



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE JORNALISMO**

**JONNATHAN SIÊGO GONÇALVES DE ALMEIDA**

**IMPACTOS DO INTERESSE CORPORATIVO NA PRODUÇÃO DE MÍDIA**

**CAMPINA GRANDE  
2018**

**JONNATHAN SIÊGO GONÇALVES DE ALMEIDA**

**IMPACTOS DO INTERESSE CORPORATIVO NA PRODUÇÃO DE MÍDIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Kleyton Jorge Canuto.

**CAMPINA GRANDE  
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A447i Almeida, Jonnathan Siego G de.  
Impactos do interesse corporativo na produção de mídia  
[manuscrito] : / Jonnathan Siego G de Almeida. - 2018.  
22 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2018.

"Orientação : Prof. Me. Kleyton Jorge Canuto ,  
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Mídia. 2. Corporativismo. 3. Notícia. 4. Influência da mídia. 5. Sensacionalismo. 6. Empresa de mídia.

21. ed. CDD 302.2

**JONNATHAN SIÊGO GONÇALVES DE ALMEIDA**

IMPACTOS DO INTERESSE CORPORATIVO NA PRODUÇÃO DE MÍDIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharelado em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Kleyton Jorge Canuto

Aprovada em: 28/06/2019.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Kleyton Jorge Canuto (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Raul Augusto Ramalho de Mello  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meus avós, pelo pedaço de sertão, pelo alimento e exemplo, ao meu casal de filhos a quem cederei o futuro, DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

Às minhas duas Marias do Socorro, meu falecido avô Osael Gonçalves, pela escolha de me trazer ao mundo, pelos exemplos, pela força.

À minha moreninha Myrelly, que me trouxe mais propósito, um exemplo de fibra, a mãe exemplar de meu casal de filhos, Sofia e Murilo.

Aos funcionários da UEPB, corpo docente, pela presteza e atendimento quando foi necessário.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio.

“Um princípio básico do estado capitalista moderno é que custos e riscos são socializados ao máximo, enquanto o lucro é privatizado.”

CHOMSKY, Noam.

## SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO .....	07
	METODOLOGIA.....	09
2	A GRANDE MÍDIA E QUEM A INFLUENCIA.....	10
2.1	FORMAÇÃO E LEGITIMIDADE.....	10
3	A MÍDIA ENQUANTO EMPRESA.....	12
4	JANE AKRE E STEVE WILSON X FOX NEWS.....	13
4.1	GLOBO X BRIZOLA: O DIREITO DE RESPOSTA .....	15
4.2	ATAQUES NO AR: FABIANO GOMES X SAMUCA DUARTE.....	17
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	22

## IMPACTOS DO INTERESSE CORPORATIVO NA PRODUÇÃO DE MÍDIA

Jonnathan Siêgo Gonçalves de Almeida

### RESUMO

Dentre todas as mercadorias disponíveis no mercado atual, a mais polêmica é a notícia. Idealizada para informar o público sobre questões que influem diretamente na sua vivência social, o produto maior do jornalismo hoje é refém de interesses corporativos, políticos e também ambições próprias dos grandes sistemas de comunicação. Analisando episódios fatídicos sobre a convivência da sociedade com sua mídia, nos deparamos com fatos inquietantes, relatos que permitem uma análise concisa do real panorama global, brasileiro e local. Um cenário ilustrado por acordos sigilosos, raramente democráticos e nocivos no âmbito social, ambiental e civil. A mídia sensacionalista, tendenciosa e conspiratória, um desserviço para a sociedade, também é resultado da influência de grandes grupos multinacionais, interessados apenas em lucro e poder. Teóricos como Noam Chomsky e Dênis de Moraes discorrem conosco sobre essa problemática, ao passo que a real relevância da mídia precisa ser questionada pela população, os canais para debate acerca da situação do trabalho jornalístico demandam visibilidade. Por meio de análises exploratória e qualitativa, nos apoiando por vezes em estudo empírico, crítico e acadêmico, nos aproximamos de casos inquietantes. Acordos sigilosos, difamação, sensacionalismo, partidarismo, restrições. Colocamos em questão conteúdos midiáticos, verificando-os de acordo com a lei e com a opinião democrática civil. No intuito de traçar perspectivas para a grande mídia, expor métodos de crítica e promover o debate de ideias, nos deparamos com um vislumbre, resultado de doutrinas corporativas e profissionais que ainda atentam contra o bem comum.

**Palavras-Chave:** Corporativismo. Mídia de massas. Capitalismo. Democracia

### 1- INTRODUÇÃO

**P**ara entender os mecanismos que comandam nossa vivência social, é preciso encará-los de maneira analítica, contínua. As discussões políticas habitam todos os cenários da sociedade, na era da informação e do imediatismo, é possível encontrar conteúdo que informe basicamente sobre qualquer causa que se queira defender. Porém, nem toda informação é válida para elucidar um debate, nem toda notícia é verdadeira apenas por estar disponível em rede social, mesmo se veiculada por empresa midiática renomada. E esse fato parece ainda ser motivo de conflito, o público não está preparado para desacreditar sua mídia, ele é fundamentalmente orientado por ela, poderá defendê-la perante a mesma comunidade civil de que faz parte. Mas, a pergunta que devemos ter em mente é: a quem serve nossa mídia?

