar em Lula, no candidato indicado pelo presidente ou no PT. O principal nome da oposição e até então líder nas pesquisas, José Serra (PSDB), registra 14%.

Confiantes de que, a popularidade do presidente Lula e o alto índice de aprovação de seu governo que naquele momento atingia o recorde de 76%, seriam capazes de alavancar, sozinhos, a candidatura de Dilma Rousseff, petistas já projetavam a possibilidade de vitória no primeiro turno.

Este cenário começou a mudar apenas uma semana depois da divulgação da pesquisa Datafolha. No dia 29 de maio, chega às bancas edição da revista *Veja* que traz uma reportagem sobre os bastidores da campanha do PT. O texto afirma que membros do partido em Brasília tentaram montar “um esquema de espionagem de adversários e até de correligionários rivais.” E que a ação, “capaz de reeditar o escândalo dos aloprados

de 2006”, havia sido abortada após intervenção direta da cúpula da campanha, inclusive de Dilma. (Veja, 02/06/2010, pags 76 a 80)

De acordo com a reportagem, a equipe de espionagem petista seria composta por ex-agentes de serviços de inteligência, por um “ex-jornalista que teria conhecidos dotes investigativos” e seria chefiada pelo delegado aposentado da Polícia Federal Onésimo de Souza. Ouvido pela *Veja*, Souza admite ter negociado com representantes do PT, mas garante que o grupo de espionagem não chegou a atuar.

A revista diz ainda que o grupo estava sendo montado pelo jornalista e consultor Luiz Lanzetta, dono da empresa Lanza Comunicação, contratada pelo PT para coordenar a área de imprensa da campanha de Dilma

No dia 1º de junho, a *Folha de S. Paulo* publica em seu site uma entrevista²⁹ com o presidente do PSDB, então senador Sérgio Guerra, sobre a denúncia feita pela *Veja*. No dia seguinte, *O Estado de S. Paulo* também publica entrevista com Guerra sobre o assunto. Em ambas, o tucano acusa o PT de fazer “jogo sujo” com a produção de dossiês contra adversários e cobra de Dilma Rousseff explicações. Nenhuma das duas reportagens traz o chamado “outro lado”, ou seja, a versão do PT.

A reportagem de *O Estado de S. Paulo* ainda veio com uma informação nova: o PT tinha em seu poder dados sigilosos da filha de Serra, Veronica, o que teria deixado o candidato do PSDB “especialmente irritado.” (OESP, Nacional, pag. A8, 02/06/2010)

No dia 3 de junho de 2010, o novo escândalo já ganha as manchetes dos dois principais jornais do país, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. A notícia mais importante do dia anterior, na visão dos dois diários, é a acusação feita por Serra de que Dilma estava por trás dos supostos dossiês. Os jornais, desta vez, trazem a versão petista. Dilma chama a acusação de “falsidade” e o então presidente do PT, José Eduardo Dutra, diz que a reação tucana está ligada ao resultado das pesquisas de opinião que já apontavam a petista à frente de Serra.

No final da tarde do mesmo dia 3, o jornalista Luis Nassif publica em seu blog, o *Luis Nassif On Line*, o primeiro texto que contradiz a versão divulgada nos jornais sobre a

²⁹ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/744223-presidente-do-psdb-cobra-dilma-sobre-aco-es-sujas.shtml>

origem do suposto dossiê. Segundo Nassif, ao contrário do que apontavam Serra e Guerra, o dossiê era obra de tucanos e não de petistas.

Em texto intitulado “*O caso do dossiê*”, Nassif revela que os documentos em poder de Lanzetta, incluindo dados fiscais de pessoas próximas a Serra, entre elas sua filha Veronica, foram levantados em uma investigação feita pelo jornalista Amaury Ribeiro Junior a pedido do ex-governador de Minas Gerais e candidato ao Senado pelo PSDB, Aécio Neves, que meses antes havia disputado com Serra a indicação do partido para concorrer à Presidência.

Quando começou a disputa dentro do PSDB, pela indicação do candidato às eleições presidenciais, correram rumores de que Serra havia preparado um dossiê sobre a vida pessoal de seu adversário (no partido) Aécio Neves. A banda mineira do PSDB resolveu se precaver. E recorreu ao Estado de Minas para que juntasse munição dissuasória contra Serra. O jornal incumbiu, então, seu jornalista Amaury Ribeiro Jr de levantar dados sobre Serra. Durante quase um ano Amaury se dedicou ao trabalho, inclusive com viagens à Europa, atrás de pistas. (Luis Nassif On Line, 03/06/2010)

Ainda de acordo com Nassif, finalizadas as disputas dentro do PSDB com a escolha de Serra, Ribeiro Júnior deixou o *Estado de Minas* e decidiu publicar um livro com o material levantado sobre o tucano, amigos e familiares. Quando souberam da reunião entre Lanzetta e Ribeiro Júnior, Serra e o PSDB decidiram denunciar o PT por produzir dossiês contra adversários.

A primeira referência na grande imprensa ao envolvimento de Aécio Neves no episódio só foi publicada dois dias depois do *post* de Nassif, na *Folha de S. Paulo*.

“Os dados começaram a ser coletados pelo jornalista [Ribeiro Júnior] em sua passagem pelo “Estado de Minas”, principal diário mineiro, próximo politicamente do ex-governador Aécio Neves (PSDB-MG). A apuração de Ribeiro começou em 2009, depois que Aécio, então ainda um potencial presidenciável, foi alvo de reportagens críticas. (FSP, Poder, 05/06/2010)

A reportagem do jornal relata a reunião, no dia 20 de abril, em Brasília, entre Lanzetta, Ribeiro Júnior e o delegado Onésimo. E afirma que o objetivo da montagem de um grupo de inteligência “era investigar os funcionários de uma das sedes do comando da campanha dilmista.” (FSP, Poder, 05/06/2010)

O jornal diz ainda que “a conversa resultou inócua”, mas que integrantes do PSDB souberam da reunião e da tentativa da equipe de Dilma de montar uma equipe de

inteligência. De acordo com a reportagem, os tucanos “deduziram” que a intenção do PT era espionar Serra.

A pressão sobre a campanha petista aumenta após a publicação pela *Folha de S. Paulo*, em sua edição do dia 12 de junho, de reportagem que afirma que a chamada equipe de inteligência do partido “levantou e investigou dados fiscais e financeiros sigilosos” de Eduardo Jorge Caldas Pereira, vice-presidente-executivo do PSDB e homem próximo a Serra.

Deixando de lado a investigação feita pelo jornalista Amaury Ribeiro Júnior a pedido de Aécio Neves, divulgada pelo próprio jornal, a reportagem afirma que os dados de Eduardo Jorge fazem parte de dossiê feito pelo “time de espionagem que começava a ser montado com o aval de uma ala da pré-campanha de Dilma.” (FSP, Poder, 12/06/2010).

No dia 19 de junho, o jornal afirma que os dados fiscais de Eduardo Jorge foram vazados de dentro da Receita Federal (FSP, Poder, 19/06/2010). Quatro dias depois, a Polícia Federal abre investigação por suspeita de crime de violação de sigilo funcional. No dia seguinte, é a vez da própria Receita Federal anunciar uma apuração sobre o vazamento.

A revelação da *Folha* dá mais munição à oposição, que parte para o ataque e acusa o PT de práticas ilegais. Durante lançamento oficial de sua candidatura à Presidência, em Salvador (BA), José Serra acusa os adversários de “montar um esquadrão de militantes pagos com dinheiro público.” Em Brasília, durante convenção do PMDB que oficializou o nome de Michel Temer como seu vice, Dilma Rousseff rebate as acusações e convoca os aliados a “defender a democracia também dos seus maiores inimigos: a mentira, a manipulação e a falsidade.” (FSP, Poder, 13/06/2010)

No dia seguinte, agora no lançamento da candidatura de Dilma Rousseff, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva acusa os adversários tucanos de “jogo rasteiro” ao “inventar” o uso de dossiês pelos petistas. Critica ainda a cobertura da imprensa. “Quando se trata de campanha, é preciso que a imprensa seja neutra ou, no mínimo, diga que tem candidato para a gente saber quem é quem.” (FSP, Poder, 14/06/2010)

Luiz Nassif, em comentário³⁰ publicado em seu blog, qualificou de “marcha para a insensatez” a insistência da *Folha de S. Paulo* em atribuir ao PT as informações levantadas por Amaury Júnior - e que fariam parte do livro que o jornalista estava escrevendo. (Luis Nassif On Line, 13/06/2010)

No dia 22 de junho, a *Folha* publica na seção “Painel do Leitor” carta do presidente do PT, José Eduardo Dutra, que questiona as reportagens do jornal que atribuem ao “grupo de inteligência” da campanha petista o levantamento dos dados sigilosos de Eduardo Jorge. Dutra afirma que as reportagens não apresentam “provas, evidências ou fontes” para sustentar a afirmação que, diz, “ofende a inteligência do leitor, e se diz preocupado com o comportamento “antiético e antijornalístico” do diário.

