



A ACELERAÇÃO DO TEMPO NOS VEÍCULOS DE INFORMAÇÃO: O CASO LULA

Christina Ferraz Musse

Universidade Federal de Juiz de Fora

O espaço e o tempo são as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação. “Todo meio de representação – escrita, pintura, desenho, fotografia, simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicação – deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais ou temporais”, garante-nos o pesquisador inglês Stuart Hall.¹ Cada época cultural vai ter uma forma diferente de combinar essas coordenadas espaço-tempo. As sociedades modernas, por exemplo, são sociedades que vivem em permanente mudança, ao contrário das sociedades ditas tradicionais. Como Marx falou sobre a modernidade:

... é o permanente revolucionar da produção, o abalar ininterrupto de todas as condições sociais, a incerteza e o movimento eternos... Todas as relações fixas e congeladas, com seu cortejo de vetustas representações e concepções, são dissolvidas, todas as relações recém-formadas envelhecem antes de poderem ossificar-se. Tudo que é sólido desmancha no ar...²

O ritmo da modernidade é o ritmo da máquina, é o ritmo da linha de produção, que não pára nunca, porque é preciso invadir o mercado com mais e mais produtos. Produtos que não devem durar para sempre, ao contrário, devem ficar obsoletos, porque a ordem do mercado é a de que eles sejam substituídos por outros. Vivemos então a apologia do descartável, do renovável, do substituível.

Inicialmente, a passagem do tempo seguia o ritmo da natureza: o dia solar, o mês lunar, o ano solar: “... há cinco mil anos, os babilônios e os egípcios criaram calendários para

¹ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Louro. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p.70.

² MARX, K., ENGELS, F. The communist manifesto. **Revolutions of 1848**. Harmondsworth: Penguin Books, 1973. Apud HALL, Stuart. Id. Ibid. p.14.

regular o plantio e outras atividades relacionadas à passagem do tempo”³. O tempo foi tema de estudo desde a Antigüidade: “...Platão, que concebe o tempo contínuo produzido pela rotação dos corpos celestes, e Aristóteles, que pensa o tempo como um coadjuvante no estudo do movimento”⁴. Só no século XIII, a marcação do tempo passa a ser mais exata, com a criação do relógio mecânico. “O tempo já não ‘fluiu’, como literalmente acontecia, em um relógio d’água” (ou um relógio de sol)⁵. Mas, ainda assim, dentro dos conceitos da mecânica clássica, “espaço e tempo têm existência independente dos objetos e dos fenômenos físicos”⁶. Só no século passado, em 1905, a Teoria da Relatividade Especial (TRE) criou uma nova entidade, o *espaço-tempo*, em que medidas de tempo ou de espaço não podiam mais ser consideradas independentemente, surgindo, então, o conceito de tempo relativo. “Dessa forma, a TRE problematizou nossa noção *sensu comum* de *presente*. O que é o *agora* se o tempo é relativo? O que é passado e futuro se eventos que já ocorreram num referencial ainda não foram detectados em outro?”⁷

O padrão de medida do tempo, que tinha como referência, desde a Antigüidade, o movimento de rotação da terra (1 segundo = 1/86.400 de um dia), passou, com o advento dos relógios atômicos, nos últimos 50 anos, a ganhar uma precisão inusitada.

“Em 1967 o segundo foi redefinido como sendo igual a 9.192.631.770 períodos da radiação emitida ou absorvida na transição entre dois níveis hiperfinos do átomo de Césio-133”⁸.

A necessidade de velocidade torna-se fundamental na era da informação. O refinamento tecnológico dá a dimensão que o tempo tem, hoje, em nossa sociedade:

Uma equipe da França e da Holanda conseguiu estabelecer um novo recorde de velocidade na subdivisão do segundo, ao anunciar, em 2001, que uma luz estroboscópica a laser emitira pulsos com duração de 250 attossegundos – o que significa 250 bilionésimos de um bilionésimo de um segundo. Esse

³ STIX, Gary. Tempo real. **Scientific american Brasil**. São Paulo: Duetto Editorial, ano 1, n.5, out. 2002. p. 52.

⁴ MARTINS, André Ferrer P., ZANETIC, João. Tempo: esse velho estranho conhecido. **Ciência e cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, ano 54, n. 2, out/nov/dez 2002. p. 41.

⁵ Id. Ibid. p. 52.

⁶ MARTINS, André Ferrer P., ZANETIC, João. Tempo: esse estranho velho conhecido. Op. cit. p. 41.

⁷ Id. Ibid. p. 42.

