O Discurso Contra-Hegemônico no Espaço Público: O Caso da CPMF[1]

Tatiana Carolina LAZZAROTTO[2]

Diangela MENEGAZZI[3]

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO

O espaço público é o local de disputa de poder, no qual diversos instrumentos tensionam as relações existentes nesse meio. Para verificar de que forma esses instrumentos são operados, e como são realizadas as trocas de poder entre os campos político, social e midiático, analisar-se-á, a partir de um fato específico - a discussão da prorrogação da CPMF - de que forma os assuntos são tratados no discurso hegemônico e como surgem discursos contra-hegemônicos no processo, a exemplo do movimentos e outras frentes de manifestação contrárias à contribuição. Será examinada ainda como se dá a mobilização dos agentes sociais, movidos por interesses que podem não transparecer no produto final dessa articulação. Identificar-se-á como o debate da opinião pública e de um certo agir comunicacional destoam da concepção de uma sociedade passiva, valorizando-a como agente no processo comunicativo.

PALAVRAS-CHAVE: opinião pública; espaço público; discurso contra-hegemônico, agir comunicacional, CPMF.

TEXTO DO TRABALHO

O discurso hegemônico da mídia normalmente é voltado a uma massa homogênea, aparentemente inerte, comumente tratada como tal. Por isso, as notícias costumam ser abordadas com pouco aprofundamento ou mesmo rasa contextualização dos fatos, resultando em mera transposição de falas e reafirmação de certas figuras no imaginário social. Por mais que o conteúdo noticiado possa alterar significativamente a vida das pessoas, por sua esfera econômica, política e/ou social, é recorrente a mídia apresentar-se de tal forma a anular o esclarecimento em seu discurso.

[1] Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

[2] Pós-Graduanda do Curso de Especialização em Mídia, Política e Atores Sociais, da UEPG, email: tatilazz@yahoo.com.br

[3] Pós-Graduanda do Curso de Especialização em Mídia, Política e Atores Sociais, da UEPG, email: diangelam@gmail.com

Inerente a essas formas de dominação e alienação do público, existem formas de discursos contra-hegemônicos, capazes de transpor a condição de uma massa que é tratada como passiva, elevando-a à condição de sujeito de um agir comunicativo, para usar a expressão cunhada por Habermas, e que se expressa pela opinião pública. Para entender esta concepção, além da entendida para especificar a massa, é interessante retomar o percurso histórico dos termos.

A Opinião Pública e a Sociedade de Massa

O início do que se pode chamar de concepção das massas data do início do século XIX. A definição para 'massa' ratificava a idéia de uma turba revoltada e inconsciente. Essa nova forma de se visualizar as multidões resulta das mudanças ocorridas com a Revolução Industrial, pois "à medida que as técnicas eram mais racionais e as riquezas materiais mais abundantes, as relações sociais eram mais irracionais e a cultura do povo, mais pobre" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 44). As tensões promovidas pelas reconfigurações das relações sociais passam a exigir formas de controle dessa massa.

A Opinião Pública (O.P.) é a opinião resultado de um debate das informações transmitidas. Como ator político, a O.P. possui a capacidade de intervir na vida política, através do debate de idéias, a partir de leis morais e particulares, em espaços públicos. E é a partir do Renascimento que o caráter racional da O.P. é reconhecido, e esta ganha status de agente político. A constituição da O.P, assim, torna-se fundamental para os debates sobre a importância e a interferência da massa.

A sociedade de massa traz a extinção das classes estratificadas, as 'castas', e promove uma certa igualdade social, possibilitando, inclusive, a ascensão de uma pessoa de uma classe para outra. Assim, a massa bárbara, que estava excluída, naturalmente, da "sociedade", passa a configurar uma massa que é integrante efetiva do tecido social, capaz de intervir nas relações de poder. Porém, sua intervenção ocorre mais pela imposição da maioria – ou seja, o que pensa o maior número de pessoas é o que vai acarretar na opinião de todos – do que pela razão. Dessa maneira, a O.P. como forma generalizada de expressão, pode ser opressora e tirana, contraditoriamente à democracia que deveria representar.