Na mesma seção, abaixo da carta do presidente do PT, a *Folha* publica a seguinte resposta do jornalista Leonardo Souza às alegações:

“Os dados citados na reportagem "Dado sigiloso de dossiê saiu da Receita" estão em dossiê elaborado pela equipe de inteligência da pré-campanha presidencial do PT.” (FSP, Painel do Leitor, pag. 3, 22/06/2010)

Ainda na edição do dia 22 de junho, a *Folha* publica trechos de declarações de José Serra durante uma sabatina promovida pelo próprio jornal. Sobre o escândalo do dossiê, o jornal destacou fala do tucano que reforça as acusações de envolvimento do PT. Não há nenhuma referência à participação de Aécio Neves e seus aliados no caso.

Acho que, diante das evidências, caberia uma medida mais dramática, reconhecer, afastar as pessoas publicamente, pedir desculpas. Por que a Receita num governo de um partido vai quebrar o sigilo de alguém e fazer vaziar isso à toa? Não é à toa. Eu acho que a melhor coisa quando tem um erro que é óbvio, é se desculpar.(FSP, Poder, 22/06/2010)

Em 23 de junho, pesquisa do instituto Ibope mostra a candidata Dilma Rousseff pela primeira vez à frente do tucano José Serra. De acordo com a sondagem estimulada, Dilma tem 40% das intenções de votos naquele momento, contra 35% de Serra. Na espontânea, Dilma aparece com 22% das intenções e, Serra, com 16%. A vantagem da petista, entretanto, poderia ser considerada ainda maior, já que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva aparece na pesquisa com 9% das intenções.

³⁰ <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/folha-monta-mais-um-dossie-falso>

A campanha começa no início de julho e a troca de acusações entre petistas e tucanos por conta da quebra de sigilo fiscal arrefece. O tema volta aos jornais no dia 9 de julho, em reportagem da *Folha*. O texto registra que a Receita Federal reconhecia que havia indícios de que os dados fiscais do vice-presidente-executivo do PSDB, Eduardo Jorge Caldas Pereira, haviam sido acessados indevidamente por funcionários do órgão.

No dia 15 de julho, os jornais trazem declaração do então secretário da Receita Federal, Otacílio Cartaxo, que admite que as informações sigilosas de Caldas Pereira foram acessadas por servidores do órgão “cinco ou seis vezes” (FSP, Poder, 15/07/2010).

Em 21 de julho, *Folha* e *Estado* divulgam informação da corregedoria da Receita Federal apontando que uma servidora que atuava em uma delegacia localizada na região do ABC Paulista era a suspeita pelo acesso e impressão de cópias da declaração de Imposto de Renda do dirigente tucano.

O assunto volta a ser manchete dos dois principais jornais do país no dia 22 de julho: “*Servidora do ABC é investigada por violar sigilo de EJ*” é a manchete da *Folha*. O *Estado* traz uma informação a mais: “*Receita afasta suspeita de quebrar sigilo fiscal de tucano.*”

As reportagens identificam pela primeira vez a suspeita pela violação do sigilo do dirigente do PSDB. Trata-se da analista tributária Antonia Aparecida Rodrigues dos Santos Neves Silva, à época chefe da agência da Receita Federal em Mauá, no ABC Paulista.

Por meio de um sindicato de funcionários da Receita, Antonia Aparecida “disse ‘desconhecer’ a acusação de que teria acessado de forma ‘imotivada’ a declaração de Imposto de Renda de Eduardo Jorge, vice-presidente do PSDB.” (FSP, Poder, 22/07/2010)

No dia 1º de agosto de 2010, o *Estado* publica uma entrevista exclusiva com a então candidata à Presidência pelo PT, Dilma Rousseff. O escândalo da quebra de sigilo fiscal dos tucanos é mencionado no meio da entrevista. Dilma nega que a violação tenha partido de sua campanha e cobra os tucanos a provarem as acusações de envolvimento do PT no caso.

O que não vou aceitar, em hipótese alguma, é que queiram colocar no colo da minha campanha papéis que não foram produzidos em nosso ambiente. Nós não vamos aceitar isso (bate na mesa). E mais: não vamos concordar com acusações de quem não pode provar ou de quem acusa e não mostra. (OESP, Nacional, pag. 12, 01/08/2010)

Durante o mês de agosto, surgiram duas novas denúncias envolvendo o PT e a fabricação de dossiês. A primeira foi da *Folha* que, em reportagem, disse ter tido acesso a um dossiê produzido por petistas para atingir o ministro da Fazenda, Guido Mantega. O material, afirma o texto, faz acusações de tráfico de influência de uma filha do ministro.

Já a revista *Veja*, em sua edição que chegou às bancas no dia 7 de agosto, traz entrevista com o ex-diretor e ex-assessor da presidência do fundo de pensão Previ, Geraldo Xavier Santiago, que afirma que a entidade é usada por membros do Partido dos Trabalhadores para a montagem de dossiês contra figuras da oposição ao governo Lula.

No dia 14 de agosto, a *Folha* traz em sua edição resultado de pesquisa feita pelo seu instituto, o Datafolha, que aponta Dilma Rousseff à frente de Jose Serra na intenção de votos (41% contra 33%). O Datafolha foi o último instituto de pesquisa a identificar a disparada da candidata petista, o que levou a questionamentos, principalmente na internet, sobre a manipulação de números de pesquisas eleitorais para beneficiar o candidato do PSBD e a um debate sobre metodologia usada por cada uma dos institutos.

Doze dias depois, em 26 de agosto, os principais jornais do país trouxeram a informação, divulgada pela corregedoria da Receita Federal, de que além do vice-presidente-executivo do PSDB, Eduardo Jorge Caldas Pereira, outros três tucanos ligados a Serra, também tiveram o sigilo fiscal violado por funcionários do órgão.

No mesmo dia, no mesmo lugar e de forma sequencial, os dados de outras três pessoas próximas ao candidato da sigla à Presidência, José Serra, e ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso foram acessados irregularmente em um terminal do fisco na agência de Mauá (SP). Entre 12h27 e 12h43 de 8 outubro de 2009 foram impressas as declarações de Imposto de Renda do ex-ministro Luiz Carlos Mendonça de Barros, do ex-diretor do Banco do Brasil Ricardo Sérgio de Oliveira e de Gregorio Marin Preciado, casado com uma prima de Serra. (FSP, Poder, 26/08/2010)

Em campanha na cidade de Natal (RN), Serra qualifica a quebra de sigilo dos tucanos como “um crime contra a democracia.” O candidato afirma ainda que Dilma “deve explicações ao país”, pois o crime foi cometido “pela campanha dela.”³¹

Do outro lado, petistas rebateram a acusação de envolvimento do partido com a quebra dos sigilos e a montagem de dossiê contra tucanos dizendo que, com as declarações, Serra baixava o nível da campanha. Dilma, em campanha em Salvador (BA), chama de “calúnia” a acusação contra ela feita pelo adversário.

É uma acusação sistemática que ele [Serra] tem feito e que somente prova o desespero [da campanha tucana] (FSP, Poder, 27/08/2010)

Na mesma edição do dia 26, a *Folha* traz resultado de nova pesquisa do Datafolha, desta vez mostrando que a vantagem de Dilma sobre o adversário tucano na intenção de votos chegava a 20 pontos (49% contra 29%)

Em entrevista para comentar o resultado da investigação da corregedoria, o secretário da Receita Federal, Otacílio Cartaxo, afirma que a violação dos dados de tucanos ocorreu dentro de um esquema criminoso mais amplo de compra e venda de informações que funcionava dentro da agência de Mauá (SP) e descarta motivação política no ato. (FSP, Poder, 28/08/2010)

Dois dias depois, a Receita encaminha ao Ministério Público pedido de indiciamento de duas servidoras da delegacia de Mauá – Antonia Aparecida Rodrigues dos Santos Neves, dona da senha, e Addeilda Ferreira dos Santos, dona do computador usado –, por acessarem ilegalmente os dados fiscais de contribuintes, entre eles membros do PSDB.

O *Estado* aponta em reportagem que o documento da Receita enviado ao Ministério Público não faz referência à versão apresentada dois dias antes por Cartaxo, de que as violações foram feitas dentro de um esquema de compra e venda de documentos fiscais sem motivação política.

Em 1º de setembro de 2010, os dois principais jornais do país trazem na manchete a mesma informação: o sigilo fiscal da filha de Serra, Veronica, também havia sido

³¹ “Serra diz que Dilma deve “explicações ao país”, OESP, Nacional, pag. 4, 26/08/2010

violado, desta vez em uma agência da Receita Federal em Santo André, no ABC paulista.

Ao contrário do que havia acontecido com outros tucanos, segundo a corregedoria da Receita o acesso aos dados de Veronica foi feito atendendo a um pedido por escrito. O documento era assinado pela própria Veronica, com firma reconhecida em cartório, e dava procuração a um homem para recolher as cópias de seu imposto de renda. Em seguida, ficou provado que o documento era falso.

