



ICPD – Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento  
CESAPE – Centro de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão

---

**ELIZETH MARIA BORGES SAMPAIO CANDIDO**

**O DISCURSO DOMINANTE E SUAS PRÁTICAS  
IDEOLÓGICAS: ANÁLISE DO DISCURSO  
DA REVISTA VEJA NO REFERENDO DAS ARMAS**

**Brasília - DF  
2006**

**Elizeth Maria Borges Sampaio Candido**

**O DISCURSO DOMINANTE E SUAS PRÁTICAS  
IDEOLÓGICAS: ANÁLISE DO DISCURSO DA REVISTA  
VEJA NO REFERENDO DAS ARMAS**

Monografia apresentada como requisito para a conclusão do Curso de Pós-Graduação em Língua Portuguesa do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, sob a orientação da Professora Joana Ormundo.

**BRASÍLIA  
2006**

*A Deus e à minha família.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus pela oportunidade de viver este momento.

A meus pais, incentivadores e guias na descoberta do prazer da leitura.

A todos os professores que me proporcionaram discernimento, em especial à minha orientadora por me oferecer esta vitória.

*A leitura é sempre produção de sentido.*  
(Jean Marie Goulemot)

## RESUMO

Este trabalho, cujo tema é *O discurso dominante e suas práticas ideológicas*, pretende analisar o discurso da Revista *Veja* no Referendo das Armas, fato acontecido em 2005. O objetivo é investigar o grau de influência da revista na vida dos seus leitores, apontando para a discussão sobre a suposta imparcialidade da imprensa e os motivos que a levam a promover o discurso ideológico. Os procedimentos metodológicos utilizados foram baseados em teorias da construção do discurso e estratégias de linguagem e persuasão de vários autores, seguindo o método estruturalista de pesquisa. Para a realização deste estudo, propôs-se a observação da revista analisada, edição 1925, ano 38, n. 40, de outubro de 2005, confrontada com o referencial teórico, que possibilitou verificar a influência de *Veja* na decisão da opinião pública e, conseqüentemente, no resultado das urnas.

**Palavras-chave:** imprensa, mídia, Referendo, *Veja*, discurso autoritário, persuasão, opinião pública, discurso ideológico.

## ABSTRACT

This work, which theme is *the dominant discourse and its ideological practice*, intends to analyze *Veja* magazine's discourse in the Referendum about firearms and ammunition commercialization, a fact that happened in 2005. The aim is to investigate the magazine influence in its readers' life, pointing at a discussion about the supposed impartiality of the press and the motivation that take it to promoting the ideological discourse. The methodological procedures used were based on the construction theories and the language and persuasion strategies of many authors, following the Structuralism method of the research. In order to realize this study, there is a proposal about the observation of the analyzed magazine, edition 1925, year 38, number 40, of October 2005, confronted with the theoretical reference, which turned possible to verify influence of *Veja* in the public opinion's decision and, consequently, in the ballot box result.

**Key-words:** press, media, Referendum, *Veja*, authoritative discourse, persuasion, public opinion, ideological discourse.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>1 GÊNEROS DO DISCURSO.....</b>	<b>13</b>
<b>2 ESTRUTURA DA LINGUAGEM NO JORNALISMO.....</b>	<b>16</b>
<b>3 HISTÓRIA DA LINGUAGEM NO JORNALISMO.....</b>	<b>19</b>
<b>4 PERSUAÇÃO E IDEOLOGIA NOS DISCURSOS MUDIÁTICOS.....</b>	<b>23</b>
<b>5 ANÁLISE DO DISCURSO DA REVISTA <i>VEJA</i>.....</b>	<b>27</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>36</b>

## INTRODUÇÃO

O referendo sobre a comercialização de armas de fogo e munição, realizado em 23 de outubro de 2005, foi um momento em que diversos pontos de vista se colocaram em oposição, na sociedade brasileira. Momento em a que a polêmica foi o carro-chefe de diversas formas de imprensa. Havia um discurso favorável ao desarmamento, e por isso em acordo com o discurso oficial. Era o discurso aceito por artistas que usaram sua imagem para convencer o público de que o desarmamento da população civil seria essencial para a diminuição da violência urbana, ignorando fatores que levam à criminalidade. Era também o discurso da Igreja posicionado contra a comercialização de armas e munição.

No entanto, havia um discurso contrário ao desarmamento, que argumentava de seu lado que a situação era muito pior do que se apresentava e que somente a proibição ao comércio de armas não seria suficiente para eliminar a violência de fato. Contudo, a imprensa em geral não poderia se posicionar em um ou outro lado, embora o fizesse de maneira sutil, para não chocar a opinião pública.