Todo aquele indivíduo que busque informar-se sobre questões de interesse público, recorre primeiramente aos meios disponíveis. Gratuitamente conseguimos conteúdo jornalístico, publicitário, entretenimento em nossa residência. Basta termos aparelho de rádio ou televisão, sintonizarmos no canal que quisermos e aguardar pela programação predileta. Sete dias por semana conseguimos conteúdo nesses meios, e hoje ainda podemos recorrer ao computador conectado à internet. O telespectador e o ouvinte, sentem-se servidos pois conseguiram notícias diversas de maneira gratuita, na comodidade de seu lar. Porém, e se ele recebeu um produto que escolheram para ele? Será que esse produto midiático tem um preço que não é informado?

Com apoio de teóricos como Dênis de Moraes e Noam Chomsky, estaremos relatando acontecimentos que poderão esclarecer de que forma trabalham os mecanismos corporativos. A maneira como o interesse privado pode ser nocivo para a sociedade, em questões múltiplas que pairam sobre cenário político e econômico, atentando por vezes contra a liberdade civil e até os direitos humanos mais básicos, como Noam Chomsky (2013, p. 08) traduz de maneira concisa:

Pode ser que aconteça uma revolução popular e que ela nos ponha no interior do poder do Estado; ou pode ser que não, e, nesse caso, vamos simplesmente trabalhar para as pessoas que detêm o poder de verdade: os empresários. Mas faremos a mesma coisa. Conduziremos as massas ignorantes para um mundo que elas são estúpidas demais para compreender sozinhas.

A suposta essência da população, verificada nesse trecho e concebida por uma elite que atua de maneira ativa na produção midiática, chega a ser ultrajante. Mas pautando-se nessa imagem é que se desenvolvem os programas jornalísticos, encarregados da manutenção desse posicionamento apático comum ao espectador.

Ninguém deve pensar isso. Portanto, se é isso que você acha e dá essa resposta numa pesquisa, você simplesmente imagina que deve ser um tipo meio esquisito. Como não há uma maneira de se juntar a outras pessoas que partilham ou reforçam aquele ponto de vista e ajudam-no a articulá-lo, você se sente uma pessoa esquisita, uma excentricidade. Assim, você se retrai e não presta a menor atenção ao que está acontecendo(CHOMSKY, 2013, p. 15).

Essa apatia fomentada pela grande mídia, atendendo aos interesses de uma parcela mínima e privilegiada da população, é crucial para manutenção de práticas jornalísticas nocivas. Esse artigo científico estará expondo casos analisados nessa perspectiva, de que o sistema atual de comunicação em massa necessita de uma melhor compreensão, por parte do

público civil, para que este consiga sair de sua posição servil e colocar-se como protagonista de mudanças sociais necessárias.

Identificar em análise exploratória, algumas estratégias empregadas pelas grandes corporações, para direcionar as produções da grande mídia, será nosso objetivo geral. Estaremos estabelecendo os vínculos da mídia com empresas do setor privado. Ao passo que apontaremos a ação midiática em prol de seus interesses enquanto empresa.

Analisaremos casos relatados de maneira específica para eleger denominadores comuns, que fundamentarão a ideia de permissividade dada ao setor empresarial privado, para orientação tendenciosa do público acerca de assuntos socialmente relevantes.

## **METODOLOGIA**

Para construção desse trabalho foi utilizada a pesquisa bibliográfica, para análise brevemente qualitativa de casos relatados, além de análise exploratória de produtos midiáticos dispostos em documentário canadense intitulado “The Corporation” (A Corporação em pt/br), vídeo reportagens produzidas por 3 emissoras brasileiras e notícias escritas disponíveis online. Não deixando também de utilizar certa observação empírica, baseada no aprendizado dentro da academia enquanto discente no curso de jornalismo.

Compreende-se por análise qualitativa a qualidade das características empíricas do objeto. Considera-se a existência de uma relação dinâmica, contextual e especial entre o pesquisador e o objeto. “Metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento. etc.”(MARCONI e LAKATOS, 2006, p. 269).

No âmbito estatístico, a pesquisa exploratória é empregada largamente para melhoria de qualidade em processos produtivos. Porém, promove abordagem científica dos fenômenos enquanto fatos, atuando na detecção de leis, na constatação de variáveis e relações entre fatores e resultados. Além de identificar padrões, comportamentos normal e anormal. Por vezes aceitando aproximação de exatidão, estimando situações e/ou tendências. (KUME, Hitoshi, 1993).

O estudo também é considerado bibliográfico, visto que na construção do referencial teórico foram realizadas pesquisas em artigos, livros, com o objetivo de obter conhecimento para descrever as teorias nele apresentadas.

## 2-A GRANDE MÍDIA E QUEM A INFLUENCIA

### 2.1 FORMAÇÃO E LEGITIMIDADE

Desde sua fundação já são estabelecidos parâmetros no tocante a veiculação de conteúdos para qualquer meio de comunicação social, a iniciativa de uma pessoa ou grupo para criação de um meio de comunicação passa por debate político, exige investimento (art 223 da CF)<sup>1</sup>. Uma vez existindo a empresa de comunicação, são vendidos horários para programas, propagandas. Logo, para manutenção de empresa de mídia é necessária a autorização do Estado e investimentos do setor privado. Embora nos conduzam à crença de que os meios de comunicação serviriam primeiramente ao público civil, estruturalmente essa proposta não se sustenta. A mídia responde ao capital privado e ao Estado, nós não somos chamados para debater os critérios que regulam a informação que tanto influi em nossa sociedade.