Três meses antes, em sua edição de 2 de junho, no primeiro texto que publicou sobre o caso, o *Estado* informava que a presença de informações fiscais de sua filha no dossiê montado pelo PT havia deixado Serra “especialmente irritado.” A nova reportagem não menciona este fato, que mostra que a quebra do sigilo de Veronica já era de conhecimento público.

Em seu blog, Luis Nassif publica um texto³² em que ele compara a repercussão política em torno das revelações de quebra do sigilo fiscal a uma operação de hedge feita por investidores para se precaver contra oscilações do mercado. No texto, ele lembra que, nas datas dos vazamentos (2009), não havia campanha e, portanto, o suposto grupo de inteligência do PT não existia.

Esse auê em torno do vazamento de sigilo fiscal é um caso clássico de hedge. Não contra o PT ou como instrumento de campanha de Serra, mas contra o livro do repórter Amaury Ribeiro Jr, em vias de lançamento. Os motivos são simples: 1. A eleição já está decidida. 2. Na data do vazamento de dados, não existia indicação da candidata do PT, logo não havia grupo de inteligência ou comitê de campanha. Naquela data, o jornalista Amaury - a quem se atribuiu o tal dossiê - ainda trabalhava no Estado de Minas. 3. Pelo que circula na Internet, Amaury teria decidido lançar seu livro após as eleições - medida prudente, para não misturar assuntos. Pelas primeiras informações, traz denúncias definitivas sobre alguns personagens da privatização. 4. Montando o banzé agora, criam-se álibis para ações futuras contra o livro. Simples assim. (Luis Nassif On Line, “O Dossiê como Hedge”, 30/08/2010)

No blog *Viomundo*, Luiz Carlos Azenha afirma que a produção de dossiês contra adversários políticos é algo comum no “submundo das campanhas eleitorais.”³³ Mas aponta que, naquele momento de reta final de disputa presidencial, ficava difícil saber a real motivação para o caso da quebra dos sigilos fiscais de tucanos porque as

³² <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/o-dossie-como-hedge>

³³ <http://www.viomundo.com.br/opiniao-do-blog/os-dossies-e-o-submundo-das-campanhas-eleitorais.html>

informações divulgadas “em fragmentos” pela imprensa poderiam ser descontextualizadas para uso eleitoral.

O jornalista aponta, utilizando argumentação do presidente do PT na época, José Eduardo Dutra, que em diversas oportunidades a imprensa publicou conteúdo de dossiês sem se preocupar com seu uso, ao contrário do que acontecia durante aquelas eleições. E analisa que a cobertura da mídia sobre o episódio auxiliou a campanha do tucano José Serra.

Seja como for, parece que chegou o momento Ali Kamel da campanha: serão algumas capas da revista Veja, sempre trazendo “bombas”, devidamente repercutidas no Jornal Nacional, com as manchetes produzidas pelos jornais enfeitando a propaganda eleitoral de José Serra. Qual o impacto de um mês disso no resultado da eleição? A ver.” (Viomundo, “Os dossiês e o submundo das campanhas eleitorais”, 27/08/10)

Azenha, assim como Nassif, liga³⁴ a data das quebras dos sigilos de tucanos ao período da disputa dentro do PSDB, entre Serra e Aécio Neves, para a indicação do candidato do partido à Presidência da República.

Além de investigar os petistas suspeitos, se houver, é importante que a Receita e a Polícia Federal considerem também os fatos conforme a conjuntura de setembro do ano passado, que é quando os vazamentos aconteceram. O que se passava, então? Uma disputa interna no PSDB entre os grupos políticos de Aécio Neves e José Serra. (Viomundo, “Caso da Receita: PF e mídia vão agir de forma republicana?”, 02/09/10)

O jornalista diz torcer para que a investigação da Polícia Federal esclareça a verdade sobre o dossiê antes do primeiro turno das eleições presidenciais. E questiona o comportamento da imprensa diante das informações sobre o caso que viriam na sequência e os interesses políticos por trás delas.

Gostaria muito que tudo ficasse devidamente esclarecido, se possível antes do primeiro turno. Seria melhor para a democracia brasileira. Temo, no entanto, que as informações virão à tona incompletas e deformadas pelos interesses políticos e partidários do momento. Mantido o padrão de 2006, teremos uma investigação midiática centrada apenas nos alvos que interessam a José Serra. Resta esperar uma ação rápida da PF, que não deixe pedra sobre pedra. (Viomundo, “Caso da Receita: PF e mídia vão agir de forma republicana?”, 02/09/10)

No dia 3 de setembro, *Folha* e *Estado* trazem com destaque (no primeiro foi manchete) a informação de que Serra teria confidenciado a aliados que, em janeiro daquele ano,

³⁴ <http://www.viomundo.com.br/opiniao-do-blog/caso-da-receita-pf-e-midia-vao-agir-de-forma-republicana.html>

havia reclamado com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva a respeito de divulgação de informações sobre sua filha, Verônica, em blogs de apoio ao PT e ao presidente.

De acordo com as reportagens, Serra cobra satisfações de Lula, pois considera que os blogs são patrocinados pelo governo, e afirma que as notícias recentes sobre quebras de sigilos fiscais confirmaram a sua suspeita na época de que os blogs obtiveram as informações por meios ilegais.

Foi o segundo ataque público de Serra contra blogs naquela campanha eleitoral. O primeiro foi no mês de agosto de 2010, em discurso durante o 8º Congresso Brasileiro de Jornais, quando Serra acusou³⁵ o governo do ex-presidente Lula de financiar o que ele chamou de “blogs sujos.”

O blog *Amigos do Presidente Lula*, citado por Serra na entrevista entre aqueles que divulgaram informações ilegais sobre sua filha, negou³⁶ as acusações.

Todas as notas e informações publicadas aqui sobre a filha de José Serra foram obtidas de fontes de domínio público e abertas a consultas na internet. Estão disponíveis em outros sites na internet, em revistas nacionais ou estrangeiras, em sites institucionais de empresas, portais, consultas processuais, portais de transparência, diários oficiais, e em arquivos de consulta pública do Governo da Flórida. Nas notas, tem os links para as respectivas fontes, o que prova que são informações públicas, disponíveis na web. Desde o início até hoje, somos autônomos e independentes, sem filiação partidária, sem vínculo com partidos, nem com campanhas eleitorais, nem com governos. O blog é ativismo informativo e colaborativo, com esta linha política e ideológica que sempre teve. (Amigos do Presidente Lula, “Serra abre fogo contra nosso blog, mas com acusações falsas”, 03/09/10)

Em sua coluna publicada na edição de 5 de setembro, a ombudsman da *Folha*, Suzana Singer, critica o jornal, e a imprensa de uma maneira geral, por dar espaço demasiado à troca de acusações entre petistas e tucanos por conta do dossiê e da quebra de sigilos fiscais ao invés de investigar o caso para dar respostas aos leitores, entre elas os verdadeiros nomes por trás dos vazamentos.

Singer também critica a reportagem, segundo ela produzida de maneira acrítica, que afirma que Serra avisou ao presidente sobre a publicação de dados fiscais de sua filha

³⁵ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/785564-serra-acusa-governo-de-financiar-blogs-sujos-e-perseguir-jornalistas.shtml>

³⁶ <http://osamigosdopresidentelula.blogspot.com/2010/09/serra-abre-fogo-contra-nosso-blog-mas.html>

em blogs. De acordo com ela, a reportagem, reproduzida depois no programa de TV da campanha do tucano, serviu aos interesses do candidato.

Serra joga pistas, como dizer que dados da filha já estavam em "blogs sujos", mas não explica o que havia neles nem se foram obtidos por meio de ato ilícito. Dilma só se preocupa em minimizar o ocorrido - um "malfeito" na Receita, segundo ela - e em ficar o mais longe possível da lama que emerge a cada dia. Chega de jornalismo declaratório. Mesmo aquele em "off", como fez a Folha na sexta-feira, ao manchetar "Serra diz ter feito alerta a Lula sobre ataques a sua filha". A afirmação do candidato teria sido feita a "aliados". Reproduzindo as aspas acriticamente - sem indagar por que Serra não tornou esse fato público antes -, o jornal prestou um serviço ao tucano: permitiu que criticasse Lula, sem o ônus de atacar, na televisão, um presidente tão popular. (FSP, Poder, 05/09/2010)

Nos dias seguintes, os jornais trouxeram novas informações sobre o caso. Descobriu-se que o contador Antonio Carlos Atella Ferreira, responsável pela violação do sigilo fiscal de Veronica Serra com uma procuração falsa, tinha ligação com o PT, assim como o servidor da Receita Federal em Minas Gerais Gilberto Souza Amarante, acusado de acessar em 2009 dados fiscais do vice-presidente do PSDB Eduardo Jorge Caldas Pereira.