⁸ Id. Ibid. p. 43.



estroboscópio poderá, no futuro, ser a base para a construção de uma máquina capaz de fotografar os movimentos de elétrons individuais.⁹

Não existe uma única experiência de tempo. A experiência social ou cultural interfere na nossa apreensão do tempo, como também na nossa definição de mundo. Para Goldschmidt:

É, antes, que os mundos de povos diferentes têm formas diferentes. Os próprios pressupostos metafísicos variam: o espaço não se conforma à geometria euclidiana, o tempo não constitui um fluxo contínuo de sentido único, as causas não se conformam à lógica aristotélica...como no nosso mundo.¹⁰

As apreensões diferentes do tempo levam a diversas conceituações. Para a doutora em Psicologia e Antropologia, Ronilda Iyakemi Ribeiro, da Universidade de São Paulo, o tempo histórico pode ser concebido como um processo de ritmo variável e não uniforme:

As direções desse tempo variam segundo diferentes padrões culturais, que exprimem atitudes valorativas: o processo temporal representado como um percurso linear progressivo, característico da representação cristã do tempo, tem contraponto no percurso cíclico, que reúne fases ou períodos recorrentes, característico, por exemplo, das representações negro-africana e chinesa.¹¹

Ribeiro lembra ainda outros tempos: o tempo cronológico, que regula a nossa existência cotidiana, que é um tempo socializado ou público; o tempo físico, natural ou cósmico, que, segundo a autora, pode ser entendido como a medida do movimento, como a expressão da relação entre anterior e posterior, e que independe do sujeito; o tempo psicológico ou tempo vivido que, por sua vez, não coincide com as medidas temporais objetivas, variando de indivíduo para indivíduo, sendo subjetivo e qualitativo.¹²

O saudoso geógrafo Milton Santos, um estudioso apaixonado pelas cidades, bem observou a diferença dos tempos que regem os habitantes dos núcleos urbanos:

⁹ STIX, Gary. Tempo real. Op. cit. p. 53.

¹⁰ GOLDSCHMIDT, W. Prefácio. CASTAÑEDA, C. **A erva do diabo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1976. Apud. RIBEIRO, Ronilda Iyakemi. Finitude, mutações e gozo. **Ciência e Cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. Ano 54, n. 2, out/nov/dez. 2002. p. 24.

¹¹ RIBEIRO, Ronilda Iyakemi. Finitude, mutações e gozo. **Ciência e cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, ano 54, n. 2, out/nov/dez. 2002. p. 24.

¹² Id. *Ibid.*, p. 24.



Tempo rápido é o tempo das firmas, dos indivíduos e das instituições hegemônicas e tempo lento é o tempo das instituições, das firmas e dos homens hegemonzados. A economia pobre trabalha nas áreas onde as velocidades são lentas. Quem necessita de velocidades rápidas é a economia hegemônica, são as firmas hegemônicas.¹³

No mundo contemporâneo, a velocidade, qualidade inerente e indispensável aos sistemas de telecomunicações, funciona como um atributo mais do que necessário ao desenvolvimento da economia na fase do capitalismo pós-industrial, globalizado, virtual, em que o ritmo das bolsas de valores, as cotações de produtos e ações, transmitidos em tempo real pela internet, revolucionam toda e qualquer noção de tempo e espaço, celebrando um insistente aqui e agora. Segundo Muniz Sodré, a grande característica da Revolução da Informação é o fenômeno da estocagem e rápida transmissão de dados, que acelerou, em grau inédito, na história, uma das grandes características da modernidade, a mobilidade das coisas no mundo. “Se a Revolução Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a Revolução da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiqüidade humana”.¹⁴ Para Sodré, o que chama a atenção, hoje, não é a mera presença da técnica em todos os processos sociais, mas a “singular relação intensificadora das neotecnologias com o fluxo temporal”.¹⁵ De fato, está em jogo uma nova formalização da vida social, que implica uma outra dimensão da relação espaço-temporal clássica, operada através da noção de tempo real (comunicação instantânea, simultânea e global), e de espaço virtual (criação por computador de ambientes artificiais e interativos).

Jesús Martín-Barbero e German Rey definem as mudanças mais significativas que eles observam na nova relação espaço-temporal. Primeiramente, as transformações da percepção do espaço:

Do *espaço*, aprofundando o *desancoramento* que a modernidade produz em relação ao lugar, desterritorialização dos modos de presença e relação, das formas de perceber o próximo e o longínquo, que tornam mais perto o vivido “a distância” do que aquilo que cruza nosso espaço físico cotidianamente.¹⁶

¹³ SANTOS, Milton. O tempo nas cidades. **Ciência e cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, ano 54, n. 2, out/nov/dez. 2002. p. 21.

¹⁴ SODRÉ, Muniz. A distribuição comunicacional. VAZ, Paulo, PACHECO, Anelise (orgs.). **Vozes no milênio**: para pensar a globalização. Rio de Janeiro: Gryphus, Museu da República, 2002. p. 184.

¹⁵ Id. *Ibid.* p. 184.

¹⁶ MARTÍN-BARBERO, Jesús, REY, Germán. Trad. Jacob Gorender. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. p. 34.