Hábitos culturais, sociais, econômicos, são expressos das mais diversas formas na programação de um veículo midiático, desde novelas e filmes até as notícias exibidas nos múltiplos jornais. Essas, são formas que o Estado e demais contribuintes que tenham laço com o veículo midiático, utilizam para comunicar-se com a massa populacional. A propaganda de produtos durante intervalos comerciais, o merchandising exibido durante capítulos de periódicos tem preço e um alcance previamente estudado, o valor de mercado para propaganda varia de acordo com sua frequência, horário de veiculação dos anúncios, duração destes.

Um fato que deve ser examinado com maior atenção é a exagerada contribuição que um mesmo grupo pode oferecer para canais de televisão, por exemplo. Várias marcas de um mesmo produto, encaradas pelo consumidor leigo como plenas concorrentes podem pertencer ao mesmo grupo. Uma ressalva interessante e lógica, porém que nos traz ao problema de monopólio, controle de preços e dominação de mercado, que deveriam ser reprimidos pelo

---

<sup>1</sup>Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2º e 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º A não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Acesso em 15 de Junho de 2018.

Estado como consta em parágrafo do Artigo 173<sup>2</sup>, de nossa Constituição. Diferentes produtos e segmentos podem ser anunciados em vários canais de TV, frequências de rádio, jornais e revistas, pertencendo a um mesmo monopólio que capta vendas através dessa publicidade, aglomerando lucros e poder para influenciar o público civil, o Estado e até mesmo empresas de pequeno porte que possam ser verdadeiros concorrentes. Como também explica Dênis de Moraes(1998, p.59):

A oligopolização das mídias insere-se no painel de forte concentração de comandos estratégicos e de mundialização de conteúdos, mercadorias e serviços, facilitada pelas desregulamentações, pela supressão de barreiras fiscais, pela acumulação de capital nos países industrializados, pela deslocalização geográfica das bases de produção e, evidentemente, por redes tecnológicas de múltiplos usos. Na base da chamada “flexibilização dos investimentos empresariais” – eufemismo para o processo de concentração multinacionalizada de bens e serviços -, a realização de lucros implica maior acumulação de capital ao menor custo possível. O que pressupõe: a) Amplos mercados consumidores; b) concorrência intensa entre um número cada vez menor de megagrupos, constituídos por fusões e incorporações de empresas produtivas já existentes; c) reformulação estratégia das corporações transnacionais, que passam a centralizar as funções de decisão e os planos de inovação, ao mesmo tempo em que coordenam a dispersão das operações comerciais<sup>3</sup> e industriais.

A chamada “mundialização de conteúdos” insere-se no interesse corporativo de manter mercados aquecidos, uma vez que demandas são criadas pelos produtos midiáticos, que permitem à população adquirir o desejo consumista, por produtos que antes não conheciam ou serviços que não eram valorizados em sua cultura local.

---

<sup>2</sup> Art. 173. Ressalvados os casos previstos nesta Constituição, a exploração direta de atividade econômica pelo Estado só será permitida quando necessária aos imperativos da segurança nacional ou a relevante interesse coletivo, conforme definidos em lei.

§ 1º A lei estabelecerá o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias que explorem atividade econômica de produção ou comercialização de bens ou de prestação de serviços, dispondo sobre:

- I -sua função social e formas de fiscalização pelo Estado e pela sociedade;
- II -a sujeição ao regime jurídico próprio das empresas privadas, inclusive quanto aos direitos e obrigações civis, comerciais, trabalhistas e tributários;
- III -licitação e contratação de obras, serviços, compras e alienações, observados os princípios da administração pública;
- IV -a constituição e o funcionamento dos conselhos de administração e fiscal, com a participação de acionistas minoritários;
- V -os mandatos, a avaliação de desempenho e a responsabilidade dos administradores.

§ 2º As empresas públicas e as sociedades de economia mista não poderão gozar de privilégios fiscais não extensivos às do setor privado.

§ 3º A lei regulamentará as relações da empresa pública com o Estado e a sociedade.

§ 4º A lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros.

§ 5º A lei, sem prejuízo da responsabilidade individual dos dirigentes da pessoa jurídica, estabelecerá a responsabilidade desta, sujeitando-a às punições compatíveis com sua natureza, nos atos praticados contra a ordem econômica e financeira e contra a economia popular.

Acesso em 18 de Junho de 2018.

### 3. A MÍDIA ENQUANTO EMPRESA

Sabendo que o capital privado tem tamanha influência na produção midiática, torna concebível a ideia de que haja certo tipo de permissividade, para posicionamento de acionistas e anunciantes quanto ao conteúdo desenvolvido pelas emissoras. Eles podem opinar em tudo, podem ser uma espécie de censura ou incentivar a fabricação de fatos, ações de ética duvidosa, para manter mercados aquecidos, produtos prejudiciais disponíveis para venda, etc. Desfrutam do incrível poder que é influenciar, moldar a opinião pública a favor de seus interesses no intuito de multiplicar seus lucros. Esse comportamento foi evidenciado por Chomsky ao retratar a ascensão de regimes totalitários:

Mussolini era admirado em todos os segmentos. Os empresários o adoravam, os investimentos subiram. Quando Hitler assumiu, o mesmo aconteceu na Alemanha. Investimentos subiram na Alemanha. Ele controlava os trabalhadores, se livrou dos esquerdistas perigosos. As oportunidades de investimento melhoraram. Não haviam problemas. São países maravilhosos. (CHOMSKY, 2003, *The Corporation*)

Ora, grupos estruturados globalmente empregam direta ou indiretamente uma parcela proporcional de funcionários, em países periféricos exploram a mão de obra barata, bens naturais, deficiências políticas, financiam partidos e muitas vezes geram as chamadas “externalidades”. Uma externalidade é consequência de determinada prática onde duas partes estão de acordo, porém uma terceira parte que não está participando diretamente da transação sofre com o resultado desta. (FRIEDMAN, 2003)

Fomentar uma incapacidade coletiva de fazer escolhas bem informadas, talvez seja a maior externalidade causada pelas relações da mídia com o grande mercado corporativo.