E que, em 16 de outubro de 2009, dados cadastrais do empresário Alexandre Bourgeois, genro de Serra, foram “vasculhados” na agência Receita Federal em Mauá (SP), mesmo local onde foi quebrado o sigilo de cinco pessoas ligadas ao tucano. (FSP, Presidente 40/Eleições 2010, 09/09/2010)

A grande imprensa muda o foco da sua cobertura política a partir do dia 11 de setembro de 2010, quando a revista *Veja* traz uma reportagem que aponta indícios de que uma empresa à qual era ligado o filho da então ministra da Casa Civil, Erenice Guerra, fez lobby para ajudar uma empresa aérea a obter da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) a renovação de uma concessão, que permitiu depois que a empresa fechasse um contrato com os Correios em condições privilegiadas.

De acordo com a reportagem, Erenice, que foi a principal assessora de Dilma quando ela esteve à frente da Casa Civil e a sucedeu quando deixou o cargo para disputar a Presidência, atuou para que o filho tivesse sucesso no lobby e teria cobrado dinheiro pela intermediação do negócio.

O novo escândalo, que levaria mais tarde à queda de Erenice Guerra, passou a ser o principal foco da cobertura política naquelas eleições, fazendo com que o caso da quebra dos sigilos de tucanos perdesse força. As denúncias contra a ex-assessora também conseguiram atingir a imagem de Dilma, reduzir o apoio à sua candidatura num momento em que as pesquisas apontavam a possibilidade de vitória da petista no primeiro turno e dar fôlego à campanha de Serra, que sofria esvaziamento com a perspectiva da derrota. Como se viu depois, o escândalo foi um dos fatores decisivos para que a eleição presidencial fosse ao segundo turno.

Em meio a críticas por sua cobertura das eleições, a *Folha* publica em sua edição do dia 22 de setembro uma reportagem com o resultado de uma pesquisa feita com 351 leitores do jornal. De acordo com o texto, 75% dos leitores consideraram ótimas ou boas as reportagens sobre os escândalos da quebra de sigilo de tucanos e do suposto lobby na Casa Civil.

A imparcialidade da cobertura é o ponto positivo mais mencionado (28%), mas também está entre os pontos negativos mais lembrados pelos leitores (11%). Para 76% dos entrevistados, a Folha não favorece nenhum dos candidatos, enquanto 24% dizem que há favorecimento. Entre estes últimos, a maior fatia (15%) afirma que José Serra (PSDB) é o beneficiado, e 6% apontam Dilma Rousseff (PT). Cresceu de 2% para 11% desde abril o número dos que consideram que a cobertura prejudica a candidata do PT. Entre os leitores, 59% avaliam que a cobertura do jornal é crítica na medida certa ao governo Lula. Eram 67% em abril. (FSP, Presidente 40/Eleições 2010, 22/09/2010)

No final da reportagem, um dado interessante: entre os leitores ouvidos na pesquisa, 50% tinham a intenção de votar em Serra, 21% em Marina Silva e 15% em Dilma Rousseff. A então mais recente pesquisa nacional do Datafolha indicava Dilma com 51% das intenções de voto, contra 27% de Serra e 11% de Marina.

Em meio ao aumento da temperatura das acusações de corrupção no seu governo, cada vez mais próximas de sua candidata, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva passa a fazer uma série de críticas à cobertura da imprensa nas eleições, principalmente durante comícios em apoio a Dilma pelo país. Lula acusa os veículos de parcialidade e de trabalhar para levar José Serra ao segundo turno das eleições.

No dia 21 de setembro, em discurso durante inauguração de uma obra ferroviária no Tocantins, Lula afirma que a cobertura política no Brasil “às vezes chega a beirar o ódio”, se referindo a críticas ao seu governo e às denúncias que começavam a minar a

vantagem de sua candidata. No mesmo discurso, o presidente defendeu a liberdade de imprensa, mas disse que ela não pode ser usada pela mídia para “inventar coisas o dia inteiro.” Quatro dias antes, em discurso durante comício ao lado de Dilma na cidade de Campinas (SP), Lula já havia afirmado que ele e seus aliados iriam “derrotar alguns jornais e revistas que se comportam como partidos políticos.” (FSP, Presidente 40/Eleições 2010, 22/09/2010)

A manchete de *O Estado de S. Paulo* no dia 23 de setembro é mostra da temperatura do embate entre Lula e a grande imprensa: “Manifesto ataca ‘autoritarismo’ de Lula.” A reportagem trata de um ato público realizado no dia anterior no Largo São Francisco, na região central de São Paulo, em resposta às recorrentes críticas do presidente à mídia. No evento, foi lido o Manifesto em Defesa da Democracia, assinado por figuras como o ex-presidente do Supremo Tribunal Federal Carlos Velloso, o arcebispo emérito de São Paulo, dom Paulo Evaristo Arns, o ex-ministro da Justiça José Gregori e o jurista Hélio Bicudo, um dos fundadores do PT, que fez a leitura do documento.

No dia seguinte, foi a vez de outro ato público, desta vez contra a grande imprensa, organizado por centrais sindicais, entidades como a União Nacional dos Estudantes (UNE) e jornalistas como Luiz Carlos Azenha.

O ato aconteceu na sede do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, reuniu cerca de 300 pessoas no auditório e outras 200 do lado de fora, segundo os organizadores. O manifesto foi lido pelo jornalista Altamiro Borges, do *Centro de Mídia Independente*. O documento afirmou que o ato não tinha como objetivo atacar a mídia, mas criticar os veículos que estariam praticando “golpismo midiático”. (FSP, Presidente 40/Eleições 2010, 24/09/2010).

O *Estado*, que havia levado a manifestação contra o presidente Lula à condição de principal notícia do dia anterior, não deu muita atenção ao ato contra a imprensa, registrado em texto pequeno, no meio de uma página, e que sequer mereceu chamada na capa do jornal.

Em artigo publicado na *Folha de S. Paulo* no dia 23 de setembro, o jornalista Janio de Freitas nega tentativa de golpe por parte da imprensa, como afirmavam na época alguns petistas. Mas também rejeita as acusações de que Lula, com seus ataques, tentava cercear a liberdade de imprensa. Ele corrobora as críticas a exageros na cobertura dos

mais recentes escândalos, mas também aponta problemas na postura do presidente no embate com a mídia.

“O que pode ser apontado são propósitos eleitorais [na imprensa]. Mas os meios de comunicação brasileiros nunca deixaram de ser parte ativa nos esforços de conduzir o eleitorado. Sua origem e sua tradição são de ligações políticas, como agentes de facções ou partidos. (...) Na atual campanha, os meios de comunicação com maior presença são passíveis de acusações como desequilíbrio no ânimo em relação a este ou àquele candidato; de parcialidade no interesse em eventos de um ou de outro, e, no noticiário das irregularidades, de precipitações e erros que são os mesmos cometidos na cobertura de todos os escândalos. À parte atingida cabe reagir na medida do possível, que, em geral, não é muito. E às vezes é quase nada, porque a própria reação está sujeita ao que é acusado no principal. Mas assim é a etapa em que a sociedade brasileira ainda está. Daí a golpismo, na atualidade, a diferença é total. (...) No outro lado, nenhum fato sustenta a ameaça à democracia atribuída a palavras ou atos de Lula. As reações ao que considera insultuoso, ou injusto, ou inverdadeiro são à sua maneira: com destempero deplorável, nas palavras e na teatralidade da exaltação. Sem consideração alguma, até muito menos do que pelos adversários, pela própria condição de presidente da República. A faixa presidencial ainda não se distinguiu, para Lula, da camisa do Sindicato dos Metalúrgicos. Nenhum espetáculo e nenhum ato presidencial pode ser apontado, com seriedade, como ameaça à democracia. Nem o mais acusado deles, a alegada ameaça à liberdade de imprensa.(FSP, Poder, 23/09/2010)

Em mais de uma oportunidade durante a campanha, o candidato do PSDB, José Serra, também se manifestou contra a cobertura feita pela grande imprensa, inclusive atacando jornais. Um dos casos aconteceu no dia 13 de outubro, já no segundo turno das eleições, em visita a Porto Alegre (RS). Na oportunidade, Serra ignorou perguntas feitas a ele por um repórter do *Valor Econômico*, controlado pelos grupos *Folha* e *Globo*, e disse que o jornal “faz manchete para o PT colocar no horário eleitoral.” (FSP, Presidente 40/Eleições 2010).

O segundo turno das eleições aproximava-se do fim quando o escândalo da quebra de sigilo fiscal de tucanos voltou ao noticiário. No dia 20 de outubro, o assunto é manchete da *Folha*: “PF liga quebra de sigilo fiscal de tucano à pré-campanha de Dilma.”

O texto relata que, durante as investigações sobre o crime, a Polícia Federal constatou o que parecia obvio desde o início: o jornalista Amaury Ribeiro Junior havia encomendado os dados fiscais de pessoas ligadas a José Serra. De acordo com a reportagem, o despachante Dirceu Rodrigues Garcia admitiu em depoimento ter recebido de Ribeiro Junior R\$ 12 mil para obter cópias das declarações de Imposto de Renda da filha e do genro de Serra, Verônica e Alexandre Bourgeois, do dirigente tucano Eduardo Jorge e de outros integrantes do PSDB.