Para os autores, a percepção do tempo está marcada pelas experiências da simultaneidade, do instantâneo e do fluxo:

A perturbação do sentimento histórico se faz ainda mais evidente numa contemporaneidade, que confunde os tempos e os achata na *simultaneidade* do atual, no “culto ao presente” alimentado pelos meios de comunicação em seu conjunto e, em especial, pela televisão. Porque uma tarefa-chave, hoje, da mídia é *fabricar presente*: um presente concebido sob a forma de “golpes” sucessivos sem relação entre si. Um presente autista que crê poder bastar-se a si mesmo.¹⁷

Durante o Simpósio *Caminhos do Pensamento: horizontes da memória*, promovido pela UNESCO, Colégio do Brasil e Fundação Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro, em 2002, o professor Márcio Tavares d’Amaral falou da hiper-aceleração tecnológica, que promove uma antecipação do futuro ao presente, um avassalador avanço do futuro imaginário sobre o presente real. Perguntando à platéia sobre o que seria um “ataque especulativo”, d’Amaral exemplificou a idéia de um futuro que determina o presente. Segundo o professor, não se pergunta por causas; para esta cultura, o que importa é a própria eficácia. “Não cabe mais a visão moderna de um futuro como projeto, o futuro, hoje, virtualmente, está sempre presente”.¹⁸

À cultura do saber, característica da Modernidade, sucede uma cultura da eficácia, característica da Pós-Modernidade. Se a primeira ganha consistência nos fundamentos, nas grandes narrativas da Tradição, a segunda tem como horizonte o mercado e todas as possibilidades com as quais a tecnologia nos acena. Para o professor Márcio Tavares d’Amaral, “se estávamos acostumados a pensar que o passado é que determinava o presente, agora, estamos diante de um futuro que ainda não é, virtualizado como presente, para que este futuro não venha a ser”.¹⁹ Ou, talvez, para que venha mesmo a ser, sabe-se lá. O que se observa é que o futuro, hoje, é que determina o presente. Trata-se, de certa forma, como

¹⁷ Id. Ibid. p. 35.

¹⁸ d’Amaral, Márcio Tavares. Anotações realizadas pela autora, durante a palestra de abertura da mesa, coordenada pelo professor Márcio Tavares d’Amaral, que discutiu o tema *Construção da memória social do futuro*, na programação do Simpósio Internacional *Caminhos do pensamento: horizontes da memória*. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2. sem. 2002.

¹⁹ d’Amaral, Márcio Tavares. Anotações realizadas pela autora, durante curso do professor Márcio Tavares d’Amaral, no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ. Rio de Janeiro: UFRJ, 2. sem. 2002.

explica Paulo Vaz, de pôr em questão a “esperança moderna”, a “utopia como forma do sujeito habitar o tempo”, “um desejo de controlar o acaso e o efêmero”.²⁰ É aquilo que a imagem de uma mamografia nos deixa, hoje, entrever. A possibilidade de um câncer que estancamos, antes mesmo que ele nos ameace de fato. A chance efetiva de driblar os efeitos nocivos de uma chuva de granizo, pelas informações fornecidas pela meteorologia, que nos fazem, antes, proteger a plantação. Radares, sonares, simuladores de vôo, satélites, todos sinalizam o futuro, mostram informações que vão redesenhar o presente, seja pela evacuação de uma cidade ameaçada por um tufão, seja pelo lançamento de um míssil de bateria anti-aérea.

A ciência e a tecnologia proliferam os possíveis, proliferam aquilo que podemos ser antes mesmo que tenhamos sentido a necessidade de mudar. Somos surpreendidos. Continuamos a dizer que nada será como antes amanhã; contudo, esse enunciado não manifesta mais um desejo, uma espera; manifesta, sim, a surpresa diante do quanto poderemos, quer queiramos ou não, tendo em vista a dinâmica do que estamos começando a poder. Pensemos nos animais transgênicos, nos clones, na velocidade da informação etc.²¹

A mídia e a antecipação do tempo

Neste artigo, interessa-nos principalmente detectar de que forma os meios de comunicação de massa têm trabalhado a questão do tempo, tornando o futuro cada vez mais presente. Na questão da comunicação, é evidente que o avanço tecnológico tem sido fundamental para concretizar esta ação do homem sobre o tempo. A máquina Polaroid nos libertou da necessidade da revelação do filme fotográfico, mesmo que a qualidade nem sempre seja a desejada. A veiculação radiofônica nos fez perceber o mundo de forma imediata, vibrar com a transmissão esportiva de um gol, mesmo estando a quilômetros do estádio. A televisão temperou tudo isso com a imagem. Através de satélites, a CNN transformou as guerras do Golfo e do Iraque num espetáculo audiovisual, para todo o globo, sem falar dos ataques ao World Trade Center.

A simultaneidade é um dos atrativos dos programas que exploram a intimidade alheia, seja nas telinhas do *Big Brother Brasil*, ou naquelas dos computadores pessoais, que

²⁰ VAZ, Paulo. Globalização e experiência de tempo. MENEZES, Philadelpho (org.). **Signos plurais**: mídia, arte, cotidiano na globalização. São Paulo: Experimento, 1997. p.100.



permitem o exercício do voyeurismo, na tranquilidade do escritório. Mas o que nos chama mais a atenção, atualmente, é a capacidade da mídia de ser um verdadeiro arauto ou prestidigitador do futuro. Não só nas previsões meteorológicas, mas na política, na economia, na moda. A mídia lança tendências, traça cenários, especula sobre cotações da bolsa, antecipa resultados. Nas campanhas eleitorais, por exemplo, todos os grandes veículos de comunicação mapeiam a evolução das candidaturas, fazem projeções dos resultados, utilizam recursos estatísticos, que, efetivamente, mexem com a cabeça do eleitor, possibilitando uma experiência semelhante a uma viagem no tempo, em que uma possibilidade não comprovada de futuro, um cenário traçado, acaba por atingir o momento presente.