O processo de formação da opinião e da vontade políticas na esfera pública e no parlamento é determinado pela concorrência entre atores coletivos, que agem estrategicamente com o objetivo de conservar ou adquirir posições de poder. O êxito é medido pelo assentimento dos cidadãos a pessoas e programas, quantificado pelo número de votos obtidos em eleições. Por meio de seus votos os eleitores expressam suas preferências. Suas decisões de voto têm a mesma estrutura que as escolhas orientadas para o êxito dos participantes de um mercado. Esses votos permitem a busca de posições de poder, que os partidos políticos disputam entre si adotando uma atitude semelhante de orientação para o êxito. (HABERMAS, 1995, s.p.).

Habermas demonstra como o voto, enquanto ato democrático é ainda dependente de critérios ocultos, interesses de mercado, aspirações políticas. Informações raramente explicitadas ao consumidor, que reproduz posicionamentos sem a total compreensão de sua origem.

Imaginemos por exemplo, ir ao supermercado, caminhar entre as seções, enchermos nossas sacolas com frutos estragados. Pagamos por eles, os levamos para nossa casa, o recomendamos para nossa família e amigos, sem a plena consciência de que estaríamos adquirindo algo de origem duvidosa, prejudicial à saúde ou até perigoso. Soa irreal, parece até exagero, certo? Esse produto pode ser uma notícia. Selecionamos casos reais, relatados, julgados, estrangeiros, nacionais e locais, que traduzem uma vasta, por vezes arbitrária, capacidade de impor a vontade de uma elite seleta, que não exita em utilizar de advogados, políticos e toda influência necessária para manter um rendimento financeiro crescente.

Essa busca pelo lucro, compartilhada pela mídia e seus anunciantes, por vezes é empregada em investimentos que, em tese, viabilizariam melhor composição de conteúdos informativos, recursos para aparelhagem, pessoal, melhorias logísticas. Porém, investe-se muito na aquisição de empresas concorrentes menores, remetendo mais uma vez à questão de monopólio e gerando conteúdo editorial retraído, explorando aqui a possibilidade de unificação de discursos entre mídia e patrocinadores. Produção de conteúdos jornalísticos investigativos, abrangentes ou de teor político, podem ter publicidade negativa, e uma conotação perigosa que pode ser combatida dentro das redações, onde empregadores e funcionários podem se posicionar de maneiras bem opostas.

#### **4. JANE AKRE E STEVE WILSON X FOX NEWS**

No ano de 1997 um casal de jornalistas protagonizaria uma série, na rede norte americana de televisão, a Fox News. Eles seriam “Os Investigadores”. Com a tarefa de executar um jornalismo de denúncia, que em tese alertaria a comunidade para casos de extrema relevância, naturalmente obteria audiência e repercussão, objetivos primários do programa jornalístico.

A aposta aqui seria uma apuração consistente sobre a procedência do leite consumido nos Estados Unidos, um produto alimentício que não somente é consumido naturalmente, já que laticínios e diversos outros alimentos possuem o leite em sua composição. Eles encontraram na produção leiteira um denominador em comum, a utilização de hormônios administrados nas criações bovinas, que aumentava a produção de leite de maneira consistente, conhecido popularmente como “hormônio do crescimento” ou rbST (do inglês recombinantbovinesomatotropin ou recombinantbovinesomatotrophin). Comercializado livremente para criadores na nação estadunidense, com patente registrada pela empresa

Monsanto, o rbST já havia sido banido em outros países, como Japão, Austrália, Argentina e até no vizinho Canadá. Por problemas associados primeiramente à saúde dos animais e posteriormente ligados também à doenças humanas e até câncer.

Embora fosse consumido também em mais de 20 países, inclusive no Brasil, o que Jane e Steve alegaram em sua reportagem, é que não somente o rbST tratava-se de um aditivo potencialmente perigoso para o leite, como seu processo de liberação para o mercado havia sido pautado em documentações duvidosas, pesquisas inconclusivas, breves, potenciais acordos sigilosos entre a Monsanto e profissionais da área de pesquisa e da própria vigilância sanitária.

Com a reportagem pronta e já agendada para exibição, a Fox acabou sendo coagida pela empresa Monsanto, que havia alegado irregularidades no processo de construção da notícia, posteriormente cogitando a retirada de patrocínios e abertura de processo contra a companhia de comunicação norte americana. A Fox cedeu, adiou a exibição da história, convidou os jornalistas para edição, cogitaram nunca colocar no ar o conteúdo, demandando silêncio dos repórteres quanto a todo o ocorrido.