Assim sendo, a igualdade política e social advinda com a sociedade de massa pode implicar a homogeneização e unificação da sociedade. Porém, essa visão unilateral

tende a ser revista, aceitando a idéia de que a massa pode sim gerar mudanças na sociedade que faz parte. Mas os conceitos de massa ora passiva ora capaz de se articular frente à hegemonia irão se alternar na História.

Em 1895, Gustave Le Bon irá corroborar a irracionalidade das massas, que, através de uma alma coletiva e inconsciente, age de modo primitivo, em nome de um bem comum. Ao pensar na caracterização de Le Bon para os movimentos populares, ainda hoje se pode ver como essa concepção ainda está arraigada no imaginário social, como quando se classificam e julgam-se como irracionais e rebeldes manifestações de classes populares contra o poder dominante – a exemplo de greves, passeatas, ou até mesmo abaixo-assinados – e de agitadores e inconseqüentes os sujeitos dessas ações.

Para Gabriel Tarde, outro teórico que se apresenta pessimista diante do conceito, em uma sociedade de massa, cujos indivíduos são isolados e dispersos, a única influência possível para adesão seria a sugestão à distância. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 51). Ou seja, a imposição do discurso hegemônica para essa massa passiva se daria de forma silenciosa e mascarada.

Conforme já foi apontado, a história da O.P. se reconfigurou diversas vezes durante a História, de forma que é possível, diante das concepções apresentadas por Le Bon e Tarde, estabelecer formas em que a massa é capaz de produzir um discurso racional, como nas formas de manifestações populares, mediadas pela cultura, por exemplo.

Para Rodrigues (1985, p. 46), a O.P. é uma forma discursiva, que circula nos meios de comunicação e que resulta de posições sociais e históricas e também efeitos de linguagem. De acordo com o autor,

> Só podemos compreender a natureza discursiva da opinião pública enquanto forma do discurso da comunicação social se tivermos em conta o modelo de uma sociedade plural, dividida em campos divergentes, cada um com modalidades autônomas de organização, formas simbólicas próprias de expressão e de mobilização (...) adequados à prossecução dos seus interesses específicos. (RODRIGUES, 1985, p. 47).

Assim, sendo, a O.P. tem a possibilidade de se articular e de ser agente ativo no processo da comunicação e das formas de relação social, frente à legitimação de certos campos de poder e dos discursos hegemônicos. Pode-se caracterizar como um exemplo recente da articulação da O.P, inúmeros movimentos criados em manifestação pelo fim

da CPMF (Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira) – que veio a ser extinta após janeiro de 2008. Entre algumas dessas manifestações, articuladas em 2007 – ano em que ocorreu a discussão mais enérgica sobre o assunto – encontra-se a "Frente Nacional em Defesa da Constituição e pelo fim da CPMF", "Contra CPMF" e o Movimento "Xô CPMF", para citar alguns exemplos. Uma das grandes questões apresentadas por esses grupos era que a contribuição era para ser provisória tendia a se tornar permanente, visto sua constante prorrogação, que já completava dez anos. Além disso, a cobrança caracterizava-se como uma medida emergencial para resolver gastos com a saúde, problemas hoje que devem ser sanados sem a sua arrecadação. Os movimentos visam à tomada de posição frente a uma questão que estava até então restrita ao campo político e que, em menor grau, eram tratadas pelo campo midiático. Para entender todos os fatores que motivam esses movimentos, torna-se necessário contextualizar alguns pontos sobre a questão.

Breve histórico sobre a CPMF

A CPMF é a sigla para Contribuição Provisória sobre a Movimentação Financeira, um tributo cobrado nacionalmente sobre qualquer movimentação bancária, exceto negociação de ações na Bolsa, saques de aposentadorias, seguro-desemprego e salários. A CPMF, conhecida popularmente como "imposto do cheque", foi criada pela edição da Lei nº 9.311, de 24 de outubro de 1996 e resulta do Imposto Provisório sobre Movimentação Financeira (IPMF), criado em 1993 e que persistiu até 1994.

