



Caso Larry Rohter e pleito paulistano: uma leitura semiótica da revista *Veja* no avant-campanha de 2004¹

Bruno Augusto Amador Barreto²

UNIGRAN- Centro Universitário da Grande Dourados

Resumo

O artigo procura mostrar como a revista *Veja* utilizou o caso Larry Rohter para construir um retrato pejorativo e de instabilidade do governo Lula, afetando a imagem do Partido dos Trabalhadores nas eleições municipais de 2004. O fato ocorreu no período do avant-campanha, onde os jogos políticos começam a ocorrer, tendo como principal foco a eleição da capital paulista, São Paulo, e como alvo a candidata Marta Suplicy. Procura-se mediante uma análise semiótica, interrogar através da significação como a revista interfere na produção/construção do sentido pelo receptor e como os fatos foram sendo representados.

Palavras-chave

Propaganda Política; *Avant-campanha*; Revista *Veja*; caso Larry Rohter; Construção de sentido.

“... cualquier tipo de mensaje es susceptible de una lectura ideológica...”

(MARTÍN-BARBERO, 1987: 28)

“... es imposible seguir estudiando el lenguaje como puro medio de comunicación y es necesario investigarlo como trabajo clave de la producción significativa.” (*ibid.*: 37).

O trabalho tem como tema uma leitura semiótica da campanha eleitoral midiática, onde através de uma análise sincrônica iremos estudar a produção de sentido da revista *Veja*. É um estudo comunicacional focado na produção significativa, cujo recorte concentra-se na *avant-campanha*, período que antecede a pré-campanha, onde o jogo eleitoral começa a estabelecer-se. Para mostrar como as peças do jogo político são movimentadas na mídia, tomamos como exemplo o caso Larry Rohter. Para tal, temos como objeto o exemplar da *Veja* de 19 de maio de 2004 (edição: 1854).

Não vemos o caso Larry Rohter como um fato esporádico, atemporal, algo que para o intérprete – leitor comum – soa como um acontecimento eventual e o

¹ Exemplo: Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Publicidade e Propaganda.

² Graduado, mestre e doutorando em Comunicação Social. No Doutorado, realizado na Universidade Metodista de São Paulo, é orientando do Prof. Dr. José Marques de Melo com tese sobre a INTERCOM. Durante o Mestrado foi pesquisador/bolsista CAPES. Atualmente é coordenador e professor dos cursos de Comunicação Social: Jornalismo, Publicidade & Marketing e Produção Publicitária, do Centro Universitário da Grande Dourados – UNIGRAN, Dourados/MS. Possui artigos publicados em congressos nacionais e internacionais. Contato: bruno@unigran.br

considera verdadeiro. Percebemos que a campanha eleitoral midiática busca canalizar o olhar do público para rumores, crises e escândalos relacionados aos atores sociais: governantes e pré-candidatos; construindo a realidade desejada do jogo, apoiando determinados atores e dificultando o caminho de outros. É a utilização da linguagem midiática para a promoção de interesses particulares. E é nesse paradigma que o ato comunicacional se apoiou no referido episódio para começar a preparar ainda na *avant-campanha* o palco para as eleições municipais de 3 de outubro de 2004.

1. Os signos são naturais ou arbitrários?

Natural ou convencional? Esta é discussão conduzida por Sócrates em *Crátilo*³ – sobre a *justeza dos nomes*, de Platão; onde investiga-se a relação entre os nomes, as idéias e as coisas. A questão chave deste “diálogo de três” – Crátilo, Hemórgenes e Sócrates – é se a relação entre nome, idéia e coisa é natural ou depende de convenções sociais. Hemórgenes sustenta a tese de que os nomes são oriundos de uma convenção/acordo: “(...) não existe nome dado à coisa alguma por sua natureza, tudo é convenção e hábitos dos usuários; essa é minha visão.” (PLATÃO, 1999: 4). Já Crátilo, defende que os nomes possuem relação natural com as coisas que denotam: “Representação por semelhança, Sócrates, é infinitamente melhor que representação por qualquer outro meio.” (*ibid.*: 54). Mais adiante acrescenta: “Eu acredito, Sócrates, que a explicação mais verossímil é que um poder superior ao homem deu às coisas seus nomes primitivos, de modo que estes são necessariamente justos.” (*ibid.*: 58).