Em livro recentemente lançado, o jornalista Ricardo Noblat recupera o que foi a reforma editorial por que passou o jornal *Correio Braziliense*, na década de 90. Ele explica, dentre outras, que uma das tendências que o jornal deve abraçar é a de “antecipar” fatos em gestação, ocupando-se cada vez menos das notícias de ontem e preocupando-se cada vez mais em antecipar os fatos. Para conquistar novos leitores e manter a fidelidade dos antigos, o jornal precisa de certa forma comprovar a sua utilidade, descortinando tendências e comportamentos. A informação pode derrubar bolsas, fazer gente perder ou ganhar muito dinheiro, daí a importância daquele que tem acesso às fontes certas e que pode lançar mão delas para veicular informação. O experiente Noblat não é um crítico do que ele chama de “jornalismo de antecipação”, mas reafirma que este tipo de trabalho exige uma grande dose de responsabilidade.

Jornalismo de antecipação não é um exercício de adivinhação. Nada tem a ver com uma aposta cega que se ganha ou se perde. Nem depende de sorte para dar certo. Ele exige uma equipe qualificada e experiente de jornalistas, boas fontes de informação, capacidade de análise e certa dose de ousadia.²²

A antecipação dos fatos não precisa necessariamente vir carregada de fatores negativos ou de manipulação pura e simples. Em determinados momentos, informações de fontes confiáveis, bom faro e coragem rendem belas matérias, que não têm nada a ver com uma inescrupulosa especulação. “ Alguns meses antes de os Estados Unidos invadirem o Iraque no início dos anos 90, a revista *Time* publicou extensa reportagem sobre o Oriente Médio. E previu que o Iraque poderia invadir o Kuwait. E que os Estados Unidos retaliariam

²¹ VAZ, Paulo. Globalização e experiência de tempo. Op.cit. p. 108.

invadindo o Iraque.”²³ A revista não fez um exercício de adivinhação, ao contrário, analisou de forma séria e isenta as informações que detinha e concluiu de forma correta. Mas a história poderia ter sido outra. E, de qualquer forma, a notícia de uma possibilidade futura deve certamente ter influenciado o comportamento do mercado e os preços finais da gasolina.

Na política, a antecipação dos fatos ou o jogo especulativo pode vir a clarear ou a ajudar a desmoronar um futuro político. No caso recente, por exemplo, da candidatura de Roseana Sarney à Presidência da República, a ascensão meteórica da candidata foi abortada, quando jornais e emissoras de televisão expuseram por vários dias as pilhas de dinheiro encontradas na sede da empresa Lunus, em São Luiz do Maranhão. A empresa pertencia a Roseana e ao seu marido. No processo da eleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a mídia iniciou seus trabalhos traçando cenários assustadores, para, depois da eleição, se tornar uma espécie de aliada à nova imagem de Lula. Um breve trabalho arqueológico revela curiosidades sobre a escalada da eleição presidencial, vista especialmente sob o ângulo das editoriais de economia. Podemos perceber, na cobertura da mídia em geral, embora vamos nos ater a alguns veículos em especial, três momentos distintos: 1) o medo; 2) a lua-de mel; 3) a cobrança, que tentaremos caracterizar em seguida.

A eleição de Lula em três momentos: medo, lua-de-mel, cobrança

O clima que dominou as manchetes e os conteúdos das reportagens veiculadas nas principais empresas de comunicação do país, durante o período pré-eleitoral foi de tensão e medo. Num levantamento *on line*, pesquisando mais de 200 matérias publicadas pelo jornal *O Globo*, no período de junho de 2002 a 1 de janeiro de 2003, identificadas pelo tema *eleições presidenciais*, verificamos o uso recorrente de palavras que denotam a tensão deste personagem entronizado pela mídia, o *mercado*, com relação à escolha do novo presidente. No período pré-eleitoral, e diante da tendência cada vez mais confirmada da vitória do PT na eleição presidencial, o mercado ficou *ansioso, preocupado, instável, inquieto, turbulento, pessimista, nervoso, estressado...* Para ilustrarmos melhor as reações do mercado a uma possível vitória de Luiz Inácio Lula da Silva, vamos extrair alguns trechos de matérias

²² NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 114.

²³ Id. *Ibid.* p. 114.



publicadas no período, várias tendo como fontes jornais e revistas estrangeiros (em especial norte-americanos), ou grandes empresas de consultoria (quase sempre americanas).