Dentro de um estudo ideológico pretendo discutir como a imprensa em geral, e particularmente a revista *Veja*, se posiciona sobre o referendo do desarmamento. Dessa forma, a partir do texto publicado nessa revista especificamente, na edição 1925, ano 38, número 40, de 5 de outubro de 2005, e com bases em teorias de construção do discurso e de construção ideológica, farei um estudo do processo de produção da mídia no convencimento, persuasão dos leitores quanto a seu posicionamento.

Minha intenção é verificar o grau de influência persuasiva que a mídia possui junto a seus consumidores. Considero a *Veja* uma revista que influencia bastante por ser a de

maior circulação e venda no país. Observarei como ocorre a construção do discurso persuasivo e do discurso oficial a respeito do referendo feita pela mídia impressa, no caso, a revista *Veja*. Também farei uma análise do grau de persuasão do discurso jornalístico, colocando em pauta a discussão sobre a suposta imparcialidade da imprensa escrita. Existe realmente?

O referendo sobre a comercialização de armas de fogo e munição, realizado em 23 de outubro de 2005, mobilizou o interesse popular durante o período das campanhas do sim (favorável ao fim da comercialização) e do não (contra a proibição). Nesse período, a mídia deu vazão a esses dois diferentes pontos de vista e o embate entre os dois discursos antagônicos dominou, por algum tempo, jornais, revistas e televisão.

Dessa maneira, a mídia, no seu papel de mediadora entre leitores e realidade, permitiu o jogo polêmico das duas posições contraditórias: a do sim e a do não. O embate entre discursos é uma dinâmica constante no seio da sociedade, porém revistas dentre as quais *Veja*, assumiram um ponto de vista específico. Meu objetivo, na presente pesquisa, será analisar se a *Veja*, por meio de seu discurso sobre o desarmamento, tratou o assunto de forma imparcial ou não. Como fundamentação teórica, citarei alguns tipos de gêneros do discurso com base nas teorias de: *Estrutura da notícia*, de Nilson Lage; *Linguagem e persuasão*, de Adilson Citelli; *Bakhtin: conceitos-chave*, de Beth Brait; e *Análise do discurso: princípios e fundamentos*, de Eni Orlandi.

É possível também observar que a imprensa, em nossa época, está numa situação difícil. Há uma expectativa de que, mais do que apenas informar o leitor, ela possa ajudá-lo a entender o que está em jogo. Espera-se que jornais, revista e imprensa televisiva tenham também uma função orientadora e educativa. É um papel novo e que, por não ser eficientemente cumprido pelas escolas e universidades, atualmente está sendo exercido pela mídia. Porém, nem sempre a mídia conseguirá atingir esta expectativa. A frustração é

permanente porque ela não consegue dar o tratamento aprofundado aos assuntos mais complicados, por motivos os mais diversos. Mas será esse um papel legítimo da mídia?

As respostas a essas perguntas me levaram ao interesse sobre o tópico a que se destina este trabalho. A imprensa faz parte do nosso dia-a-dia e estamos sempre bombardeados com informações e opiniões sobre os fatos que ocorrem diariamente. A imprensa é uma influência no nosso modo de encarar a realidade, ou talvez até mais do que isso, a imprensa forma a e reforma a realidade em que estamos inseridos. Pensar no mundo de uma maneira globalizada, mesmo sem sair do seu próprio país, é um fato que só ocorre porque a imprensa nos traz o mundo para dentro de casa todos os dias.

Exemplos como esse do referendo e da cobertura feita pela imprensa a esse respeito podem nos ajudar a entender como ocorre e se existe um processo de manipulação da informação de forma a também manipular a opinião dos leitores. Além disso, poderemos observar o verdadeiro compromisso da mídia com a objetividade e a imparcialidade. Será que tal compromisso com a imparcialidade ainda existe?

O interesse da minha pesquisa se resumirá à análise da construção ideológica da revista *Veja* em torno da discussão sobre o desarmamento, seu posicionamento, parcial ou não, sobre a questão e de que elementos persuasivos ela lança mão para o convencimento dos leitores ou público-alvo. Para facilitar o estudo pretendido, o presente trabalho será dividido em cinco partes, sendo a primeira destinada aos gêneros do discurso. Essa parte é relevante por apresentar visão do gênero por Bakhtin e Fairclough, teóricos que refletiram sobre a diversidade do discurso e as práticas sociais.