No comando do diálogo Sócrates utiliza-se da aporia, finge que não sabe do assunto e conduz primeiro Hemórgenes e depois Crátilo; e ainda divide a tarefa do descobrimento com eles, os fazem acreditar que definiram as coisas juntos. Logo no início do diálogo diz que não tem capacidade para participar de tal discussão sobre a *justeza dos nomes*: “Se eu não fosse pobre, provavelmente teria feito o curso de cinquenta dracmas do grande Pródicus (...) e então eu seria capaz de responder sua questão sobre a precisão das palavras.” (*ibid.*: 3).

Sócrates parece ser contraditório, ora dando ganho de causa a tese de Crátilo ora a de Hemórgenes, mas sempre esteve coerente tendo sua posição própria, mesmo que implícita no texto. Sócrates quer mostrar que a teoria de ambos estão corretas em certos

³ PLATÃO. *Crátilo*. Versão traduzida por L. BULIK (em disquete). Londrina, UEL, 1999.



aspectos, mas quer que descubram isso sozinhos, não entregando a chave da discussão de imediato.

Fazendo a exegese, utilizando os conceitos de SAUSSURE (1969: 87), podemos dizer que os signos não são naturais, como pregava Crátilo, mas podendo ser motivado. Todavia, mesmo sendo motivado ou imotivado são frutos de um acordo/convenção entre os homens: “Justamente porque o signo é arbitrário, não conhece outra lei senão a da tradição, e é por basear-se na tradição que pode ser arbitrário.” (SAUSSURE, 1969: 88).

1. 1. E as notícias são naturais ou convencionais?

A questão natural/arbitrária do signo foi suficientemente analisado em *Crátilo* e nos teóricos que o sucedem. Trazendo a contenda aos nossos dias, em uma analogia a *Crátilo*, podemos perguntar: as notícias são naturais ou arbitrárias? (ou seja, possuem semelhanças ao objeto que denotam ou são fruto de convenções?). E aí veremos que a discussão, iniciada por Platão, nunca esteve tão atual. A cada dia mais valores, interesses e ideologias são agregados a informação, cada vez mais a convenção/acordo de grandes grupos de mídia pautam nosso noticiário - predominam sobre os fatos reais.

A realidade faz a notícia ou a notícia faz a realidade? No caso do jornalista Larry Rohter, é inequívoco que a notícia tentou fabricar uma realidade. Com o título: *Brazilian Leader's Tippling Becomes National Concern* (Bebedeira de líder brasileiro torna-se preocupação nacional), o correspondente estadunidense constrói uma matéria leviana, cujo objetivo era a construção da imagem de um presidente alcoólatra e trapalhão. A mídia utiliza os signos para a construção da significação desejada. Sabido que não há mensagem sem uma intenção, assim como não existe notícia que não construa uma significação.

Para o restante do mundo a intenção da notícia pode ter sido alcançada, dificilmente um leitor comum questionaria o teor e as fontes da matéria impressa, as tomariam como verdadeiras; já no Brasil, no mínimo, causou estranheza. Se o presidente Luiz Inácio Lula da Silva bebe muito ou pouco nunca foi uma preocupação nacional, pelo contrário a questão só foi levantada após a publicação da reportagem, sem lastros, em *New York Times* (NYT) com grande destaque no seu primeiro caderno de Domingo - 9 de Maio de 2004.



A reportagem inicia dizendo que os hábitos etílicos do presidente afeta seus atos como governante: “... their president’s predilection for strong drink is affecting his performance in office.” Diz que o Lula não toma as principais decisões do governo, deixa para seus assessores o trabalho pesado e que a culpa seria o apreço ao álcool. O jornalista quase não utiliza fontes para comprovar e dar credibilidade ao que diz, sua principal fonte é o inimigo presidencial Leonel Brizola, o mesmo diz que já aconselhou o presidente a parar de beber e que isso está “destroying the neurons in his brain” (destruindo os neurônios do seu cérebro).