A batalha começou quando os repórteres recusaram-se ao silêncio, prosseguiram defendendo que a exibição dessa investigação deveria ir ao ar, por questões de utilidade e saúde públicas. Ameaçados de demissão por insubordinação, receberam oferta monetária da emissora pelo seu silêncio. Foi emitida uma versão desse acordo, impressa, que não foi assinada e terminou em posse dos jornalistas, que usaram o documento como barganha contra sua empregadora, a Fox. Então, junto de advogados os jornalistas realizaram demasiadas edições no conteúdo, na intenção de amenizar ou excluir responsabilidade da Monsanto sobre o produto potencialmente nocivo à saúde humana.

Em contato com advogada da Fox, através de carta, os repórteres expressaram sua insatisfação com a demissão, alegando que a demissão seria arbitrária e apoiada em interesses meramente financeiros, para a Monsanto e a Fox. Uma nova oportunidade surgiu dessa carta, a resposta dada pela advogada foi entendida como retaliação, o que permitiu aos repórteres mover ação legal contra a Fox, uma vez que de acordo com lei norte americana um funcionário não pode ser retaliado pelo seu empregador, caso o funcionário se negue a execução daquilo que acredite ser prática de atividade considerada criminosas.

No estado da Flórida, os jornalistas venceram em júri e conseguiram indenização de 425 mil dólares, quando a história exigida pela Fox 13 foi considerada falsa, distorcida ou tendenciosa.

Três anos depois, houve apelação em que a Fox recebeu apoio formal de outros cinco grupos de mídia. O tribunal dessa vez desconsiderou a denúncia, alegando que esta era infundada. Os juízes entenderam que falsificar uma notícia, não era necessariamente contra a lei, uma vez que trata-se de um produto midiático. A indenização foi suspensa e a Fox foi inocentada da acusação antes fundamentada na chamada “lei do denunciante”.<sup>4</sup>

O caso relatado apresenta nítida relevância, pela utilidade pública que foi negada ao conteúdo, uma vez que esse foi barrado pela sua própria emissora, nunca indo ao ar. Pela maneira como a Fox tratou o ocorrido, desde a oferta de quantia que poderia ser considerada como suborno, até a demissão de funcionários para manutenção de parcerias comerciais e evitar complicações legais. Enquanto o apoio fornecido pelas demais emissoras na apelação, pode ser considerado um indício de que as práticas efetuadas pela Fox não são uma raridade nas redações, tornando o mercado de trabalho um ambiente até hostil, para aquele jornalista que tente informar de maneira imparcial a população que consome o produto midiático. Chomsky caracteriza esse comportamento como um “monopólio coletivo” onde interesses privados e mídia atuam como partidos:

A mídia é um monopólio coletivo. Todos têm o mesmo ponto de vista. Os dois partidos são duas facções do partido dos negócios. A maioria da população nem se dá ao trabalho de votar porque isso parece não fazer sentido. Ela encontra-se marginalizada e devidamente distraída. (CHOMSKY, 2013, p. 13)

Verifica-se então, que enquanto a mídia reproduz os interesses do mercado, no intuito de proteger seu negócio, a população permanece alheia quanto ao teor dos acordos firmados entre esses partidos, atendo-se ao papel de mero espectador em sua própria “democracia”.

Atitude semelhante adotada ainda, são as ocasionais rinchas entre emissoras e classes políticas. Alguns conflitos nesse cenário também abandonam o meio social para encarar os tribunais, processos que caminham longe dos olhos públicos até seu desfecho.

## **4.1 GLOBO X BRIZOLA: O DIREITO DE RESPOSTA**

Outro episódio que também resultou em polêmica foi a decisão da 18ª Vara criminal da cidade do Rio de Janeiro, a ação movida pelo político Leonel Brizola resultou em direito de resposta exibido em 15 de março de 1994 em rede nacional e ainda disponível no youtube<sup>3</sup>.

---

<sup>4</sup> Disponível no documentário “The Corporation” de 2003, dirigido por Mark Archbar e Jennifer Abbott, produzido no Canadá.

Após cerca de dois anos de processo, o então juiz Mário Ernesto Ferreira determinou o cumprimento de decisão do STJ (Superior Tribunal de Justiça) sobre a denúncia contida inclusive em matéria online da “Folha de São Paulo”<sup>5</sup> que explica:

Brizola entrou na Justiça contra a Globo porque o "Jornal Nacional", de 6 de fevereiro de 92, divulgou trechos de editorial que seria publicado no dia seguinte em "O Globo", intitulado "Para Entender a Fúria de Brizola". Brizola queria impedir a Globo de transmitir o desfile das escolas de samba. A emissora sugeriu que ele sofria "declínio da saúde mental".

A forma como Brizola, enquanto pessoa, conseguiu o direito de resposta, mesmo após um trâmite legal extenso, caracteriza um dos momentos mais marcantes para avaliarmos o relacionamento político e civil com a mídia. Segue abaixo sua declaração na íntegra:

“Todos sabem que eu, Leonel Brizola, só posso ocupar espaço na Globo quando amparado pela Justiça. Aqui, citam o meu nome para ser intrigado, desmerecido e achincalhado perante o povo brasileiro. Ontem, neste mesmo Jornal Nacional, a pretexto de citar o editorial de O Globo, fui acusado na minha honra e, pior, chamado de senil.

Tenho 70 anos, 16 a menos que o meu difamador, Roberto Marinho. Se é esse o conceito que tem sobre os homens de cabelos brancos, que use para si. Não reconheço na Globo autoridade em matéria de liberdade de imprensa, e, basta, para isso, olhar a sua longa e cordial convivência com os regimes autoritários e com a ditadura que por 20 anos dominou o nosso país.