O Imposto era cobrado sobre contas mantidas sobre instituições financeiras e possuía alíquota de 0,25%. Dois anos após sua extinção, discutiu-se sua retomada, mas aí como contribuição social, a CPMF, cuja arrecadação seria revertida para o Sistema Único de Saúde, para cobrir gastos da Previdência Social e, atualmente, também para o Fundo de Combate e Erradicação da Pobreza.

Após a prorrogação sistemática de seu prazo de existência e aumento sobre a taxa cobrada, a CPMF completou mais de 10 anos com uma alíquota, ao final, de 0,38%. De acordo com o *site* da Receita Federal[4], o aumento da alíquota de 0,20% a 0,38%, entre 1997 e 2001, implicou um significativo salto na arrecadação, calculado em cerca de 7 milhões de reais. A previsão da arrecadação total da CPMF para 2007 foi de R$ 36 bilhões.

[4] Disponível em: http://www.receita.fazenda.gov.br/historico/arrecadacao/tributos/recadmsrf94a2001/Graficos/grafV.htm - Acesso em 29 ago. 2007.

A existência da contribuição durou até 31 de dezembro de 2007. Por isso, a CPMF voltou a ser pautada pela mídia, em 2007, porque nesse ano mais uma prorrogação deveria ser votada na Câmara dos Deputados. A votação, realizada através da PEC (Proposta de Emenda à Constituição), decidiria pela prorrogação da contribuição, dessa vez para até 2011.

No discurso do Governo, a arrecadação era caracterizada como fundamental para o equilíbrio das contas nacionais, pois os valores arrecadados pela CPMF garantiam o superávit primário, essencial para a economia de pagamento de juros. Outra vantagem exaltada da CPMF seria a fiscalização, pois permitia acompanhar a movimentação financeira dos contribuintes e, assim, recolher a contribuição de pessoas que se declaram isentas, mas que movimentam grandes quantias em suas contas, ou mesmo de empresas ditas inativas.

O discurso hegemônico da mídia frente ao caso

Desde o anúncio da votação da proposta, a questão da prorrogação da CPMF teve grande destaque na mídia. Decidiu-se analisar as matérias divulgadas no período de agosto e setembro de 2007, período anterior à votação na Câmara dos Deputados. Segundo grande parte das matérias publicadas pelo *site* Folha de São Paulo, entre 20 de agosto e 6 de setembro, a maioria dos políticos aprovavam a prorrogação da Contribuição para até 2011. Uma análise mais aprofundada sobre as matérias publicadas no veículo supra-citado permite detectar uma certa reafirmação do discurso dos políticos da situação.

Diversas matérias, a exemplo da veiculada no dia 6 de setembro de 2007, que apresenta na chamada uma fala do presidente Lula, classificando o imposto como "justo e fiscalizador"[5] corroboram a visão de que a contribuição era imprescindível para manter programas sociais, priorizados pelo atual governo. Outra matéria publicada no dia 5 de setembro de 2007, na *Folha* O*nline,* tinha como título "CPMF é necessária para equilíbrio fiscal e crescimento, diz ministro"[6], retomando a fala do Ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, de que a CPMF era essencial e insubstituível para a receita do país. A posição em relação à contribuição pode ser analisada a partir da fala transcrita de Guido Mantega, Ministro da Fazenda: "Seria trágico para o país o fim da

[5] Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u326200.shtml - Acesso em 06 set. 2007.
[6] Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u325887.shtml - Acesso em 06 set. 2007.

CPMF. (...) Seria uma sinalização que o desequilíbrio fiscal poderia ser cometido. A confiança no país seria reduzida. Significaria taxa de juros mais altas"[7]

A presença de um grande número de matérias que expressam essa visão unilateral na noticiabilidade dos fatos, acarreta em formas de legitimação do poder. De acordo com Correia (2004, p. 42), "os *media* reguladores que insistem nos valores instrumentais exercem um papel hegemônico, disseminando-se de forma capilar por todos os espaços de sociabilidade, os quais são assim identificados como puros espaços de dominação".