A influência dos grandes bancos norte-americanos no processo eleitoral, reproduzida todo o tempo pela imprensa, foi intensa. O JP Morgan, por exemplo, que é o banco com maior peso entre os detentores e negociadores de títulos da dívida externa de países emergentes, foi um dos que reduziu sua recomendação de investimentos no Brasil. Enquanto dava esse tipo de recomendação aos investidores, o banco era investigado, nos Estados Unidos, por suspeita de ter ajudado a Enron, uma das gigantes norte-americanas da energia, a camuflar suas dívidas:

O americano JP Morgan foi um dos cinco grandes bancos estrangeiros que, entre abril e junho deste ano [2002], reduziram sua recomendação de investimento no Brasil por causa da perspectiva de uma vitória de Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições presidenciais. Em 3 de junho, o JP Morgan divulgou um relatório em que afirmava que Lula tinha grandes chances de ganhar e mostrava “preocupação com o resultado eleitoral sobre o curso da política econômica”. Assim como ocorreu ontem, o impacto no mercado foi imediato: o dólar subiu 0,79% naquele dia.²⁴

Nada se comparou, no entanto, ao artifício idealizado pelo banco Goldman Sachs, que criou o *lulômetro*, para medir os efeitos que a eleição de Lula teria sobre o preço do dólar:

Em meio à tensão que voltou ao mercado financeiro ontem, um relatório do banco americano de investimentos Goldman Sachs referiu-se, mais uma vez, ao risco de alta do dólar devido a uma possível vitória de Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições presidenciais. No documento, o banco anuncia um modelo matemático criado para embutir no preço do dólar o resultado da corrida eleitoral. O cálculo, batizado de “lulômetro” (lulameter, em inglês) estima que a vitória do petista fará o câmbio alcançar o patamar inédito de R\$3,04 no fim de outubro, após o segundo turno das eleições.²⁵

²⁴ RODRIGUES, Luciana. Em junho, preocupação era com vitória de Lula. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 12 abr. 02. p. 26.

²⁵ RODRIGUES, Luciana, OLIVEIRA, Flávia. Crise da dívida: no caso de uma vitória do candidato do Governo, José Serra, moeda se estabilizaria em R\$2,52. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 12 jun. 02. p. 27.

Apesar da reportagem ter apresentado, na época, várias críticas de economistas brasileiros ao *lulômetro*, só a chancela do Goldman Sachs, um dos maiores bancos de investimentos do mundo e cliente ou parceiro de várias instituições nacionais, já serviria para sinalizar um determinado tipo de comportamento para o mercado investidor. Quando a mídia transcreve essa informação nas suas páginas, a repercussão parece-nos muito maior, já que, para o leitor de classe média, normalmente pouco afeito ao *economês*, a reportagem pode criar pânico diante das conseqüências do aumento do dólar:

O banco traçou dois cenários. No primeiro, considera que, se Serra ganhar, o câmbio ficará em R\$2,52 no fim do ano. É a taxa prevista pelo Banco Central, que não leva em conta, porém, os resultados das eleições. No outro cenário, o banco estima que o dólar será de R\$2,35 no fim do ano, um desvio de 50% da projeção do BC, caso Serra ganhe. O banco compara essas duas taxas de câmbio com as cotações futuras do real nos EUA.²⁶

Mais próximo às eleições, em setembro, matérias críticas denunciam a manipulação do setor bancário internacional em relação à candidatura Lula:

Diretor para o programa da América Latina do Conselho de Relações Externas dos Estados Unidos, Kenneth Maxwell criticou o Fundo Monetário Internacional (FMI) e investidores de Wall Street pelo que chama de “demonização de Lula”. Em artigo publicado ontem no “Financial Times”, Maxwell diz que o “realismo mágico” vem desaparecendo na América Latina como estilo literário. “Mas quando o tema é Brasil, a fantasia reina suprema dentro do FMI e em Wall Street”, diz.²⁷

Às vésperas das eleições presidenciais, na “crise” anunciada pela mídia, o comportamento do mercado foi de reserva, crescendo a procura por imóveis, poupança e fundos corrigidos pela inflação:

Às vésperas das eleições presidenciais e em meio à forte turbulência do mercado financeiro, a maioria dos investidores brasileiros optou pelo conservadorismo, depositando suas economias na poupança e até mesmo deixando o dinheiro parado na conta corrente. Como sempre ocorre em

²⁶ Id. *Ibid.* p. 27.

²⁷ ARTIGO do “Financial” diz que fantasia reina no FMI quando o tema é Brasil. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, O País, 28 set. 02. p. 4.

momentos de instabilidade, cresceu a procura por investimentos mais tradicionais, como fundos de renda fixa de curtíssimo prazo e imóveis. Dessa vez, porém, a busca por segurança trouxe de volta um tipo de aplicação que, desde o começo dos anos 90, tinha sumido de cena: a aposta na alta da inflação.²⁸