Larry Rohter chega a alertar que o último Chefe de Estado brasileiro alcoólatra, Jânio Quadros, renunciou o governo e com isso iniciou um período de instabilidade política que levou a um golpe e 20 anos de ditadura militar. A matéria diz que a imprensa brasileira frequentemente publica fotos do presidente com olhos turvos e rosto corado, afirma que nas festas da residência presidencial “a bebida corre solta” e que em eventos de Estado Lula nunca é visto sem uma bebida na mão. Para dar garantias ao que diz o periódico publica uma foto do governante alegre e com um copo de cerveja na mão, tirada no ano passado em um evento da bebida em Blumenau- SC.

Ridicularizando o presidente o correspondente declara que ao usar bebidas alcóolicas Lula tem cometido cada vez mais gafes em público e que a questão entrou na consciência popular e se tornou motivo de piada, chega a sugerir que o avião presidencial chame-se “Pirassununga 51”. Já no final mostra os motivos do envolvimento de Lula com o álcool, diz que ele é de família pobre e sindicalista, “um ambiente famoso por alto consumo de bebidas”, completa; e que o pai do presidente era um alcoólatra que abusava dos filhos. Encerra dizendo que o presidente, em um de seus “porres”, já chegou a descer do elevador no andar errado e tentou arrombar a porta do vizinho achando ser o seu apartamento.

Não há grandes problemas em uma palavra (signo) ser motivada ou imotivada, no entanto, quando essas estão juntas em um conjunto harmônico, um texto, a tese de Crátilo é a mais apropriada; o jornalismo deve possuir semelhanças com o fato (objeto) e não ser simplesmente oriundo de uma convenção, sem a preocupação com o real, por parte do jornalista e/ou do seu veículo, como no caso Larry Rohter. Sendo o texto jornalístico um ambiente multi-signico, e sabido do caráter arbitrário do signo lingüístico (SAUSSURE, 1969: 87), entendemos que no jornalismo a arbitrariedade relativa - ou o índice, usando PEIRCE - é o meio mais correto na construção da notícia,

o contexto (interpretante dinâmico) deve ser motivado por elementos do fato (referente). Visto que a preocupação do jornalismo é com a realidade e não com a ficção. E esta premissa não é o que estamos percebendo na análise feita tanto no Brasil (em *Veja*) como no Exterior (reportagem do NYT).

2. Construindo sentidos

2.1. “Esquizofrenia do governo é preocupação nacional”

Se *The New York Times* atribuiu como título à sua matéria: *Brazilian Leader’s Tippling Becomes National Concern*, *Veja*, em sua edição 1854, em vez de *Afasta de mim esse cálice*, deveria ter escolhido: **Esquizofrenia do governo é preocupação nacional**, já que além de confirmar e acrescentar dados da notícia de NYT ainda dá, arbitrariamente, um novo dado, onde entende-se que o Governo Federal é um sanatório.

Acreditamos que o título sugerido é mais apropriado porque o representamen da reportagem constrói uma significação de que o governo está repleto de loucos. Através de rótulos, adjetivos que antecedem ou sucedem nomes próprios, a revista cria o meio conformador para a criação do sentido desejado, veja os signos usados para esta fabricação: já no subtítulo traz: *Impulsividade de Lula e assessores tresloucados...*; no texto encontramos: *...o partido esquizofrênico...*; *...o ministro Luiz Gushiken lisérgico⁴...*; ao falar do porta-voz presidencial diz que ele *...teceu uma antologia de disparates, como quem acredita em miragens...*; adiante encontramos: *...os mecanismos de decisão do governo Lula tem vários parafusos soltos*; e: *... permanece a impressão de que faltam parafusos nos processos decisórios do governo Lula*.

Veja utiliza constantemente signos capazes de auxiliá-la no seu processo de criação do significado: tresloucados, esquizofrênico, lisérgico, disparate, miragens e parafusos soltos; estes não parecem ser os signos ideais para se utilizar em uma matéria de política, na psicologia poderiam ser até compreendidas, mas no contexto em que foram utilizadas não possuem outro sentido senão criar a significação de que o governo não sabe o que faz e que está acometido da loucura. A revista utilizou de vários signos dispensáveis; dificilmente poderá ter outra explicação a tais adjetivos, senão o da construção de um sentido particular.