Para Alberto Dines, em artigo no *site* Observatório da Imprensa[8], a mídia em geral, ao tratar da prorrogação da CPMF pratica o "noticiarismo", ou seja, não aprofunda o debate nem esclarece a questão para o público. Corroborando com a visão de Dines, o jornalista Luciano Martins, no programa televisivo Observatório da Imprensa, diz que "os jornais têm trazido, além dos debates entre governo e oposição, pouco mais do que a opinião de especialistas em tributação. É pouco para o tamanho do problema"[9].

A partir do discurso que emana de matérias como as citadas acima, pode-se supor que a prorrogação da CPMF parecia ser algo tratado como inevitável pelos jornais, como se a medida não fosse passar por votação, ou seja, havendo possibilidade de ser contrariada. As manchetes apresentadas pelo *site* da Folha de São Paulo demonstram bem a tomada de posição do veículo, apresentando apenas falas de representantes do governo que analisam como "temerária" para o país o fim da contribuição, como as exemplificadas a seguir:

> Para Tarso, prorrogar CPMF é uma "questão de responsabilidade fiscal" – 16 de agosto
> Mantega diz que perda da CPMF pode desequilibrar contas públicas – 24 de agosto
> Mantega diz que é 'temerário' discutir fim da CPMF – 04 de setembro

Em todas as matérias, nota-se o "noticiarismo", ou seja, a simples reprodução dos fatos, sem discussão sobre as implicações ou vantagens na redução da CPMF. Cabe acrescentar que o *site* do Jornal Folha de São Paulo foi apenas um exemplo para ilustrar

[7] Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u325796.shtml - Acesso em: 8 set. 2007.
[8] Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=449IMQ009 - Acesso em: 7 set. 2007.
[9] Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=8&id=E883C679-CC21-4A10-B45C-A723892F19AC - Aceso em 7 set. 2007.

como grande parte dos veículos de comunicação no paíse não trouxeram o tema para o debate, contribuindo para uma efetiva formação de uma opinião publicada (e não pública). O que a mídia fez foi reproduzir a prorrogação da CPMF como apenas uma conseqüência inevitável para "salvar" os programas sociais e a saúde pública nacional.

Além de veicular as notícias sobre CPMF, o jornal apresenta inúmeras matérias retratando o "caos" na saúde, o que, se tomarmos uma posição contextual, podemos analisar como uma forma de reafirmar o discurso dos políticos, que ditavam que a arrecadação pela CPMF é essencial para resolver o caos da saúde pública. Esqueceu-se de que a CPMF, até aquele momento, existia justamente para resolver esse problema, e, se não o fez, era conseqüência da má aplicabilidade do tributo no investimento da saúde. Embora especialistas em política tributária expliquem que o investimento em saúde poderia ser retirado de outros fundos, sem contar a redução nos gastos do Governo, o que contribuiria para reverter esse montante em investimento em saúde, o discurso hegemônico apregoava que a solução para o problema da saúde pública está na continuação da arrecadação da CPMF.

Formação de um discurso contra-hegemônico

Para a oposição, a cobrança da CPMF era resultado de gastos excessivos do Governo, que apelava para a cobrança de mais uma taxa para a população. Os contrários à prorrogação da taxa ainda afirmavam ainda que se a CPMF fosse extinta, os recursos para a Saúde não sofreriam grande redução, pois eram calculados pelo PIB e determinados pela Constituição. A extinção da CPMF também não implicava na impossibilidade de fiscalização dos contribuintes, pois a receita Federal possui instrumentos legais para realizar o acompanhamento das movimentações, até mesmo para a quebra de sigilo bancário.

Partindo do discurso contrário ao apregoado pelo governo e conseqüentemente à mídia hegemônica, surgem movimentos que se apresentam contrários à prorrogação da CPMF, com argumentos plausíveis para defender tal posição, além de articular ações que visam reunir o maior número de pessoas como integrantes do grupo, para evocar uma forma de consenso. Segundo afirma Rodrigues (1985, p. 49), o discurso da opinião pública não se dá apenas para legitimar o discurso dominante, mas também de conceder autonomia a grupos de pressão contrários àquele, para certos fins específicos. Nesse caso, a o discurso da O.P se dá por invocação, que "equivale a uma estratégia

racionalizante contra o anacronismo irracional da dominação do poder em relação ao qual o novo campo social entende autonomizar-se" (RODRIGUES, 1985, p. 50).