No sábado, dia 26 de outubro de 2002, dia anterior ao segundo turno das eleições, a recomendação do Banco Central americano era de que os investidores tivessem *paciência*. Na verdade, parece-nos, pelo teor da matéria, que, diante da praticamente irreversível vitória de Lula, o mercado resolvera se acomodar à realidade e evitar algo pior como a possibilidade de uma verdadeira corrida bancária, de fuga de capitais, que poderia contaminar toda a América Latina. Começa a mudar o discurso. O presidente do Federal Reserve - FED - o Banco Central americano, dá a seguinte declaração: “Há muito choro, ranger de dentes e sobressaltos. E muita besteira de gente no país e em outras nações desenvolvidas diante do que poderia acontecer se os brasileiros decidirem, democraticamente, ter um presidente que acredita um pouco mais na justiça social.”²⁹ Definida a vitória, o clima mudou e passou a ser de otimismo:

Depois de meses de turbulência antes das eleições presidenciais, os mercados financeiros brasileiro e internacional mostraram ontem tranquilidade em relação ao futuro governo do país. A forte recuperação dos títulos da dívida brasileira no mercado mundial, logo pela manhã, e a rolagem de 100% da dívida cambial de US\$1,96 bilhão que venceria amanhã foram determinantes para dar início à onda de otimismo.³⁰

Na linha do “ver para crer”, o mercado teve que esperar o encontro amigável entre Luiz Inácio Lula da Silva e Fernando Henrique Cardoso para se certificar que não haveria ruptura. A certeza de que o presidente eleito faria uma transição sem sobressaltos e cumpriria os compromissos assumidos por FHC deu um novo alento aos investidores. Imediatamente, o risco-Brasil, termômetro que mede o grau de confiança dos investidores externos do país, “despencou 5,78%, para 1.808 pontos centesimais”³¹

²⁸ RODRIGUES, Luciana, SCOFIELD Jr. Gilberto, ELOY, Patrícia. Atirando para todos os lados. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 23 out.02. p. 23.

²⁹ “DÊEM uma chance ao Brasil”. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 26 out. 02. p. 27.

³⁰ LUANE, Kátia. Onda de otimismo faz dólar cair 2,61%, para 3,72. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 31 out. 02. p. 29.

³¹ LUANE, Kátia. Onda de otimismo faz dólar cair 2,61%, para 3,72. Op.cit. p. 29.

Passadas as eleições, o comportamento da mídia realmente muda para um tom bastante amigável. Depois de meses de especulação, o grande capital poderia dormir tranqüilo. Nas capas das principais revistas semanais do país, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva aparece saudado por uma multidão de admiradores: *O povo no poder* foi a chamada de capa da revista *Isto É, Lula-de-Mel*, a da revista *Veja*, que anexava o sub-título: *A partir de agora, começa a cobrança*. A cobertura apoteótica da posse foi uma trégua que a grande imprensa deu ao líder popular. Ele passou a encarnar o papel de bom moço para as elites (e até chegou a ser apelidado de *Daddy Lula*, numa edição do jornal *O Globo*, de janeiro de 2003). Se a revista *Veja*, na edição de 8 de janeiro de 2003, destacava no discurso de Lula o fato do presidente falar em mudança 14 vezes, a legenda, ao lado de uma das fotos, anunciava: *mudança com cuidado*. Em outra matéria da mesma edição, a manchete perguntava: *E se ele ainda fosse assim?*, acompanhada de uma foto preto e branco do ex-líder sindical, com a seguinte legenda: *Lula, nos tempos da barba e do verbo agressivo: ele próprio, hoje, agradece não ter sido vitorioso na disputa de 1989*. A reportagem, que destacava a mudança de comportamento do líder petista, de um certo radicalismo de esquerda para uma postura mais conciliadora de centro, terminava assim: “Naturalmente, o presidente Lula tem uma biografia pessoal raríssima, seja no Brasil, no Chile ou em qualquer lugar do mundo, mas sua ascensão ao poder apenas confirma o amadurecimento político de ambos – do Brasil e do próprio PT.”³² A revista *Isto É* lançou mão de manchetes mais objetivas para desenhar o cenário dos primeiros dias de presidente Lula no poder: Uma outra história (sub-título: Lula assume a Presidência em cerimônia inédita, cai nos braços do povo e dá início a uma nova ordem no Brasil); As primeiras medidas (sub-título: Combate à fome, ao analfabetismo e às doenças abre a guerra contra a exclusão); A hora da ação (sub-título: Time de Lula é heterogêneo e tem imagem de competência, mas terá de fazer milagres com recursos escassos); Woodstock da democracia (sub-título: Multidão de todo o País transforma a posse de Lula numa celebração em clima de paz e amor que lembrou os festivais de música dos anos 60). O tom alarmista que tomou conta da mídia durante a campanha eleitoral cedeu lugar ao tom “sem pressa e com paciência”, que marcou as declarações do ministro da

³² LIMA, Maurício. *E se ele ainda fosse assim?*. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, ed. 1784, ano 36, n. 1, 8 jan. 2003. p. 39.