⁴ Dic.: Adj. Diz-se de um ácido alucinógeno.



2.2. Herança de Sócrates: a aporia

A aporia é a figura de linguagem mais sutil para construir sentidos e ao mesmo tempo parecer estar distante do fato ou apenas estar sendo objetivo. *Veja* assim como Sócrates em *Crátilo*, utiliza-se da aporia, ela parece hesitar acerca do que vai noticiar, finge que não vai dizer e sutilmente faz declarações ainda mais polêmicas que NYT. Também como Sócrates, em alguns momentos *Veja* (ed. 1854) parece ser contraditória. Ao mesmo tempo que defende o presidente faz mais acusações. Defesa:

Que não é preocupação nacional é fato. Os brasileiros davam a esse tema o mesmo grau de preocupação que destinam à diminuição do tamanho dos biquínis nas praias. (41)

Quando pensamos que vai continuar em defesa do Planalto complementa dizendo que o assunto não é tão novo assim, e novamente conclui defendendo:

Na elite, entre políticos e empresários, o assunto sempre foi comentado em tom de mexerico, sem que aparecessem histórias factuais que sustentem essa versão... (41)

Mesmo dizendo que o tema não é factual no parágrafo e na página seguinte ele o parece ser; embora em meados do texto o salvasse para depois afirmar a “bebedeira” novamente:

Lula chegou ao topo da carreira política sendo em todas as fases o que os brasileiros definem como ‘bom de copo’. (...) Como presidente, Lula tem bebido menos do que sua média histórica, que, como todos os seus companheiros e amigos sabem, ultrapassa sensivelmente o que se convencionou chamar de ‘beber socialmente’. (...).

Há três meses durante um jantar na casa do presidente da Câmara, o deputado João Paulo, onde foram comemorados o 24º aniversário do PT e a posse da nova liderança do partido, Lula bebeu com gosto diversas doses de uísque com gelo. (...) Na saída da festa, Lula foi fotografado dentro do Omega presidencial, já entregue ao sono...

Um dos sintomas que Lula ‘está dando um tempo’ na bebida, como ele próprio diz, é seu apego aos exercícios físicos, especialmente à esteira. (...) Na longa viagem que fez a diversos países da Europa no ano passado, Lula passou quase todo tempo sem beber. Nem vinho ele aceitava nas recepções oficiais (...) A dois dias do término da viagem, na última escala, na Espanha, o presidente abandonou a esteira. Bebeu vinho e uísque e chegou a reclamar de ressaca. (41-42)

Nos trechos acima, após ler a reportagem de NYT, notamos que *Veja* sutilmente está sempre retomando a fatos denunciados pelo jornal nova-iorquino, dando lastros a Larry Rohter. Em seu texto o correspondente diz que nas festas onde o presidente vai “a bebida corre solta” e que sempre o imprensa nacional fotografa o presidente “com olhos turvos e rosto corado”, estes dois temas são retomados acima pela revista semanal brasileira. Qual a importância de se noticiar que Lula no fim da viagem largou os exercícios e ficou de ressaca, senão confirmar a declaração de NYT? Mais a frente *Veja* faz mais revelações: “Diversas vezes, na campanha de 2002, depois de recepções noturnas na casa de correligionários, Lula voltava ao hotel alterado pela bebida. Em uma dessas ocasiões, ele tirou os sapatos e se deitou no hall do hotel” (42).

Veja chega a escancarar sua devesa ao jornal NYT, quando o ministro Luiz Gushikel acusa Rohter de fazer parte de uma conspiração da Casa Blanca contra o Brasil e Lula, a revista é categórica: “O *New York Times* seria o último jornal americano a fazer algum tipo de dobradinha com o governo George Bush.” (38).

Mais uma vez nossa hipótese da defesa que as forças internas fazem às externas é comprovada. Vemos em *Veja* o complemento dos dados de NYT, embora alguns sem bases; assim como ocorre no jornal a maioria das fontes da revista estão ausentes: “... um senador do Nordeste conta que...”, a frente: “...garante um dos mais antigos auxiliares do presidente”. Quem são essas fontes, que credibilidade possuem? A revista além de confirmar os fatos cai nos mesmos erros de NYT.