Interesses políticos na Contra-Hegemonia

O Movimento "Xô CPMF" foi uma das formas de mobilização em favor da extinção da CPMF. Em seu site oficial (www.xocpmf.com.br), na tarja superior – espaço dedicado normalmente à construção da marca do órgão – o movimento se declara: Ministério dos Cidadãos, ou seja, nota-se, nessas palavras, o caráter de representatividade social que o movimento pretendia agregar. Seu símbolo trazia a combinação das cores azul e amarelo, em clara alusão ao partido Democratas, que liderava a organização. O político que mais se engajou na constituição do movimento foi o deputado federal Paulo Bornhausen, sobre o qual o site trazia várias notícias, em que denotavam a "luta" do deputado em favor da causa.

No site, muitas mensagens de apelo popular, a fim de a população se mobilizar pedindo o fim da CPMF. O próprio nome: Xô CPMF, traz marcas de uma expressão não de elite, mas recorrente na linguagem do povo. "Xô" é uma interjeição, que por seu caráter exprime estados de espírito e que denotam um certo denotamento do falante. Nesse caso, trata-se de uma interjeição de afastamento, utilizada para enxotar algo que é ruim, perigoso. Nos links localizados à direita da página, à população são apresentados meios de se fazer alguma coisa, como: "Fale com seu deputado e o seu senador", "Abaixo-assinado Xô CPMF – Essa é sua chance de dizer chega", "Entidades e colaboradores, juntem-se a nós". Além disso, no mesmo local, o site traz informações que pretendem comprovar que o Brasil não precisa do poder fiscalizador do imposto, através da substituição da Contribuição pela Lei do Sigilo Bancário.

A população também poderia visualizar e uma carta aberta assinada pelo deputado Bornhausen e dirigida a prefeitos e governadores. O site também contava com explicações sobre a votação no Congresso, a lista dos parlamentares que, em 1996, participaram da votação pela criação da Contribuição (como forma de instrumentalizar a população a fiscalizar o governante que elegeu e se ele está "cumprindo sua parte", ou seja se ele está representando o povo e não seus interesses). No local, também poderia ser visto o valor do CPMF arrecadado até o momento pelo Estado. (O valor total também estava visível em um mostruário digital que a cada segundo calculava quanto do imposto já tinha sido pago pela população brasileira).

Apesar de ter um caráter visivelmente político, seja por se tratar de uma organização de um partido de oposição que vai contra o interesse do Governo manter a taxa, o movimento é caracterizado como contra-hegemônico e também possui participação popular (o abaixo-assinado presente no site, por exemplo, foi enviado, em diversos pontos do país para governantes, além de ter circulado via e-mail).

Outras formas de mobilização social em diversos segmentos da sociedade também puderam ser observadas como formas de ação social resultantes de um discurso contra-hegemônico. Segundo noticiado pelo portal Bem Paraná, em 5 de setembro de 2007[10], a Associação Comercial do Paraná também foi sujeito atuante de um movimento, que já havia reunido mais de 35 mil assinaturas de paranaenses exigindo o fim da CPMF. Em Piracicaba (SP), o presidente das Federações das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Paulo Skaf, propôs um boicote nas próximas eleições aos deputados e senadores que votassem a favor da prorrogação da CPMF

Assim, as formas de manifestação em favor da extinção da CPMF, embora não tenham sido retratadas em maior grau pela mídia, configuraram-se como uma forma de ação social. Considerando, conforme aponta Rodrigues (1985, p. 46), que a O.P. é resultado de posições sociais e históricas e também efeitos de linguagem, torna-se necessário também levar em conta que as manifestações contra a prorrogação da contribuição não apenas emergiam da sociedade civil isenta de interesses políticos. Cabe lembrar que os partidos de oposição ao Governo se mantiveram efetivamente contra a prorrogação da CPMF e que políticos como o deputado federal Paulo Bornahusen (DEM) claramente operavam movimentos reacionários, nesse caso, o denominado“Xô CPMF”. A Federação das Indústrias de São Paulo e Associação Comercial do Paraná também são formas de representação carregada de interesses, pois a Contribuição também oneravam o 2º setor. Como os políticos de oposição e os representantes do comércio não eram os únicos a proferir o discurso e engrossar as manifestações contra a prorrogação - visto a mobilização da sociedade em realizar abaixo-assinados por conta própria, enviar e-mails ou mesmo telefonar para os gabinetes de seus representantes no Congresso - pode-se classificar esses movimentos como formas de pressão, em uma tentativa de legitimação da democracia.