A reportagem aponta fatos levantados pela investigação da PF que levantam suspeitas de que a origem do dossiê está ligada ao ex-governador mineiro Aécio Neves e à disputa dele com Serra pela vaga de candidato à Presidência no PSDB. Segundo o texto, na época em encomendou a quebra dos sigilos – outubro de 2009 -, Ribeiro Junior estava contratado pelo jornal *Estado de Minas*, que inclusive pagou suas viagens até São Paulo para buscar os documentos. Como já foi informado, inclusive pela própria *Folha*, o *Estado de Minas* é próximo a Aécio Neves.

Para a *Folha*, entretanto, as descobertas feitas pela PF confirmam o que o jornal vinha denunciado há quatro meses: a quebra do sigilo fiscal de tucanos está vinculada ao trabalho do chamado “grupo de inteligência” da campanha de Dilma, responsável por levantar informações contra adversários dos petistas. Para fazer tal afirmação, o texto se apegua ao fato de Ribeiro Junior ter participado de uma reunião com o grupo em abril de 2010, seis meses depois de os crimes terem ocorrido.

O "grupo de inteligência" era responsável pelo levantamento de informações e confecção de dossiês que pudessem ser usados na campanha contra os adversários. Amaury até hoje negava que estivesse trabalhando para a campanha do PT. Mas ele participou de reunião da "equipe de inteligência" em 20 de abril deste ano, num restaurante de Brasília. Na época, o responsável pela comunicação da pré-campanha de Dilma era o jornalista Luiz Lanzetta, que participou do encontro. O flat em que Amaury estava hospedado em Brasília era pago pelo partido. Segundo a investigação, quando os dados dos tucanos foram encomendados em outubro de 2009, Amaury ainda mantinha vínculo profissional com o jornal "O Estado de Minas". O PT atribui ao diário proximidade política com o ex-governador tucano Aécio Neves, eleito senador. (FSP, Poder, 20/10/2010)

No mesmo dia, Luis Nassif publica texto³⁷ com críticas à reportagem da *Folha*. De acordo com o jornalista, o jornal “foge” da informação principal: que o *Estado de Minas* pagou pelo dossiê em auxílio a Aécio Neves.

Apesar das evidências colhidas por sua própria reportagem, a Folha continua fugindo do tema principal: o tal dossiê foi preparado e bancado pelo Estado de Minas, como defesa de Aécio Neves contra armações de José Serra. Depois, o Luiz Lanzetta tentou trazer o Amaury Jr para a campanha, mas acabou afastado pela própria coordenação de campanha. Mas a Folha teima em fugir da grande reportagem: as circunstâncias que levaram o Estado de Minas a bancar aposta tão drástica. (“PF liga o dossiê ao Estado de Minas”, Luis Nassif On Line, 20/10/2010)

No dia seguinte, a *Folha* traz nova reportagem sobre o assunto, agora com informações do depoimento de Ribeiro Junior, em que ele admite ter encomendados dados sobre

³⁷ <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/pf-liga-dossie-ao-estado-de-minas>

tucanos – ele nega, porém, que tenha pago por documentos ilegais. Diferente do texto na edição anterior, que afirma que a investigação da PF fez a ligação da quebra dos sigilos com a pré-campanha de Dilma, desta vez o jornal parece mais cauteloso. Segundo a *Folha*, os documentos sob poder do jornalista “foram parar no dossiê que circulou na pré-campanha de Dilma.” (FSP, Poder, 21/10/2010)

A reportagem diz que a PF tem certeza que foi Ribeiro Junior quem comprou as declarações de imposto de renda e que investigava se alguém havia contratado o jornalista para isso.

O jornalista não disse à PF se recebeu orientação de políticos do PSDB de Minas para levar adiante a "pesquisa". Nem se a encomenda foi do próprio jornal. No depoimento, ele afirmou que iniciou a apuração ao descobrir que o deputado Marcelo Itagiba (PSDB-RJ), ligado a Serra, estaria reunindo munição contra Aécio. No período, Serra e Aécio disputavam a indicação do partido para a candidatura à Presidência. Amaury não deixa claro, porém, se recebeu ordens ou se iniciou a apuração por conta própria. (FSP, Poder, 21/10/2010)

No mesmo dia 21 de outubro, *O Estado de S. Paulo* traz reportagem com base no inquérito da PF, ao qual teve acesso. Diferente do que aponta a reportagem da *Folha*, o texto do *Estado* relata que, em seu depoimento, Ribeiro Junior afirma que realizou o trabalho a pedido do *Estado de Minas* e que a investigação tinha o objetivo de proteger Aécio Neves contra espionagem feita por aliados de Serra, seu adversário.

A reportagem do *Estado* informa ainda que, em abril de 2010, Ribeiro Junior foi convidado por Luiz Lanzetta, um dos responsáveis pela comunicação da campanha de Dilma, para ajudá-lo em uma disputa interna por verbas da campanha. Segundo o texto, “a investigação de Ribeiro valeria dividendos no mercado subterrâneo de dossiês do PT, reforçando a posição de Lanzetta.” O jornalista afirma ainda que os dados do dossiê foram furtados de seu computador por pessoas ligadas ao PT. (OESP, Nacional, pag. A6, 21/10/2010)

Em pequeno texto na mesma página, o *Estado* relata nota da Polícia Federal em que a corporação confirma que as investigações apontaram que “os dados violados foram usados para confecção de relatórios”, mas “não foi comprovada a sua utilização em campanha política.” (OESP, Nacional, pag. A6, 21/10/2010)

O *Estado de Minas* negou que tivesse designado Ribeiro Junior para trabalho de contra-espionagem em benefício de Aécio Neves e atribuiu a acusação ao momento eleitoral. O ex-governador mineiro, por sua vez, divulgou nota na época repudiando “com veemência e indignação a tentativa de vinculação de meu nome às graves ações envolvendo o PT e o senhor Amaury Ribeiro Junior.” O presidente do PSDB, Sérgio Guerra, qualificou a declaração do jornalista de “factóide com o objetivo de tentar provocar divisão” no partido. (OESP, Nacional, pag. A8, 21/10/2010)

No dia 26 de outubro, os jornais divulgam que Amaury Ribeiro Junior foi indiciado pela Polícia Federal por suspeita de corrupção ativa, violação de dado sigiloso e por pagar testemunha. Nenhum membro do PT ou do PSDB foi indiciado no processo.

A ombudsman da *Folha*, Suzana Singer, utiliza a sua coluna da edição de domingo, 31 de outubro, data do segundo turno das eleições, para fazer um balanço da cobertura daquelas eleições. Com o título “Delírios anti-imprensa”, o texto destaca o crescimento da desconfiança em relação à imprensa “mainstream” durante a campanha, movimento que ela classificou de “paranóia” e “estéril” e atribuiu à “militância” dos partidos políticos na internet.

A rede, saudada como avanço democrático na campanha eleitoral, virou terra sem lei, o reino da boataria, das acusações sem provas. Se uma reportagem passa por pelo menos quatro pessoas antes de ser impressa, na rede, não há filtro: com um clique, qualquer coisa é divulgada. Os blogs políticos, de "esquerda" e de "direita", incumbiram-se da missão de "revelar a verdade escondida em cada notícia". Baseados em preconceitos e nos próprios interesses, traçam teorias conspiratórias e insultam jornalistas. (FSP, Ombudsman, 31/10/2010)

Singer diz reconhecer que “não faltam motivos para críticas” contra a imprensa por conta da cobertura das eleições. Sobre a *Folha*, diz que o jornal “passou por momentos de forte desequilíbrio”, mas que, na reta final da campanha, “acertou o prumo” e trouxe reportagens que “sinalizaram equidistância das candidaturas.” Ela disse ser a favor de algo que equilibre o poder da grande imprensa, mas avaliou que a internet e as redes sociais não proporcionaram isso naquelas eleições. E criticou o comportamento do presidente Lula, com os ataques à imprensa sempre que uma nova reportagem contra seu governo ou capaz de atingir sua candidata era publicada.

Seria excelente que houvesse um contrapeso ao poder da imprensa e uma forma de coibir abusos, que ocorrem diariamente. Mas o que se viu neste ano não foi isso. Com a

ajuda do presidente da República, criou-se um perigoso sentimento antimídia, que é do interesse de muita gente, menos do leitor/eleitor. (FSP, Ombudsman, 31/10/2010)

Em 18 de novembro de 2010, a reportagem "Dossiê traz dados sigilosos da Receita contra tucanos", publicada pela *Folha* em 12 de junho de 2010 e assinada pelo jornalista Leonardo Souza, foi a vencedora do “Prêmio Esso” na categoria reportagem.

5.3 – A *Folha* no Twitter – o caso #DilmaFactsbyFolha

Entre os dias 5 e 6 de setembro, o jornal *Folha de S. Paulo* foi alvo de uma campanha crítica no Twitter, uma das principais redes do sociais da atualidade. O motivo foi a publicação da reportagem “Dilma ignorou falha apontada por TCU em contas de luz; prejuízo é de R\$ 1 bi”, manchete do jornal no dia 5 de setembro.