Outro caso que *Veja* retoma é a explicação dada pelo jornal, onde um dos motivos do envolvimento de Lula com o álcool é porque seu pai era alcoólatra; a revista mais uma vez além de confirmar NYT complementa adicionando novos subsídios:

A bebida nunca foi estranha à vida de Lula. Sua avó materna, dona Otília, tomava porres homéricos. Ficava quatro ou cinco meses sem colocar uma gota de álcool na boca, mas, de repente, punha-se a beber até cair. (...) O pai de Lula, Aristides, era abstêmio enquanto vivia no sertão nordestino, mas depois que migrou para São Paulo passou a beber de forma descontrolada. Batia nos filhos quando estava alcoolizado. (...) Jaime, outro irmão de Lula, também teve problemas com alcoolismo. (42-43).

Esses dados não estão sem propósitos na reportagem de *Veja*, eles servem para criar a significação de que Lula, assim como os familiares, pode de uma hora para outra passar a beber de forma descontrolada. Os fatos sempre são apresentados como aporia,

nesse caso, delata sem se comprometer, coloca as acusações na boca do próprio Lula e de sua família citando como fonte o livro *Lula – O Filho do Brasil*, da jornalista Denise Paraná. Da mesma forma Sócrates dividiu sua tarefa atribuindo a Hemógenes e a Crátilo os pensamentos que na verdade eram seus.

A revista também utiliza outros recursos lingüísticos na construção do texto de acordo com a adequação desejada, dois em particular são os mais usados: eufemismo (quando atenua um fato importante, mas que para o veículo no dado momento não é) e hipérbole (quando intensifica algo de menor grandeza, de acordo com sua conveniência); ambos ideais para a fabricação de significações.

A capa, excepcionalmente, não possuía outras chamadas apenas: *Tempestade no Copo*, e o subtítulo: *Como o governo transformou uma questão trivial criada por uma reportagem do New York Times em uma crise de grandes proporções*. A reportagem da edição 1854 de *Veja* teve todas as atenções voltadas a ela, não dividia espaço com nenhuma outra chamada.

Quando lemos em letras garrafais: *Tempestade no copo*, sabido o dito popular subentendemos: “tempestade no copo d’água”, mas o signo “d’água” está ausente e ele pode ser perfeitamente trocado pelo signo “cachaça”. Presumidamente, a intenção de tal título foi a fabricação na mente do interpretante de: “Tempestade no copo de cachaça”. Visto a ausência do signo e dada as circunstâncias da construção da capa. A “tempestade” que a chamada se refere é a reação do presidente em suspender o visto do jornalista do NYT, Larry Rohter, após publicar que o “alcoolismo” de Lula era uma preocupação nacional. Se o tema é álcool, dificilmente a menção de *Veja* seria à água.

3. Ao fim do túnel: as eleições municipais de 2004

A campanha eleitoral midiática no *avant-campanha* é marcada por um jogo de duas frentes determinadas: o PT, mostrando suas conquistas no Governo Federal e a oposição, criticando desenfreadamente o governo. A narração do jogo eleitoral está tão centrada na esfera do Planalto que nem parece estarmos lidando com uma eleição municipal e sim presidencial; realmente, assim como diz *Veja*, estamos vivendo uma espécie de terceiro turno.

O palco da eleição municipal da cidade de São Paulo é a mais importante para ambos os lados, a oposição quer mostrar que sua eventual vitória seria a representação

do fracasso do governo Lula, e o PT quer mostrar o inverso, consolidar o poder. Definitivamente o pleito paulistano está intrínseco ao Governo Federal. E isso é refletido e representado pela mídia.

Após as duas reportagens relacionadas à capa de *Veja*, ainda na *editoria Brasil*, temos estrategicamente posicionada a matéria: *Ameaça Casuística – A idéia da reeleição para as presidências do Congresso não é absurda. Contanto que não beneficie os atuais ocupantes dos cargos* (48), nela o assunto reeleição é o foco central. Já pelo título notamos a mensagem subliminar que a mesma apresenta, criando no leitor os seguintes questionamentos: Será a prefeita da maior cidade da América Latina, São Paulo, também uma ameaça casuística? Sua reeleição é absurda? Beneficia os atuais ocupantes dos cargos?