Todos sabem que critico, há muito tempo, a TV Globo, seu poder imperial e suas manipulações. Mas a ira da Globo, que se manifestou ontem, não tem nenhuma relação com posições éticas ou de princípio. É apenas o temor de perder negócio bilionário que para ela representa a transmissão do carnaval. Dinheiro, acima de tudo.

Em 83, quando construí a Passarela, a Globo sabotou, boicou, não quis transmitir e tentou inviabilizar, de todas as formas, o ponto alto do carnaval carioca. Também aí, não tem autoridade moral para questionar-me. E mais: reagi contra a Globo em defesa do Estado e do povo do Rio de Janeiro que, por duas vezes, contra a vontade da Globo, elegeu-me como seu representante maior. E isto é o que não perdoarão nunca.

Até mesmo a pesquisa mostrada ontem revela como tudo na Globo é tendencioso e manipulado.

Ninguém questiona o direito da Globo mostrar os problemas da cidade. Seria, antes, um dever para qualquer órgão de imprensa. Dever que a Globo jamais cumpriu quando se encontravam no Palácio Guanabara governantes de sua predileção. Quando ela diz que denuncia os maus administradores, deveria dizer, sim, que ataca e tenta desmoralizar os homens públicos que não se vergam diante de seu poder. Se eu tivesse pretensões eleitoreiras de que tentam me acusar não estaria, aqui, lutando contra um gigante como a Rede Globo. Faço-o porque não cheguei aos 70 anos de idade para ser um acomodado.

Quando me insultam por minhas relações administrativas com o Governo Federal, ao qual faço oposição política, a Globo vê nisso bajulação e servilismo. É compreensível. Quem sempre viveu de concessões e favores do poder público não é capaz de ver nos outros senão os vícios que carrega em si mesmo.

---

<sup>5</sup><https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/3/10/brasil/37.html> (Acesso em 15 de Junho de 2018)

Que o povo brasileiro faça seu julgamento, e, na sua consciência lúcida e honrada, separe os que são dignos e coerentes daqueles que sempre foram servis e gananciosos.”<sup>6</sup>

Embora não possamos assegurar a veracidade de todas as acusações permitidas ao político em rede nacional, por decisão judicial é válido ressaltar, esse evento nos permite enxergar um cenário em que a mídia poderá responder pelos seus abusos, e fazer deste um objetivo nos debates acadêmicos e sociais. Debates esses, que segundo Chomsky são raros ainda:

...temos um tipo de sistema educacional direcionado para os homens responsáveis, a classe especializada. Eles têm de ser fortemente doutrinados nos valores e interesses do poder privado e da conexão Estado-corporação que o representa. Se conseguirem alcançar esse objetivo, então poderão fazer parte da classe especializada. O resto do rebanho desorientado só precisa ser distraído. Desviem sua atenção para outro assunto. Não deixem que se metam em confusão. Certifiquem-se de que permaneçam, quando muito, espectadores da ação, dando de vez em quando seu aval a um ou outro dos verdadeiros líderes entre os quais podem escolher... (CHOMSKY, 2013, p. 10)

Dentre os líderes enaltecidos pela mídia, elegem-se aqueles que proporcionem seguimento de uma ordem vigente. Outros personagens, como o próprio Brizola, que questionem a autoridade ou autenticidade das ações da grande mídia, poderão ser publicamente desacreditados, difamados. Os interesses privados se unificam para apoiar seus “homens responsáveis” para que representantes forasteiros não incentivem as “confusões” públicas, eufemismo para movimentos sociais ou manifestações civis de protesto.

Responsáveis pela divulgação de ideias patrocinadas, especialistas em dicção, eloquência verbal, carisma, são caracterizados assim os apresentadores e âncoras, líderes de seus programas jornalísticos, com influência legítima na opinião pública, e até na conduta desta. Porém, embora colocados sob holofotes em emissores de rádio e televisão, podem desempenhar também papéis de antagonismo nos bastidores de seus canais.

## 4.2 ATAQUES NO AR: FABIANO GOMES X SAMUCA DUARTE

Como já discutimos, a finalidade principal de um veículo midiático, seria informar a população sobre questões sociais. Relevância e utilidade pública, em tese, seriam sempre

---

<sup>6</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=ux6mrMJSJL-c> na voz de Cid Moreira (Visualizado em 15 de Junho de 2018)

critérios de elegibilidade para produção de conteúdo jornalístico. Os acontecimentos que estaremos analisando a seguir, causaram certo teor polêmico em nosso estado, a Paraíba. Considerando que realmente existe uma tendência na atualidade, para o apelo emocional na programação e em todo discurso, visual e verbal, convivemos com manchetes que não somente informam, mas emocionam o público. Um conteúdo sobre personalidades expressivas, expoentes culturais que tenham falecido, fatos históricos, existem sim boas conotações para produções que despertem a nostalgia, reflexão, alegria. Porém, o que nós encontramos em maior número em nossos periódicos, são as reportagens policiais que abusam do sensacionalismo, apelam para políticas unilaterais, incitam a violência e até o ódio contra classes sociais. Embora possamos caracterizar a violência como um reflexo humano, Chomsky concebe que a mídia fomenta comportamentos coletivos, sob motivações alheias:

É necessário, também, instigar a população para que apoie aventuras externas. Como aconteceu durante a Primeira Guerra Mundial, a população normalmente é pacifista. As pessoas não veem motivo para se envolver em aventuras externas, mortes e tortura. Portanto, você tem de instigá-las. E para instigá-las é preciso amedrontá-las. (CHOMSKY, 2013, p. 14)

Se a maior parcela de nossos habitantes convive e é orientada por esses relatos, diariamente, em seu trabalho, casa, instituições públicas, torna inegável o poder da mídia como formadora de opiniões.