[10] Disponível em:
http://www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VtUXlWa1pqU0ZKUFVrZDRVRlZyVmxabGJGSldWV3hhYVZadVFsWlVWVkpEVkd4R1ZVMUVhejA9 - Acesso em: 8 set. 2007.

Essa forma de legitimação, a partir da discussão da O.P., se dá pelo "agir comunicativo" proposto por Habermas. Na teoria crítica da sociedade proposta pelo autor, são analisadas as relações sociais nas quais se apresentam o agir comunicacional dos indivíduos. Para Habermas (1989, p. 39), o conceito "agir comunicativo" são as "ações orientadas para o entendimento mútuo". Os atores sociais, nesse sentido, iniciam o processo circular da comunicação e acabam por ser o produto das relações de socialização que os formam, em vista de um consenso. Já o "agir estratégico" seria o correspondente às práticas individuais, formadas em certas condições sociais, ou a utilização política de uma força, ou as "ações orientadas pelo interesse para o sucesso".

A ação social, nesse caso, caracteriza pelo fato de existir interação, troca, no processo comunicativo, para resultar na ação comunicativa. O sujeito conhece e estrutura as lógicas das operações e de operar signos. Assim, a linguagem é um instrumento fundamental de garantia da democracia, por se caracterizar como uma forma política, derivada de um processo comunicativo livre, com a função de criar um consenso em favor de em decisões coletivas.

Ainda que seja entendida como utópica, a formulação do conceito proposto por Habermas é interessante para analisar-se a racionalização e a consciência moral que estão presentes no agir comunicativo e na discussão pública da sociedade. Ao discutir esse conceito, Correia afirma que

> A discussão pública, sem restrições e sem coações, sobre princípios e normas orientadoras da ação, levada a efeito em todos os níveis dos processos políticos e de formação da vontade, é o único meio no qual é possível tal "racionalização". O processo comunicativo no qual a reflexividade se exerce em relação às próprias normas parece ser a possibilidade que, de forma acentuada, autoriza um pensamento emancipatório. (CORREIA, 2004, p. 58)

De acordo com as manifestações presentes no cenário social que defendiam a extinção da CPMF, o cidadão comum continuava pagando a contribuição em qualquer movimentação financeira, mesmo com a receita tendo aumento relativamente nos últimos anos. A contribuição era para ser provisória, mas acabava por se tornar permanente, haja vista os mais de dez anos de vigência. O problema da saúde pública não é, segundo os movimentos, a falta de dinheiro, mas sim, problemas de gestão para administrar a qualidade desses gastos. Uma das soluções apontadas pelas frentes de extinção da CPMF seria a convocação de um referendo nacional que possibilitaria a

discussão pública e avaliaria a opinião do contribuinte, o que não foi preciso, já que a mesma foi extinta.

Considerações Finais

Ao analisar formas de resistência ao discurso hegemônico, as manifestações contra o fim da CPMF acabaram por discutir normas e discursos vigentes. Isso porque convocaram a participação popular, a partir da articulação de atores, em uma associação de pessoas com interesses comuns, que desejavam ser livres da dominação e que "publicamente estabelecem os objetivos e normas de atuação que regulam a sua interação através de princípios de justiça" (CORREIA, 2004, p. 43).

A negação de uma emancipação do público frente ao discurso hegemônico é perigosa, pois exclui a possibilidade de formas contra-hegemônicas de ação política. Além disso, contribui para a alienação da sociedade e dominação política sobre o campo social.