A segunda parte tratará da estrutura da linguagem jornalística e a comunicação por imagem. nesse tópico, veremos que o texto se constitui a partir da linguagem e esta pode utilizar regras sintáticas, performáticas, imagéticas e ideológicas.

A terceira parte faz um resgate da história da linguagem jornalística com um breve histórico do surgimento das primeiras cidades e a necessidade de se utilizar mecanismos que sistematizassem e organizassem o conhecimento e a informação. De uma imprensa sensacionalista, com ênfase em histórias sentimentais e de crimes, assume a maturidade da notícia com a idéia de imparcialidade e informação fiel aos fatos.

Na quarta parte são apresentados três tipos de discurso: o polêmico, o lúdico e o autoritário. Este último traz como característica principal a marca da persuasão. Essa parte do trabalho refere-se à persuasão, especificamente, e a ideologia, presentes no discurso midiático.

E, quinta parte, a análise do discurso da Revista *Veja*, foco deste trabalho. Na análise, apresento o assunto, os envolvidos, a estratégia de comunicação e os recursos utilizados pela revista para convencer o seu leitor a votar de acordo com a intenção da linha de pensamento assumida por *Veja*.

Por último, apresento as considerações e a reflexão deste trabalho, o qual me proporcionou momentos árduos de pesquisa, mas também contribuiu para o reconhecimento teórico que se almeja para transformar a teoria em prática. Com este propósito a pesquisa que realizei não tem um ponto final, ou pelo menos se espera que esse aprendizado possa contribuir para a descoberta do que subjaz no texto: o que está mais ou menos visível ou mais ou menos mascarado.

## 1 GÊNEROS DO DISCURSO

Segundo Bakhtin (2003), a riqueza e a diversidade do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e torna-se complexo determinado campo.

Para Fairclough (2003, p. 65), gêneros são especificamente aspectos discursivos de maneiras de agir e interagir no curso de eventos sociais. Em relação ao gênero, temos que verificar como o texto representa e como contribui para a interação social. As formas de ação e interação em eventos sociais são definidas pelas suas práticas sociais e de como estão juntas. A mudança no gênero é a de como diferentes gêneros são combinados. Novos gêneros se desenvolvem através da combinação de gêneros existentes (FAIRCLOUGH, 2003, p. 66).

Um texto específico ou a interação não é um gênero específico – é principalmente envolver a combinação de gêneros diferentes: a) gêneros variam muito consideravelmente em termos de grau de sua estabilização, imobilização e homogeneização. Alguns gêneros não mudam com facilidade, talvez por já terem um modelo determinado e outros são mais flexíveis e existe uma tensão entre a pressão diante da estabilização; b) não há nenhuma terminologia própria para gênero. A abordagem geral adotada (na análise do discurso) é para entender o caráter interdiscursivo do texto (uma mistura específica de gêneros, discursos e estilos) como percebidos na semântica, gramática e léxico (vocabulário), características do texto em seus vários níveis de organização. Gêneros são percebidos em significados da ação, formas de um texto, discursos em significados e formas identificáveis (FAIRCLOUGH, 2003, p. 66).

Para Fairclough (2003, p. 68),<sup>1</sup> há três tipos de gêneros que sempre seguem o contexto social, haja vista o objetivo a ser atingido: o diálogo, o argumentativo e o narrativo. Uma das dificuldades com o conceito de gênero é que pode ser definido em termos de diferentes níveis de abstração. Por exemplo, pode-se dizer que Narrativa é um gênero como a Notícia também é, no sentido de narrativa factual, sobre eventos reais e também notícias televisivas, isto é, a forma específica de reportagem característica de notícias de televisão.

Alguns jornais ou capas de algumas revistas semanais indicam o estilo de cada um. A partir não só dos assuntos em pauta no momento, mas das escolhas verbo-visuais que são feitas para expor esses tópicos, e, também, da relação que o jornal mantém ou pretende manter, com seus leitores. Brait (1995, p. 86) diz que o conjunto formado pela página, como fotos e manchetes, revela o estilo jornalístico, ou seja, a maneira pela qual o jornal constrói seu discurso, levando ao leitor não somente os acontecimentos narrados, mas também sua posição diante dos fatos. E isso não ocorre por meio de explanação direta em relação aos acontecimentos, mas pela entonação dada pelo projeto gráfico.