Em um programa jornalístico, o apresentador costuma ser encarado como um representante, “homem responsável”. Ele pode ser “a cara” daquele jornal televisionado, reproduzindo discursos para captar a atenção dos espectadores, acumulando prestígio, chegando a causar impacto em suas declarações mesmo quando fora do cotidiano encenado no veículo que o emprega. Abordemos então as declarações feitas pelo apresentador Fabiano Gomes acerca do também apresentador Samuca Duarte. Em vídeo<sup>7</sup> disponibilizado no youtube em 28 de março de 2018, trecho do programa “Tribuna Livre” exibido nas primeiras horas da manhã, em TV aberta pela TV Arapuan, filial da matriz nacional RedeTV!, aqui na Paraíba.

Fabiano inicia seu discurso enaltecendo supostas qualidades de sua pessoa, afirmando também que recentemente havia se desfilado de partido político e feito críticas ao então chefe de gabinete do governador, Nonato Bandeira. Em seguida, o mesmo discorre sobre declarações feitas por Samuca Duarte quando este apresentava seu programa de rádio, veiculado em emissora do Sistema Correio de Comunicação, filial da nacional Rede Record.

---

<sup>7</sup> Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=5BOyE\\_eudhc](https://www.youtube.com/watch?v=5BOyE_eudhc) (Visualizado em 18 de Junho de 2018)

Fabiano alega que Samuca, sem mencioná-lo diretamente, havia se posicionado de maneira abusiva, acerca dos comentários que Fabiano teria dirigido contra Bandeira. Após reproduzir gravação sonora durante o programa que era ao vivo, Fabiano Gomes utiliza de adjetivos pejorativos, citando Samuca em processos através de matérias online, constantemente citando fatos do inquérito público em que Samuel de Paiva Henrique (Samuca) é réu. Sob acusações de funcionalismo fantasma, com bens bloqueados por decreto, a imagem do apresentador rival é notoriamente prejudicada, pelas inferências que Fabiano fez durante mais de 15 minutos de vídeo.

Façamos agora uma análise crítica sobre o contexto dessa discussão, nos atendo aos critérios que deveriam regular a qualidade desse conteúdo. Os apresentadores trabalham em veículos concorrentes, sendo cientes do alcance de suas declarações, as falas foram empregadas para atingir o rival que trabalha em outro veículo midiático. Em determinado cenário, poderíamos deduzir que além de rinha pessoal, uma aquecida disputa por audiência e repercussão tem parte nessa história. Desacreditando o representante direto de determinado periódico, seria possível diminuir a audiência arrecadada para a emissora concorrente.

Por mais que argumente-se sobre a pessoalidade dos insultos e demais especificidades do discurso feito por Fabiano, tentando retirar talvez parte da responsabilidade da emissora ao permitir esse tipo de debate. O cunho pouco produtivo para a opinião pública, de limitada relevância jornalística, retrata a permissividade empregada no ato de deixar no ar essa briga entre os apresentadores, que não deve ser ignorada. Especialmente se tivermos em mente, que o próprio Fabiano Gomes é investigado por esquema de corrupção<sup>8</sup>, acusado de fazer entrega de recursos públicos no valor de 500 mil reais em mala, enquanto secretário de comunicação, caso investigado pela operação “Xeque-Mate”. Mais uma vez, puseram no cenário público representantes que definiriam o que é válido para a opinião pública, cidadãos comuns com empregos, porém, que acumulam excessiva influência.

Em primeiro lugar, existe a classe de cidadãos que têm de assumir um papel ativo na gestão dos assuntos de interesse público. Essa é a classe especializada. São as pessoas que analisam, executam, tomam decisões e administram as coisas nos sistemas político, econômico e ideológico. Trata-se de um percentual pequeno da população. Naturalmente, qualquer um que avance essas ideias é sempre parte desse pequeno grupo, e eles estão discutindo sobre o que fazer com aqueles outros. Aqueles outros, que estão fora do pequeno grupo, a grande maioria da população"(CHOMSKY, 2013, p. 8)

---

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.litoral.news/entenda-operacao-xeque-mate-e-o-esquema-de-corrupcao-na-prefeitura-de-cabedelo/> (Visualizado em 18 de Junho de 2018)

Em suma, o conflito entre os apresentadores expressa aspirações políticas e ideológicas, utilizando os espectadores como júri mal orientado, dependente de conteúdos superficiais, passivo diante das ações incisivas e tendenciosas empregadas pelos dois sistemas de comunicação, que prosseguem lucrando, ocultando detalhes cruciais sobre seus colaboradores e as respectivas investigações criminais que ambos respondem.

Numa mídia prioritariamente voltada para a população, haveria regulação maciça para prevenir que expoentes do ofício midiático cultivassem bases políticas. Utilizados como lobistas, esses profissionais ocupam uma colocação privilegiada, bem remunerada e com prestígio nítido, não muito diferentes de representantes políticos, contudo estes citados são eleitos pelo voto democrático, não tem a mesma visibilidade diária característica dos jornalistas, que infelizmente estão sendo mantidos na posição de porta-vozes de interesses externos (empresas, Estado) ou internos (suas empregadoras).