Fazenda, Antônio Palocci, no dia da posse. Numa das matérias publicadas pela *Isto É*, podia-se ler o seguinte:

Mesmo vazia de novidades, a fala de Palocci pegou bem. O mercado financeiro, no primeiro dia útil da era Lula, outrora tão temida, fechou com os indicadores no positivo. O dólar caiu um pouquinho, 0,28%, fechando o dia a R\$ 3,535. A Bolsa de Valores de São Paulo operou bem-humorada durante todo o dia, encerrando o pregão com alta superior a 2%.³³

Mas a mídia não mostra mesmo muita calma para lidar com os recém-eleitos. A lua-de-mel é relativamente rápida. No dia 15 de janeiro, a chamada de capa da revista *Veja* já anunciava: *Trapalhadas na decolagem: o show de factóides do governo Lula*, fazendo troça de alguns desencontros iniciais das declarações dos ministros e principais assessores:

A semana de estréia de Luiz Inácio Lula da Silva na Presidência da República foi um sucesso no atacado. O dólar teve uma queda forte, a inflação deu sinais claros de desaceleração, as bolsas de valores mostraram-se confiantes no discurso austero do novo governo. No varejo, porém, a estréia foi calamitosa, produzindo um espetáculo em que se misturaram um toque de comédia, altas doses de amadorismo, muita afoiteza dos ministros novatos e vários factóides – essa palavra que se popularizou para designar aquelas ações pirológicas que fazem muito barulho, rendem a manchete do dia, mas não passam de vento.³⁴

As intrigas palacianas e parlamentares, fomentadas pelos veículos de imprensa, deram espaço na mídia para políticos, antes quase desconhecidos do “grande público”, como a senadora Heloísa Helena e o deputado Babá. Novos interlocutores que, novamente, vão gerar polêmica e vender jornais. Mas o que nos importa, neste trabalho, é perceber como o nosso personagem central, o *mercado*, se comportou depois da posse de Lula. As previsões pessimistas não se concretizaram, apesar do dólar ter atingido cotações inimagináveis antes das eleições e, depois, terminada a onda especulativa, ter começado a cair. Na matéria, *A agenda encontrada*, o jornalista Felipe Patury mostra o “efeito Lula” que, quinze dias depois da posse, já provocava a queda da cotação do dólar comercial e também do risco Brasil:

³³ ROCHA, Leonel, FILGUEIRAS, Sônia. As primeiras medidas. *Isto É*. São Paulo: Editora Três, n. 1736, 8 jan. 2003. p. 38.

³⁴ LIMA, Maurício. O que é isso, companheiros? *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, ed. 1785, ano 36, n. 2, 15 jan. 2003, p. 28.

A transição civilizada para um governo de esquerda comprometido com a estabilidade é um passo gigantesco para o Brasil. Se o rumo dos primeiros for mantido, os benefícios dessa transição se farão sentir por muitos anos. A perspectiva de que o governo do PT sofra uma oposição mais lúcida do que a que ele próprio impôs a FHC também é um fator que aplaca os ânimos especuladores do mercado. Ela é uma garantia de estabilidade. Por muito tempo, a curva do risco Brasil subiu junto com a curva de popularidade do perigo Lula. Com os novos donos do governo dispostos a cortar gastos, fazer as reformas que eles próprios inviabilizaram no passado e manter as contas públicas em ordem, o risco Brasil pode não ter outro rumo a não ser o rumo sul – ou seja, para baixo.³⁵

Acreditamos que o episódio da cobertura da campanha eleitoral, da eleição e dos primeiros dias do governo Lula, por alguns veículos da mídia, evidenciam o novo papel da comunicação, no cenário da globalização. A aceleração do processo de apuração, redação e veiculação de informações não revolucionou, como esperado, as relações sociais, ao contrário, tem intensificado as velhas estruturas de poder. Até o momento, o desenvolvimento das novas tecnologias não parece ter levado à democratização da informação, no sentido de uma pluralidade de fontes e uma multiplicidade de acessos. Para Muniz Sodré, “ uma fórmula já antiga, como o noticiário jornalístico, quando transmitida em tempo real, torna-se estratégica nos termos globalistas de mercado financeiro: um pequeno boato pode repercutir como terremoto em regiões do planeta fisicamente distantes.”³⁶ Acreditamos que a cobertura jornalística do episódio Lula é exemplar neste sentido. Durante toda a campanha, a grande mídia manteve-se em estado de alerta, servindo como mediadora dos interesses do grande capital, desenhando um cenário extremamente negativo, até mesmo trágico, para o país, caso o candidato do PT ganhasse as eleições e mantivesse um discurso de mudança que fugisse do padrão neo-liberal vigente. Não conseguindo reverter os tendências de votação, a mídia se aliou ao vencedor, colocando-se como parceira, desde que o discurso político-partidário não abrigasse radicalismos. As vozes dissonantes, como a da senadora Heloísa Helena, é que são agora alvo da ironia jornalística. A alcunha de radical cabe a ela, que é sempre apresentada pela mídia como um ser estranho, não absorvível pelo grande conjunto da sociedade, vista mais como um objeto de galhofa do que alguém a ser levado a sério. De certa forma, a mídia,

³⁵ PATURY, Felipe. A agenda encontrada. **Veja**. São Paulo: Ed. Abril, ed. 1785, ano 36, n. 2, 15 jan. 2003. p. 77.