A reportagem responsabilizava a então candidata do PT à presidência, Dilma Rousseff, por um “erro” cometido quando ela ainda era ministra de Minas e Energia no governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Apoiado em decisão do Tribunal de Contas da União (TCU), o texto afirma que Dilma “tardou em reconhecer e corrigir deficiências na tarifa social, um benefício concedido a consumidores de luz de baixa renda.”

Tal erro, segundo o jornal, “resultou no gasto inadequado, entre 2002 e 2007, de R\$ 2 bilhões de um fundo mantido por consumidores de todo o país. Do total, R\$ 989 milhões corresponderam à passagem de Dilma pelo ministério, de 2003 a 2005.” (FSP, Especial Presidente 40/Eleições 2010, 5/09/2010).

A reportagem foi um dos assuntos mais comentados no Twitter por dois dias, onde o jornal passou a ser alvo de uma crítica bem humorada. Associados à hashtag “#DilmaFactsByFolha”, milhões de comentários de internautas em tom de piada questionaram a reportagem e a parcialidade do jornal diante da campanha política ao colocar Dilma como “culpada” nas mais diversas situações – como o choque entre o jato Legacy e o Boeing da Gol, em 2006; a invenção das vuvuzelas, as infernais cornetas de plástico que marcaram a Copa da África, em 2010; ou então a indicação a José Serra do shampoo que provocou a sua calvície.

Hashtag é uma “palavra-chave” usada no Twitter, sempre precedida do sinal “#”, e que identifica um aspecto do comentário feito pelo internauta na rede social. Um dos objetivos da hashtag é justamente criar um elo entre diversos comentários sobre um

mesmo assunto. O Twitter utiliza a ferramenta para manter um ranking permanente sobre os principais assuntos comentados. A hashtag #DilmaFactsByFolha³⁸ chegou a ser a terceira mais usada por usuários do Twitter no mundo todo no dia 6 de setembro de 2010, o que demonstra a popularidade e o alcance do assunto³⁹.

O jornalista Luiz Carlos Azenha comentou⁴⁰ em seu *Viomundo* sobre a campanha no Twitter contra a *Folha*:

Diante da manchete da Folha neste domingo – Consumidor de luz pagou R\$ 1 bi por falha de Dilma –, em que o jornal faz campanha por José Serra requeitando notícia velha e dando tom sensacionalista e pretensamente “popular” à denúncia, os tuiteiros lançaram uma campanha para criar futuras manchetes para o jornal. A minha favorita é essa: Dilma inventou a segunda-feira. Mas não consegui descobrir quem criou. Podem me ajudar a encontrar?(Viomundo, “Folha de S. Paulo: Dilma sabotou transponder do Legacy”, 05/09/2010)

Em nota encaminhada ao portal *Comunique-se*, especializado em mídias e comunicação, a direção da *Folha* afirma encarar com normalidade a campanha crítica no Twitter e relaciona a repercussão ao período eleitoral e à mobilização de eleitores do PT e de Dilma.

A Folha encara com normalidade a popularidade da hashtag #DilmaFactsbyFolha, ocorrida em 5/9/2010, quando publicou a reportagem 'Consumidor de luz pagou R\$ 1 bi por falha de Dilma'. Entre os princípios editoriais da Folha está o jornalismo crítico, pluralista e apartidário. Reportagens críticas naturalmente despertam reação, especialmente em período eleitoral e entre os militantes dos candidatos. Além disso, o uso do humor é uma das características das mídias sociais, o que faz com que a expressão tenha sido naturalmente utilizada por internautas de diferentes tendências”, dizia o comunicado.(www.comunique-se.com.br, 08/09/10)

A reportagem gerou críticas até mesmo da ombudsman do jornal, Suzana Singer. Em sua coluna publicada na edição de 12 de setembro, ela afirma que, com a manchete do domingo anterior, a *Folha* havia “avancado o sinal” na busca por trazer aos leitores a maior quantidade possível de informações sobre aquele que viria a ser a primeira presidente eleita do Brasil.

³⁸ <http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=&op3=&editoria=8&idnot=56821>

³⁹ <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/current-twitter-trends-ana-pau-jouvert-kardashians-2071730.html>

⁴⁰ <http://www.viomundo.com.br/opinio-do-blog/folha-de-s-paulo-foi-dilma-quem-inventou-a-segunda-feira.html>

Uma manchete forçada como a da conta de luz, somada a todo o noticiário sobre o escândalo da Receita, desequilibrou a cobertura eleitoral. Dilma está bem à frente nas pesquisas de intenção de voto e isso é suficiente para que se dê mais atenção a ela do que a seu concorrente, mas, há dias, José Serra só aparece na Folha para fazer "denúncias". Nada sobre seu governo recente em São Paulo. Nada sobre promessas inatingíveis, *por* *exemplo.*

Os leitores perceberam a assimetria. Durante a semana, foram 194 mensagens à ombudsman protestando contra o noticiário, mas o maior ataque ocorreu no Twitter, a rede social simbolizada por um pássaro azul, que reúne pessoas dispostas a dizerem o que pensam em 140 caracteres. Até quinta-feira passada, tinham sido postadas mais de 45 mil mensagens anti-Folha.(FSP, Poder, 12/09/2010)

Singer ainda critica o jornal por ignorar a campanha no Twitter em suas páginas e por tratar o episódio como se fosse apenas uma reação de petistas contrariados com noticiário que atinge a candidata do partido. Afirma também que o jornal deve retomar o equilíbrio de seu noticiário político para fazer jus ao apartidarismo que prega em seu Manual de Redação.

Mas é um erro pensar que apenas zumbis petistas incitados por lideranças botaram fogo no Twitter. O partido não chegou a esse nível de competência computacional. Na manada anti-Folha, havia muito leitor indignado, gente que não queria perder a piada, além de velhos ressentidos com o jornal. Não dá para desprezar essa reação e a Folha fez isso. Não respondeu aos internautas no Twitter e não noticiou o fenômeno.

A Folha deveria retomar o equilíbrio na sua cobertura eleitoral e abrir espaço para vozes dissonantes. O apartidarismo -e não ter medo de crítica- sempre foram características preciosas deste jornal.(FSP, Poder, 12/09/2010)

6 – A atuação em grupo dos blogueiros

Assim como os veículos da grande imprensa identificados com o neoliberalismo, os blogs de análise política e crítica à imprensa de que trata este estudo também possuem a característica de atuação em bloco ou grupo. Ou seja, *Luis Nassif on Line*, *Conversa Afiada*, *Viomundo* e *Blog da Cidadania* reproduzem rotineiramente em suas páginas textos uns dos outros.

Fazem parte do grupo ainda outros blogueiros, como *Emir Sader*⁴¹, *Mauro Santayana*⁴², *Rodrigo Vianna*⁴³, o jornalista Leandro Fortes⁴⁴, repórter da revista Carta Capital, e o deputado federal pelo PDT, *Brizola Neto*⁴⁵.

⁴¹ http://www.cartamaior.com.br/templates/blogMostrar.cfm?blog_id=1&alterarHomeAtual=1

Textos das revistas *Carta Capital*, *Caros Amigos* e do portal *Vermelho* (www.vermelho.org.br), ligado ao PCdoB (Partido Comunista do Brasil), também costumam aparecer nos blogs sob análise. Apesar de, na maioria das vezes, não haver chancela explícita ao texto de outro autor publicado por um dos blogs, a sua presença no site soa como aprovação à opinião expressa e tem o objetivo de ampliar a base de leitores e a repercussão das idéias contidas ali. Assim como no caso da grande imprensa, essa prática também transfere credibilidade perante os leitores.

A leitura de textos publicados por este conjunto de blogs aponta que são duas as principais características que os unem. A primeira é a crítica à atuação dos veículos da grande imprensa brasileira. Os autores identificam postura golpista na cobertura política feita pelos jornais, revistas e pela TV Globo, que utilizam a publicação de denúncias e os escândalos midiáticos com o objetivo de desestabilizar o governo federal sob administração do PT, em benefício da oposição neoliberal liderada pelo PSDB.

A segunda característica é justamente o uso da internet, via blogs e redes sociais (Twitter, Facebook), para criar uma *rede de informação alternativa* com o propósito de furar o bloqueio midiático imposto pela grande imprensa contra assuntos e opiniões que consideram contrários aos interesses neoliberais e de partidos como o PSDB. Ou mesmo para debater os interesses por trás de notícias publicadas – ou ignoradas – por esses veículos, ou seja, a crítica ao papel e ao trabalho da mídia.

A atuação em grupo e o uso das mídias sociais, no caso dos blogs, funcionam como mecanismo para tentar compensar a falta de recursos e a própria limitação do número de pessoas com acesso à internet no Brasil (apenas 31% dos domicílios urbanos e 6% dos rurais estavam conectados ao final de 2010⁴⁶), situação que restringe o alcance dessa rede de informação alternativa e sua disputa com os veículos da grande imprensa.