Quando falamos de discurso, imaginamos primeiramente os textos escritos por meio de códigos que denominamos alfabeto. A escrita constitui processo de estilo e como tal nos leva a aquisição de conhecimentos diversificados no tempo e no espaço, pois podemos entender o que se passou no passado, presente e predizer tendências que poderão ou não perfazer um tempo futuro. Em “O autor e o herói na atividade estética” (BAKHTIN, 1930, apud BRAIT, 1995, p. 87), podemos dizer que

o estilo, também pensado da perspectiva artística, é definido como conjunto operante de procedimentos de acabamento. Isso implica, dentre outras coisas, um ponto de vista em que a escrita se destaca como sendo a relação do autor com a língua e, conseqüentemente, sua forma de utilização da língua. Via material impresso transparece, na verdade a relação do autor com a vida, ou seja, o estilo artístico não trabalha com palavras, mas com os componentes do mundo, com os valores do mundo e da vida, podendo, portanto, o estilo ser definido como o conjunto dos procedimentos de formação e de acabamento do homem e do seu mundo. E é esse estilo que determina, também, a relação com o material, com a palavra.

---

<sup>1</sup> Tradução minha.

Para se obter a definição de gêneros discursivos, destaca-se o fato de que todos transitam pelas atividades humanas e devem ser pensados, de maneira cultural, a partir de temas, formas de composição e estilo. Além da atividade literária, todas as outras atividades implicam gêneros e por consequência, estilos. Bakhtin (2003, p. 279) ainda menciona que a utilização da língua ocorre por meio de enunciados, orais e escritos, concretos e únicos, proveniente dos integrantes de uma ou de outra esfera da atividade humana. Esses enunciados refletem as idéias e interesses dessas esferas sociais, trazendo consigo não só o conteúdo temático e o estilo, mas, sobretudo, a construção da composição. Estes três elementos (conteúdo temático, estilo e construção composicional) encontram-se amalgamados no todo do enunciado, e são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação.

O autor considera que o estilo também depende do tipo de relação existente entre o locutor e outros parceiros da comunicação verbal, ou seja, o ouvinte, o leitor, o interlocutor próximo e o imaginado (o real e o presumido), o discurso do outro, e demais tipos. De acordo com o autor, a expressividade do nosso enunciado é determinada pelo seu conteúdo, enquanto objeto, e pela influência do discurso do outro sobre o nosso. Os enunciados do outro agem sobre certo pontos do nosso discurso e o formam. Essa expressividade, à qual Bakhtin se refere, é uma resposta, em menor ou maior grau, e manifesta não só sua própria relação com o objeto do enunciado, mas também a nossa relação com os enunciados do outro.

O escritor é também alguém que pode agir a distância ao transformar as visões do mundo e as práticas cotidianas de pessoas que travam interação com seus textos. As idéias e os pensamentos humanos também nascem e formam-se em interação e em luta com o pensamento do outro, o que não deixa de destacar que nosso pensamento, nossas ações e nosso discurso se constitui e é constituído pela linguagem, seja ela oral, escrita, corporal e outras.

## 2 ESTRUTURA DA LINGUAGEM NO JORNALISMO

O texto escrito é feito a partir da linguagem falada utilizando-se de regras sintáticas, para suprir a necessidade de levar o registro além do ambiente do discurso, no espaço e no tempo. Essas regras fazem com que a

situação (relações entre falante e ouvinte, empatia, repertório comum), o envolvimento (paisagem ou arquitetura, grau de ruído, luz e sombra), o feedback instantâneo (reações imediatamente percebidas dos ouvintes e que orientam o prosseguimento da fala), a entonação e a variedade significativa das pausas. (LAGE, 1998, p. 6).

No momento atual, a comunicação por imagem é tão necessária quanto a escrita no que concerne à notícia. Para Lage (1998, p. 7), a imagem é exemplo de semântica analógica, quando um jornal ou revista associa as palavras e o que elas significam, seguindo uma convenção. Desse modo, o signo é arbitrário, pois equivale à vontade de determinado grupo. Diante de uma notícia transformada em texto escrito, podemos indagar como isso teria acontecido e imaginar o que realmente teria ocorrido. Mas, diante de um relato com imagens sucessivas, nos indagamos sobre o que isto quer dizer ou mesmo qual o nome que podemos dar a isso. Em outras palavras, “uma imagem pode conter informação que não cabe em mil palavras, uma palavra pode resumir o conhecimento de mil imagens” (LAGE, 1998, p. 7).

Quando analisamos uma revista, devemos observar também a linguagem não verbal que ela apresenta, pois muito da comunicação deste tipo de imprensa vem por meio da linguagem não verbal. O que muitas vezes nos chama mais atenção do que o próprio texto em si.