Na edição analisada (1854) constantemente, embora de forma muito sutil e as vezes subliminar, a revista vincula o Governo Federal ao governo da capital paulista, confirmando nossa hipótese que o caso Larry Rohter não foi atemporal, e mesmo que no *avant-campanha* serviu e foi usado para jogar poeira nas eleições municipais, principalmente em São Paulo. Notamos que tanto a diagramação de suas páginas (sua ordem) como o tema de suas notícias não são desarticulados, pelo contrário estão interligados – são construídos para tal fim pelo veículo, um assunto antecipando o outro.

Passada a página da reportagem sobre o Congresso, *Veja* entrega o jogo e confirma o ápice da construção de sentidos por suas reportagens de até então, traz a notícia: *Serra diz sim – E a sua entrada na disputa pela prefeitura de São Paulo cria o cenário que o PT mais temia* (50); onde de fato o tema eleições 2004 é tratado, em cheque: Marta Suplicy X José Serra.

A notícia diagramada em uma única página, traz a foto no centro da página da prefeita de São Paulo pensativa, com o fundo preto e a legenda: *Marta Suplicy: alvo de ataque no programa do PSDB* - criando o sentido que Marta está tenebrosa e apreensiva com o PSDB, o preto simboliza o vazio como se estivesse ameaçada. Logo abaixo, no canto inferior esquerdo, temos uma foto de Serra olhando para cima, como se enxergasse Marta na outra foto (uma metalinguagem, onde duas fotos se comunicam), e a legenda: *José Serra: terceiro turno contra o PT depois de seis meses de indecisão*. Confirmando a ligação dita anteriormente entre as eleições municipais de São Paulo e o presidente Lula.



Veja almeja um objetivo em particular: além de sujar a imagem do presidente quer atacar o Partido dos Trabalhadores - mostrando-o frágil e incompetente, um partido que sabe tumultuar na oposição mas não sabe ser governo. O Planalto é refletido na eleição de São Paulo, seja positivamente ou negativamente.

4. Conclusão: os bastidores da “algazarra de imprensa”

“(…) Los Medios iban a posibilitar nuevas y sofisticadas, más penetrantes formas de coloniaje a través de las cuales la dominación dejaría de ser sufrida como opresión para ser recibida como una alianza que convierte al dominador en libertador. Ahora todo será en la libertad: de la palabra, de empresa, de comercio.” (MARTÍN-BARBERO, 1987.: 26).

Quando um médico comete um erro grave no exercício de sua profissão o conselho retira seu registro e ele não pode mais atuar; se um engenheiro constrói um prédio e esse desaba por erros de cálculo esse profissional não poderá fazer novas construções; já quando um jornalista comete uma falha, mesmo que extrema – como no caso Larry Rohter, nada é feito, no máximo é processado por calúnia e difamação e continua atuando livremente, tudo em nome da “liberdade de imprensa”.

Para propagar e perpetuar a suas ideologias a máquina imperialista utiliza-se de múltiplas facetas, a mais usada e eficaz é a comunicação. Hoje a dominação não é mais escancarada, ela é maquiada e propagada em forma de informação o que, como diz MARTÍN-BARBERO, converte o dominador em libertador.

É impossível separar a ideologia da linguagem, mesmo que de forma inconsciente a construção da mensagem embute o pensamento de quem a escreve e a do veículo que a publica. Não é tarefa simples para os comunicólogos localizar e desvendar as entrelinhas do texto, o como a construção de sentidos e a distorção da realidade é arquitetada, é neste ponto que está a dificuldade do estudo: falar da linguagem utilizando outra linguagem, também passíveis ao erro.

Vivemos uma algazarra de imprensa, uma carnavalização de imprensa, qualquer coisa menos liberdade de imprensa. Na América Latina, liberdade é uma utopia, todos os dias somos marginalizados e excluídos em nossos próprios jornais vítimas de dominadoras Agências Internacionais de Notícias e de veículos com interesses comprometidos.



A pretexto de salvaguardar a liberdade de imprensa muitos erros são cometidos, vale lembrar o ano de 1984 quando os EUA tiram sua ajuda à UNESCO, justo no momento em que se discutia a Nova Ordem da Informação e da Comunicação Mundial (NOMIC) em prol de um sistema mais justo, e logicamente, uma liberdade de imprensa mais expressiva a todos. Mas essa não era a “liberdade” que os EUA queriam.