⁴² <http://www.maurosantayana.com/>

⁴³ <http://www.rodriovianna.com.br/>

⁴⁴ <http://brasiliaeuvi.wordpress.com/>

⁴⁵ <http://www.tijolaco.com/>

⁴⁶ <http://cetic.br/usuarios/tic/2010-total-brasil/rel-geral-04.htm>

Entretanto, é possível constatar a transformação dessa rede em um movimento organizado, inclusive com atividades extra-internet, como a realização de reuniões nacionais e até do primeiro encontro internacional de blogueiros⁴⁷, realizado em outubro de 2010 em Foz do Iguaçu, no Paraná. O evento, que teve 600 inscritos, segundo os organizadores, foi patrocinado por estatais como Itaipu Binacional e Petrobras e contou com apoio de empresas privadas como a companhia aérea TAM.

Outro fato que evidencia a importância que a internet começa a ganhar dentro da comunicação no país são as reportagens publicadas pela grande imprensa sobre eventos envolvendo redes sociais e blogs. Ou seja, a mídia tradicional já reconhece esses eventos como fatos jornalísticos, capazes de influenciar, inclusive, o noticiário de alguns veículos – em especial a chamada *suíte*, ou seja, reportagens que tratam dos desdobramentos ocorridos após a veiculação de uma determinada notícia.

6.1 – O apoio das redes sociais

Como já foi dito aqui anteriormente, os blogueiros contam com a ajuda de redes sociais, sites na internet que facilitam a comunicação e a troca de informações entre as pessoas, para ampliar o número de leitores. Em serviços como Twitter e Facebook, que estão entre as mais populares redes sociais da internet, é possível replicar as informações publicadas em blogs, com o link que transfere o internauta para o texto, e mesmo utilizar recursos de multimídia, como vídeos e fotos.

Os registros feitos pelos blogueiros nas redes sociais podem ser vistos em tempo real por todos os que assinam ou, na linguagem usual, “seguem” aquele perfil. A capilaridade dessa ferramenta aumenta na medida em que um internauta/leitor do blog pode replicar também aos seus “seguidores” a mesma informação, num sistema de corrente.

⁴⁷ <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI5436259-EI12884,00-Brasil+sedia+primeiro+Encontro+Mundial+de+Blogueiros+no+PR.html>

Os veículos da grande imprensa também utilizam as redes sociais com o mesmo propósito dos blogs. Uma pesquisa feita no Twitter (www.twitter.com) no dia 24 de novembro de 2011 mostrou que a página da *Folha de S. Paulo* tinha 231.391 seguidores, ou seja, pessoas que recebem em tempo real todas as informações replicadas pelo perfil do jornal naquela rede social. O perfil do jornal *O Estado de S. Paulo* tinha 276.871 seguidores e, o da revista *Veja*, 1.265.229.

Os blogueiros de centro-esquerda e simpatizantes do PT registravam na mesma data um número inferior de seguidores. O perfil de Eduardo Guimarães no Twitter tinha 5.177, o do *Viomundo* 21.901, o do *Conversa Afiada* 38.480 e o de Luis Nassif 47.502. O perfil do *Observatório da Imprensa* contava então com 86.711 seguidores. Para efeito de comparação, o blogueiro Reinaldo Azevedo, da revista *Veja*, tinha 32.244 seguidores. Já o blogueiro Ricardo Noblat, ligado ao jornal *O Globo*, registrava 128.988. É preciso lembrar que os blogueiros de centro-esquerda, diferente de Noblat e Azevedo, não têm seus blogs atrelados a grandes portais ou veículos de comunicação.

Além da limitação proporcionada pelo baixo número de domicílios ligados à internet no país, os blogueiros também enfrentam a barreira do uso tradicional das redes sociais, muito mais associado a atividades como paquera, postagem de fotos e vídeos e comunicação entre amigos do que ao debate político propriamente. Ou seja, apenas uma pequena parte dos internautas ligados às redes sociais no Brasil usa essas ferramentas para debater com outras pessoas, sendo a comunicação e o trabalho da imprensa apenas dois dos tópicos passíveis de discussão.

Citando a teoria da Democracia Deliberativa de Habermas, Molon⁴⁸ aponta que as redes sociais são capazes de auxiliar na ampliação do debate político e, conseqüentemente, na evolução da democracia, devido à grande possibilidade de interação entre os participantes oferecida por essas ferramentas. Entretanto, afirma o autor, isso está longe de acontecer já que a maioria das pessoas que frequenta as redes sociais o faz com objetivos totalmente diversos ao debate político.

⁴⁸ MOLON, Newton Duarte. *Redes Sociais, Novo Lócus Político*. Disponível em: http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2010/03/23/1269387687.pdf.

Retomando o balanço sobre a trajetória das redes sociais na última década, o que temos é o aperfeiçoamento incontestável das plataformas; o crescimento exponencial da adesão; a sofisticação e ampliação das possibilidades de uso e, por outro lado, um aproveitamento pífio como ferramenta transformadora.

Pesquisa *Power to the people*, citada por Molon, revela que dos participantes de redes sociais 74% usam a ferramenta para enviar mensagens aos amigos, 55,1% para publicar fotos, 33,6% para baixar e ouvir músicas, 9,8% para namorar, entre outros dados. O uso para debate político não é citado na pesquisa, mas Molon acredita que está representado nos 3,2% de usuários que revelaram utilizar as redes sociais para outras atividades, diversas das já citadas.

Estamos, assim, mais ou menos como estávamos no início da década: aguardando os prodígios das redes sociais, que permitem trocas instantâneas de informações e idéias entre muitas pessoas, no aperfeiçoamento de nossa organização social e política. Há, contudo, pelo menos duas importantes diferenças: a certeza de que o milagre não vem com a tecnologia e a existência hoje de usos consagrados pouco suscetíveis a alterações.

7 – Entrevista

7.1 – Leandro Fortes

Jornalista com passagem por algumas das mais importantes redações do país, como a do jornal *O Estado de S. Paulo* e da TV Globo, o baiano Leandro Fortes, atualmente repórter da revista *Carta Capital* em Brasília, mantém desde 2009 o blog “Brasília, eu vi”, um dos principais entre aqueles que fazem parte da rede de blogs de crítica à mídia tradicional no país.

Fortes acredita que a internet, por meio dos blogs e das mídias sociais, já conseguiu acabar com a hegemonia da informação que antes pertencia ao grupo de grandes empresas de mídias de orientação neoliberal.

A hegemonia da informação foi quebrada e hoje os jornalistas não precisam mais dos veículos tradicionais para fazer a intermediação com o leitor. Ele pode falar diretamente com os leitores por meio dos blogs e das mídias sociais.

O obstáculo a ser vencido agora pelos blogueiros, aponta ele, é quebrar a hegemonia econômica da grande imprensa. De acordo com Leandro, os blogs independentes,

desvinculados de grandes portais ou empresas de comunicação, precisam encontrar uma maneira de se viabilizarem economicamente. Esse processo, diz, ainda vai levar anos e deve passar por uma maior democratização na distribuição de verbas do governo destinadas à publicação de propaganda institucional.

Segundo Fortes, a união entre os blogueiros de centro-esquerda no país ocorreu de maneira involuntária. Ele aponta como elemento desencadeador desse processo a série de denúncias contra a revista *Veja*, feita pelo jornalista Luis Nassif em seu blog.

A partir dali, várias pessoas, inclusive eu, sentiram necessidade de dar vazão àquelas informações [denúncias feitas por Nassif], dizer para o maior número possível de pessoas o que a Veja faz.

Com a internet, diz Fortes, o trabalho dos jornalistas é vigiado como nunca. Além disso, afirma ele, a capilaridade e a rapidez do compartilhamento das informações pela blogosfera e as mídias sociais tiraram da grande imprensa o poder de “decretar a invisibilidade”, de seus críticos.

Ele cita como exemplo dois casos recentes envolvendo a *Folha de S. Paulo*: o editorial em que o jornal classifica o regime militar brasileiro de “ditabranda” e a divulgação de uma ficha policial falsa da então ministra Dilma Rousseff. Nos dois episódios, o jornal foi alvo de duras críticas na internet, que o obrigaram a se retratar (no caso da “ditabranda”) e a admitir publicamente que não tinha como provar a veracidade da ficha de Dilma.

Antes da internet, a Folha poderia colocar uma ficha falsa da Dilma na capa ou então chamar a ditadura de ditabranda sem correr o risco de ser criticada. Hoje ela até pode fazer essas coisas, mas não vai sair impune.

Fortes diz que o trabalho dos blogueiros não pode ser confundido com o feito pelos jornais. Segundo ele, blogs transmitem informação, mas ainda não fazem jornalismo. Por isso, aponta ele, não há contradição no apoio declarado dos blogueiros ao governo do PT. O jornalista vê como positiva a franqueza com que os blogueiros tratam suas posições político-ideológicas.

De acordo com Fortes, o embate entre a grande imprensa e a blogosfera é, na realidade, um embate entre direita (representada pelos veículos tradicionais) e a esquerda (representada por essa rede de blogs). Ele avalia que essa disputa é benéfica para o país e contribui para a democratização da comunicação.