³⁶ SODRÉ, Muniz. A distribuição comunicacional. Op. cit. p. 189.



novamente servindo aos interesses do grande capital, desempenha uma tarefa de praticamente expurgar os “radicais”, em nome da estabilidade necessária à expansão capitalista.

Conclusão

No cenário da quantidade, da rapidez e da urgência, o urbanista francês Paul Virilio chama a atenção para a necessidade de se instituir, hoje, uma inteligência política do tempo. “Se continuarmos assim, o mundo se tornará um mundo de emergência, um mundo desqualificado em prol de domínios virtuais, domínios de alta velocidade. Teremos perdido o mundo, teremos perdidos a nós mesmos. Precisamos do trajeto, do percurso”.³⁷ Para Virilio, não vivemos mais o tempo local, que é o tempo da história, mas o tempo global. “A partir do momento em que atingimos a velocidade da luz, o *live* (ao vivo) se torna o tempo de referência da história, o tempo real. O *live*, a instantaneidade, o imediatismo, a ubiqüidade se tornam o espaço-tempo da história”.³⁸ Para Virilio, isto significa não o fim da história, mas do tempo histórico, já que só se pode entender a globalização, o mercado único, na perspectiva de um tempo único. Os veículos de comunicação, nesta perspectiva, trabalhariam em prol do desenraizamento, da diminuição das distâncias, do excesso de informação, da aceleração do tempo. Parecem-nos claros os riscos que a mídia articulada ao grande capital nos impõem: através de cenários imaginados, de possibilidades de um futuro projetado, manipular o presente e, com isso, determinar o futuro, o que, de certa forma, atuaria não no velho sentido moderno da libertação e da construção de uma utopia, mas, ao contrário, na direção de um novo modelo de aprisionamento ou até mesmo claustrofobia.

³⁷ EICHENBERG, Fernando. “Sejamos resistentes!”. **República**. São Paulo: D’Avila Comunicações, ano 4, n. 44, jun. 2002. p. 101.

³⁸ Id.Ibd. p. 97.



Bibliografia

- ARTIGO do “Financial” diz que fantasia reina no FMI quando o tema é Brasil. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, O País, 28 set. 02. P. 4.
- “DÊEM uma chance ao Brasil”. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 26 out. 02. p. 27.
- EICHENBERG, Fernando. “Sejamos resistentes!”. **República**. São Paulo: D’Ávila Comunicações, ano 4, n.44, jun. 2002. p. 94-101.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Louro. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. 102p.
- LIMA, Maurício. E se ele ainda fosse assim? **Veja**. São Paulo: Ed. Abril, ed. 1784, ano 36, n.1, 8 jan. 2003. p.36-39.
- _____. O que é isso, companheiros? **Veja**. São Paulo: Ed. Abril, ed. 1785, ano 36, n.2, 15 jan. 2003, p. 28-35.
- LUANE, Kátia. Onda de otimismo faz dólar cair 2,61%, para 3,72. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 31 out. 02. p. 29.
- MARTIN-BARBERO, Jesús, REY, Germán. Trad. Jacob Gorender. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.182p.
- MARTINS, André Ferrer P., ZANETIC, João. Tempo: esse velho estranho conhecido. **Ciência e Cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, ano 54, n.2, out/nov/dez. 2002. p. 41-44.
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002. 174p.
- PATURY, Felipe. A agenda encontrada. **Veja**. São Paulo: Ed. Abril, ed. 1785, ano 36, n.2, 15 jan. 2003. p.74-77.
- RIBEIRO, Ronilda Iyakemi. Finitude, mutações e gozo. **Ciência e cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, ano 54, n.2, out/nov/dez. 2002. p. 24-25.
- ROCHA, Leonel, FILGUEIRAS, Sônia. As primeiras medidas. **Isto É**. São Paulo: Editora Três. n. 1736, 8 jan. 2003. p. 36-40.



- RODRIGUES, Luciana. Em junho, preocupação era com a vitória de Lula. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 4. dez. 02. p.26.
- _____, OLIVEIRA, Flávia. No caso de uma vitória do candidato do governo, José Serra, moeda se estabilizaria em R\$2,52. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 12 jun.02. p. 27.
- _____, SCOFIELD JR, Gilberto, ELOY, Patrícia. Atirando para todos os lados. **O Globo**. Rio de Janeiro: O Globo, Primeiro Caderno, Editoria de Economia, 23 out.02. p. 23.
- SANTOS, Milton. O tempo nas cidades. **Ciência e cultura**. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, ano 54, n.2, out/nov/dez. 2002. p. 21-22.
- STIX, Gary. Tempo real. **Scientific american Brasil**. São Paulo: Duetto Editorial, ano 1, n.5, out. 2002. p. 50-53.
- SODRÉ, Muniz. A distribuição comunicacional. VAZ, Paulo, PACHECO, Anelise (orgs.). **Vozes no milênio: para pensar a globalização**. Rio de Janeiro: Gryphus, Museu da República, 2002. p.183-190.
- VAZ, Paulo. Globalização e experiência de tempo. MENEZES, Philadelpho (org.). **Signos plurais: mídia, arte, cotidiano na globalização**. São Paulo: Experimento, 1997. p. 99-115.