O âmbito acadêmico precisa continuar conscientizando, o aluno não pode seguir buscando apenas uma boa colocação no mercado profissional, ignorando as consequências de um trabalho jornalístico pobre que atenta contra o discernimento coletivo coeso, necessário para mudanças expressivamente positivas em nosso cotidiano.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Numa perspectiva de que nosso sistema educacional ainda é falho, despertando um senso crítico muito limitado, nossa mídia assume o papel de moldar a opinião pública. Se a população permanece apática sobre as consequências da passividade com que recebe o conteúdo midiático, um debate livre e construtivo torna-se inviável, porque estes estarão presos em informações vagas e direcionadas, fornecidas por instituições que preocupam-se principalmente em estender seu domínio, embasando-se fundamentalmente na ideia de que a massa trabalhadora, pouco instruída ideologicamente, não questionará os mecanismos que definem seus valores culturais.

Em nosso estado, a maioria dos empregadores possuem linhas editoriais turvas, que conservam e reproduzem o posicionamento de suas matrizes nacionais, sistemas bilionários de comunicação. Com ligações políticas e parcerias econômicas antigas, que continuarão utilizando esses recursos para assegurar a longevidade de seus investimentos, a solução para sanar essa problemática continua sendo a conscientização civil, por mais lenta que esta se apresente.

O que conseguimos aqui foi ilustrar um panorama geral, a análise dos casos sob a abordagem teórica e exploratória nos permite avaliar a dimensão do problema, começando pela escala global, passando pela nacional até a local. Estipulando cenários e tendências para certos segmentos de nossa mídia, ainda adeptos de práticas sigilosas, abusivas ou sensacionalistas. A real extensão desse conflito entre o interesse público e o privado, democracia e mercado, é muito vasta. Casos são relatados mundialmente, quase sempre por periódicos de menor abrangência, fruto de jornalismo independente ou na forma de protestos civis, jamais deixando de ter uma importância maior que sua repercussão. O jornalismo enquanto trabalho de pesquisa, com comprometimento ético e colaborativo, deve ser perseguido. Dele poderá surgir uma sociedade mais lúcida, capaz de avaliar suas escolhas pessoais e debater sobre necessidades coletivas.

## **ABSTRACT**

Among all the goods available in the current market, the most degrading is the news. Idealized to inform the public about issues that directly influence their social experience, journalism's biggest product today is hostage to corporate interests, politicians and also ambitions of the great communication systems. Analyzing fateful episodes about the society's coexistence with its media, we are faced with disturbing facts, reports that allow a concise analysis of the real global, Brazilian and local panoramas. A scenario illustrated by secretive agreements, rarely democratic and harmful in the social, environmental and civil spheres. The tabloid media, biased and conspiratorial, a disservice to society, is also the result of the influence of large multinational groups, interested only in profit and power. Theorists such as Noam Chomsky and Dennis de Moraes talk to us about this problem, while the real relevance of the media needs to be questioned by the population, the channels for debate about the state of journalistic work demand visibility.

Through exploratory and qualitative analyzes, sometimes supporting us in an empirical, critical and academic study, we approach disturbing cases. Stealth agreements, defamation, sensationalism, partisanship, restrictions. We put in question media contents, verifying them according to the law and with the civil democratic opinion. In order to draw perspectives for the mass media, to expose methods of criticism and to promote the debate of ideas, we are faced with a glimpse, a result of corporate and professional doctrines that still threaten the common good

**Keywords:** Corporatism. Mass media. Capitalism. Democracy

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BRIZOLA, Leonel de Moura. **Carta em direito de resposta**. Rio de Janeiro, 1994.

CHOMSKY, Avram Noam. In: “**The Corporation**” de 2003, dirigido por Mark Archbar e Jennifer Abbott, produzido no Canadá.

CHOMSKY, Avram Noam. **Mídia: Propaganda Política e Manipulação**, Editora WMF Martins Fontes Ltda, 2013.

FRIEDMAN, Milton. In: “**The Corporation**” de 2003, dirigido por Mark Archbar e Jennifer Abbott, produzido no Canadá.

HABERMAS, Jürgen. **Três modelos normativos de democracia**, Revista Lua Nova No 36, São Paulo, 1995.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2006.

MORAES, Denis. **Planeta Mídia**, Letra Livre Editora Ltda, 1998.

KUME, Hitoshi. **Métodos Estatísticos para Melhoria da Qualidade**, Editora Gente, 1993.

## **PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS**

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64451995000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451995000200003&lng=en&nrm=iso) (Visitado em 26 de Junho)

[http://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988\\_08.09.2016/art\\_223\\_.asp](http://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_08.09.2016/art_223_.asp) (Visitado em 18 de Junho de 2018)

[http://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988\\_18.02.2016/art\\_173\\_.asp](http://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_18.02.2016/art_173_.asp) (Visitado em 18 de Junho de 2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=9OCvABY2pBg> (Visitado em 18 de Junho de 2018)

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/3/10/brasil/37.html> (Visitado em 18 de Junho de 2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=ux6mrMJSJL-c> (Visitado em 18 de Junho de 2018)

[https://www.youtube.com/watch?v=5BOyE\\_eudhc](https://www.youtube.com/watch?v=5BOyE_eudhc) (Visitado em 18 de Junho de 2018)

<http://www.litoral.news/entenda-operacao-xeque-mate-e-o-esquema-de-corrupcao-na-prefeitura-de-cabedelo/> (Visitado em 18 de Junho de 2018)