7.2 – Carlos Eduardo Lins da Silva

O jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, ex-ombudsman da *Folha de S. Paulo*, vê vantagem, para a sociedade e para a própria imprensa, no aumento do debate sobre o jornalismo brasileiro proporcionado pelos blogs e as redes sociais.

Silva diz que muitos blogs que fazem crítica à imprensa hoje no Brasil são sustentados, formal ou informalmente, por partidos políticos, fato que, na aponta ele, não tira a legitimidade das opiniões transmitidas ali. Entretanto, o jornalista é contra blogs patrocinados por governos. Segundo ele, a prática configura gasto de dinheiro público com fins partidários ou pessoais. O principal problema que ele identifica em parte desses blogs, porém, é a ele classifica como disseminação de ódio e calúnias.

O pior em alguns desses blogs, no entanto, é que eles disseminam ódio e calúnias. Em minha opinião, os que agem assim são um desserviço ao país e à atividade jornalística. No entanto, acho que têm o direito de divulgarem o que quiserem e quem se sentir prejudicado deve processá-los na forma da legislação vigente.

O jornalista vê como “salutar” a atuação de blogs que se dedicam a oferecer contraponto ao noticiário e apontar contradições, manipulações e interesses político-eleitorais na cobertura da grande imprensa. Mas critica o uso da ferramenta por blogueiros que visam apenas ofender jornalistas e empresas de comunicação.

Há blogueiros de diversos tipos. Um desses tipos é o dos que tentam fazer o que você descreve em sua pergunta [oferecer contraponto e denunciar manipulações], e acho que isso é muito salutar. Diversos outros, no entanto, só fazem xingar, difamar, inventar ficções de mau gosto e são recompensados por isso, às vezes com dinheiro do contribuinte.

8 – Considerações finais

Jornalistas e profissionais das mais diversas áreas, de orientação de centro-esquerda e simpatizantes do PT, encontraram na internet o espaço para montar sua trincheira e combater o golpismo midiático que atribuem aos veículos da grande imprensa de orientação neoliberal. Com seus blogs e a ajuda das mídias sociais, essas pessoas conseguem levar suas denúncias a internautas/leitores e revelar os interesses econômicos e político-eleitorais por trás do noticiário. A internet tem o potencial de permitir a essas pessoas quebrar o bloqueio midiático imposto pela grande imprensa e, mesmo que de maneira restrita, garantir a existência do debate e do contraponto às informações divulgadas pela mídia tradicional, até pouco tempo atrás admitidas como verdades absolutas e incontestáveis - por total falta de espaço para fazê-lo.

Dentro do conceito de embate entre hegemonia e contra-hegemonia de Gramsci, fica claro que a esquerda brasileira se utiliza da internet como ferramenta para propagação de ideologia, ou seja, como arma no embate com as forças neoliberais e anti-petistas que estão à frente das principais empresas de comunicação do país – jornais, revistas, rádio e TV. A adoção dos blogs também me parece uma saída para a falta de apoio econômico, já que tanto eles quanto as redes sociais são gratuitos e de fácil operação.

Respondendo à pergunta feita no início deste trabalho, a conclusão é que a internet, representada pelos blogs aqui analisados, consegue sim oferecer contraponto ao noticiário da grande imprensa brasileira. Comprovadamente, isso está sendo feito, é uma realidade. Entretanto, o alcance das informações divulgadas pelos blogueiros – assim como o debate sobre o trabalho da grande imprensa – está limitado ainda à parcela minoritária dos brasileiros com acesso à internet e, dentro desse grupo, a um conjunto ainda menor de internautas que são leitores de blogs e/ou utilizam as redes sociais para receber e compartilhar essas informações e promover o debate buscado pelos blogueiros.

Além disso, esses blogs estão longe de serem considerados fonte alternativa de informações aos leitores/internautas brasileiros. Apesar de os casos analisados aqui neste trabalho demonstrarem que os blogs de uma maneira geral já divulgam informações exclusivas e chegam a disputar os chamados “furos”, esses casos ainda são raros na blogosfera, em especial no grupo de orientação de centro-esquerda, que se

dedica na maior parte do tempo a criticar o trabalho da grande imprensa e a exercer a oposição a esses veículos e ao ideário neoliberal que representam e propagam.

9 – Fontes de Consulta

ABRAMO, Perseu. *Padrões de Manipulação na Grande Imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ARAUJO, Artur Vasconcellos. *Weblog e Jornalismo: Os Casos de No Mínimo Weblog e Observatório da Imprensa (Bloi)*. São Paulo: ECA/USP, 2006.

FONSECA, Francisco. *O Consenso Forjado - A Grande Imprensa e a Formação da Agenda Ultraliberal no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 2005.

MARINHO, Karla Azevedo Ribeiro. *Ciberpolítica: do Debate na Esfera Pública Virtual à Disputa pelo Poder*. Disponível em [<http://www.direitoacomunicacao.org.br>]

MAZETTI, Henrique Moreira. *A Luta pela Comunicação e a Luta Através da Comunicação*. In: XI simpósio de ciências comunicação - Intercom sudeste, Ribeirão Preto, 2006.

PIERANTI, Octavio Penna. *Políticas para a Mídia: dos Militares ao Governo Lula*. Lua Nova. Revista de Cultura e Política, São Paulo, v. -, n. 3, p. 91-121, 2006.

THOMPSON, John B. *O Escândalo Político: Poder e Visibilidade na Era da Mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel dos & ARAUJO, Rafael de Paula Aguiar. *Blogs e Ação Política na Internet*. II Simpósio ABCiber, São Paulo, 2008.

GÓES, Laércio Torres de. *Características do Jornalismo Alternativo dos Movimentos Sociais na Web*. Grupo de Pesquisa em Jornalismo On Line, FACOM – UFBA.

BIGLIAZZI, Renato. *A Constituição Domada: Democracia e o Conselho de Comunicação Social*. UnB, Brasília, 2007.

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

Diniz, Lidiani. “Alberto Dines: polêmico iniciador da crítica de mídia no Brasil”.
Revista da Intercom, ano 2, número 7, janeiro a abril de 2010

MOLON, Newton Duarte. *Redes Sociais, Novo Lócus Político*. Disponível em:
http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2010/03/23/1269387687.pdf.

Blogs, sites e links

<http://www.bluebus.com.br>

<http://www.alltv.com.br>

<http://igutenberg.net/>

<http://www.direitoacomunicacao.org.br>

<http://www.tijolaco.com/>

<http://www.maurosantayana.com/>

<http://www.rodriговиanna.com.br/>

<http://brasiliaeuvi.wordpress.com/>

<http://www.baraodeitarare.org.br>

<http://www.conversaafiada.com.br/>

<http://www.viomundo.com.br/sobre>

<http://falhadespaulo.tumblr.com/>

<http://idgnow.uol.com.br/internet/2011/03/15/google-prepara-grandes-mudancas-em-sua-plataforma-de-blogs-a-blogger/>

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/835582-em-entrevista-no-planalto-lula-e-blogueiros-se-unem-em-criticas-a-midia.shtml>

<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,a-blogueiros-lula-critica-midia-antiga,644986,0.htm>

http://veja.abril.com.br/130808/p_056.shtml

<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3236446-EI6578,00-Leia+integra+da+reportagem+de+iCartaCapitali.html>

http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/09/17/imprensa38157.shtml

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/pages/oihistoria>

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/pages/oiobjetivos>

<http://cetic.br/usuarios/tic/2010-total-brasil/rel-geral-04.htm>

<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI5436259-EI12884,00-Brasil+sedia+primeiro+Encontro+Mundial+de+Blogueiros+no+PR.html>

http://www.cartamaior.com.br/templates/blogMostrar.cfm?blog_id=1&alterarHomeAtual=1

<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/current-twitter-trends-ana-pau-jouvert-kardashians-2071730.html>

<http://www.viomundo.com.br/opiniaodo-blog/folha-de-s-paulo-foi-dilma-quem-inventou-a-segunda-feira.html>

<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshows.asp?op2=&op3=&editoria=8&idnot=56821>

<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/pf-liga-dossie-ao-estado-de-minas>

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/785564-serra-acusa-governo-de-financiar-blogs-sujos-e-perseguir-jornalistas.shtml>

<http://osamigosdopresidentelula.blogspot.com/2010/09/serra-abre-fogo-contra-nosso-blog-mas.html>

<http://www.viomundo.com.br/opiniaodo-blog/caso-da-receita-pf-e-midia-vao-agir-de-forma-republicana.html>

<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/o-dossie-como-hedge>

<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/folha-monta-mais-um-dossie-falso>

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/744223-presidente-do-psdb-cobra-dilma-sobre-acoessujas.shtml>

http://edu.guim.blog.uol.com.br/arch2009-03-01_2009-03-07.html

<http://blog.planalto.gov.br/eta-turminha-ranheta/>

<http://blog.planalto.gov.br/sobre/>

<http://fatosedados.blogspot.com.br/politica-de-comentarios/>

<http://www.intervozes.org.br/o-intervozes/carta-de-principios>