É neste cenário de impunidade, ou de “liberdade” se preferir, que veículos como *New York Times* publica matérias de teor duvidoso, como a reportagem de Larry Rohter e as de seu ex-amigo de trabalho, Jayson Blair, que entre 1999 e 2003 publicou dezenas de matérias inventadas – algumas até de primeira página – “eu menti, menti e menti mais um pouco. Eu menti onde estive, eu menti sobre onde obtive informações, eu menti como escrevi as reportagens. Eu menti sobre um vôo que jamais paguei, sobre dormir em um carro que jamais aluguei”, confessa Blair. Sua punição: demitido do veículo; foi quando teve a brilhante idéia de editar um livro com suas miraculosas façanhas no NYT, o livro, *Burning Down Masters House: My Life at The New York Times*, ainda não lançado no Brasil, está tendo uma grande repercussão na imprensa mundial, e está muito bem de vendas.

Já a edição de *Veja*, analisada aqui, não chega a inventar fatos – embora Rohter, sua principal fonte, o tenha – mas maquia os acontecimentos e tende para um dos lados, o que defende a suposta “liberdade de imprensa”, construindo uma significação divergente ao real, privilegiando fatos e ocultando outros aspectos. Todavia, nem sempre a intenção é alcançada, *Veja* parece ter sido autista, falando para si mesmo.

Enquanto a pretexto da liberdade de imprensa for praticado uma algazarra pelas mídias, onde os seus interesses sobressaem ao coletivo e aos próprios fatos, não teremos um sistema de comunicação justo e equilibrado, genuinamente livre. Mesmo com todo o poder desfrutado pela mídia, o jornalismo não conseguiu criar regras eficazes – que não seja confundida como censura – para pautá-lo. Vemos no campo jornalístico uma das áreas mais impunes e livres de regras da sociedade, onde até o diploma para exercer a profissão é cassado sem maiores transtornos.

A boa informação é o melhor meio de estabelecer o poder (...). Mas, por outro lado, o direito à informação é inalienável, e não há legitimidade do poder se este direito não for respeitado. Aqueles que não se preocupam em saber, assim como os que se abstêm de informar, são culpados diante de sua sociedade; ou para dizê-lo em termos positivos, a função da informação é uma função social essencial. Ora, se a informação for



eficaz, a distinção entre ‘impor’ e ‘propor’ continuará a ser pertinente. (TODOROV, 1999: 219).

Referências bibliográficas:

CALLEGARI, Bruna. *Joyson Blair, o justiceiro do New York Times*. Disponível em: <http://www.ilhabrasil.net>, acessado em 22/05/2004.

ISTOÉ ONLINE. Disponível em <http://istoe.terra.com.br>, acessado em 21/05/2004

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Procesos de comunicacion y matrices de cultura: itinerario para salir de la razon dualista*. (FELAFACS) México: Ediciones G. Gili, 1987.

NÖTH, Winfried. *Panorama da Semiótica: de Platão a Peirce*. 3ª edição. São Paulo: Annablume, 2003.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica e Filosofia. Textos escolhidos de Charles Sanders Peirce*. São Paulo, Cultrix, 1972.

PLATÃO. *Crátilo*. Versão traduzida por L. BULIK (em disquete). Londrina, UEL, 1999.

REVISTA ISTOÉ edição 1806 de 19 de maio de 2004

REVISTA VEJA edição 1854 de 19 de maio de 2004

ROHTER, Larry. *Brazilian Leader's Tippling becomes national concern*. The New York Times, Section 1 page 6 column 1. Nova Iorque, 9 de maio de 2004

SANTAELLA, Lúcia. *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 2003

_____. *Semiótica no século XX*. São Paulo: Annablume, 1996.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Lingüística Geral*. 19ª edição. São Paulo: Cultrix, 1969.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2003.

THE NEW YORK TIMES. Disponível em: <http://www.nytimes.com>, acessado em 12/06/2004.

TODOROV, Tzvetan. *A Conquista da América: a Questão do Outro*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.