De acordo com a Teoria Crítica da Opinião Pública de Habermas, o espaço público seria aquele em que há integração e articulação entre as três esferas: sistema político, meios de comunicação e opinião pública do cidadão. Pelo que foi apontado no caso analisado, pode-se afirmar que para o discurso político dominante e os meios de comunicação de massa que favoráveis a esse discurso em relação à questão, a racionalização e consciência moral da sociedade parecem não ser favoráveis à visão hegemônica sobre o caso.

A formulação de uma racionalidade, a partir de um agir comunicativo da O.P, segundo Habermas, torna possível um pensamento emancipatório. A reivindicação pelo fim da CPMF por parte dos grupos citados se configurou não apenas como o resultado de estímulos por parte dos campos político e midiático, mas como uma forma de requerer autonomia para decidir uma questão que se situava no âmbito de decisão político, mas que faz parte de toda a esfera social. O que a sociedade exigiu, a partir desses movimentos, era que os deputados, como atores políticos e seus representantes, defendessem os interesses do povo e não os interesses do Governo.

Por onerar não somente pessoas físicas, mas também empresas, os gastos com a CPMF acabavam sendo repassados ao preço final de todos os produtos comprados pelo consumidor e também aos serviços. Dessa forma, as classes baixas, que recebem um salário mínimo, por exemplo, pagavam uma carga tributária ainda maior do que as

classes A e B. O que o discurso contra-hegemônico propôs foi sair da posição estanque assumida por formas passivas e convocar a massa para tomadas de atitudes que lhe permitiram uma posição frente a questões que possuem relevância econômica, social e histórica e estão inseridas em sua esfera de ação.

Referências Bibliográficas

ARRECADAÇÃO DO IPMF/CPMF PERÍODO 1994 A 2001. In: SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Gráficos da Arrecadação**. s.d. Disponível em: http://www.receita.fazenda.gov.br/historico/arrecadacao/tributos/recadmsrf94a2001/Graficos/grafV.htm - Acesso em 29 ago. 2007.

AUMENTA ADESÃO AO MOVIMENTO CONTRA A CPMF NO PARANÁ. In: Portal Bem Paraná. Seção Economia. 05 set. 2007, 16h 41. Disponível em: http://www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VtUXlWa1pqU0ZKUFVrZDRVRlZyVmxabGJGSldWV3hhYVZadVFsWlVWVkpEVkd4R1ZVMUVhejA9 - Acesso em: 8 set. 2007

CORREIA, João Carlos. **Comunicação e Cidadania: os media e a fragmentação do Espaço Público.** Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

DINES, Alberto. **O "noticiarismo" sobre a CPMF.** In: Observatório da Imprensa. Seção: Imprensa em questão. 07 set. 2007. Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=449IMQ009 - Acesso em: 7 set. 2007

HABERMAS, Jürgen**. Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

GIRALDI, Renata. **Lula diz que CPMF é um imposto "justo e fiscalizador".** In: Folha Online Brasil. Seção: Brasil. 06 set. 2007, 10h 40. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u326200.shtml - Acesso em: 06 set. 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios ás mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTINS, Luciano. **Programa 604 >>Noticiarismo sobre a CPMF >>O plebiscito e a imprensa.** In: Observatório da Imprensa. Seção: Observatório no Rádio. 07 set. 2007, 08h 48. Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=8&id=E883C679-CC21-4A10-B45C-A723892F19AC - Aceso em 7 set. 2007.

MOVIMENTO XÔ CPMF. Disponível em: www.xocpmf.com.br. Acesso em 07 set. 2007.

RIBEIRO, Ana Paula. **CPMF é necessária para equilíbrio fiscal e crescimento, diz ministro.** Folha Online Brasil. Seção: Dinheiro. 05 set. 2007, 11h 01. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u325887.shtml - Acesso em 06 set. 2007.

_____. **Mantega quer reforma tributária e vincula CPMF com gasto social.** In: Folha Online Brasil. Seção: Brasil. 04 set. 2007, 21h 18. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u325796.shtml - Acesso em: 8 set. 2007.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O Campo dos Media. **2ª ed..Lisboa:. Vega, 1985**