A utilização do código das cores é relativamente simples, não parece existir simulação. É um código operante, com o qual, nas capas das revistas, pouco se especula com as possibilidades de significação, pois o intuito é comunicar, e comunicar, na concepção das revistas, requer trabalhar com um código que possa ser amplamente lido.

Uma capa é considerada legível pelo leitor quando comunica, porque aproveita modelos prévios, modelos comuns de entendimento, contribuindo ainda para seu reforço. Não se trata de estimular a geração de novos significados; pelo contrário, explora-se o que se conseguiu forjar de vocabulário comum em uma longa temporalidade.

De acordo com Décio Pignatari (1995), comunicar significa partilhar modos de viver, comportamentos que existem porque há um conjunto de normas ou um código, sistema preestabelecido que representa e transmite mensagens. E ainda mais, apenas absorvemos a informação de que sentimos necessidade e que nos é inteligível.

Ao trabalhar com repertórios comuns aos leitores, as mensagens têm algo a nos dizer sobre nós mesmos, sobre como somos, como pensamos. Em relação à codificação, esta seria uma transformação, geralmente unívoca e reversível, por meio da qual mensagens podem ser convertidas de um conjunto de signos para outro. Dessa forma, as linguagens teriam um longo desenvolvimento orgânico, enquanto que os códigos seriam inventados para algum fim específico e sujeitos a regras explícitas. A verdade, no entanto, é que na medida em que se introduz a ambigüidade num código – ou seja, quando sua reversibilidade não é perfeita – ele começa a tingir-se de certas características de linguagem, ou melhor, de língua.

As informações podem ser codificadas em palavras, gestos, cores que vão aparecer nas imagens. Devem ser constantemente lembrados que um projeto editorial e gráfico esvazia-se no instante em que uma ambigüidade é inserida nos códigos. O uso das cores não pode garantir que outras associações sejam feitas pelos leitores, o que transformaria, segundo Pignatari (1995), o código em linguagem, reativando o espaço da criação, do

inusitado. Com isto, o uso codificado das cores não significa que as cores formem um código; mas em uma linguagem, que não segue esquemas rígidos. Para cada leitor, existe a possibilidade de que tragam elementos novos de semiótica. Assim, o que era produzido com o código recoloca-se como linguagem, e quem era visto como consumidor torna-se leitor.

Os editores sempre esperam que a capa seja equilibrada, mesmo as tensões trazem em si algum elemento de resposta, de apaziguamento. As tensões precisam ser resolvidas, ao menos encaminhadas a uma resposta. Existem outros códigos além das cores, utilizados de maneira sintética, tais como o valor semântico das palavras e a expressão corporal, dentro de certos limites de compreensibilidade. E são utilizados ao mesmo tempo, enriquecendo a comunicação e reforçando as redundâncias, de forma a explicar as imagens compostas como capas de revista.

O discurso da imprensa é uma comunicação mediada em um sentido por causa das novas tecnologias e acaba por combinar diversos gêneros em resposta aos interlocutores. As revistas em específico combinam diferentes modalidades semióticas, pois além de incluir textos verbais ainda incluem imagens visuais.

### 3 HISTÓRIA DA LINGUAGEM NO JORNALISMO

Com o surgimento das primeiras sociedades urbanas e a crescente relação social entre elas, se fez necessária a utilização de diferentes códigos para a organização e retenção do conhecimento. Os códigos utilizados são os sinais da escrita, os números, os rituais religiosos, as notas musicais (criadas entre os séculos XI e XIII, na Baixa Idade Média). A mais recente linguagem criada é a informática.

De acordo com Lage (1998), quanto menos pessoas tivessem acesso aos códigos, maior seria o destaque dos que os compartilhassem. Assim, na corte francesa de Luís XIV, a moda foi um dos principais instrumentos da monarquia para submeter a nobreza dos burgueses, humilhando esses “imitadores” que jamais estavam “na moda”, ao mesmo tempo em que decretos reais reservavam o uso de certas cores e tecidos para a nobreza. Numa sociedade onde a maioria não sabia ler, a linguagem visual ajudava a determinar as posições sociais.

Para a História, o mais importante código é a escrita, criada pelos sumérios nas primeiras cidades da Mesopotâmia, há mais de cinco mil anos, e associada ao desenvolvimento dos primeiros Estados, que precisavam calcular áreas de plantio, estoques de grãos, dívidas entre cidadãos, fórmulas de rituais religiosos, e outros. A escrita ideográfica, na qual cada símbolo representava uma idéia ou coisa, como os hieróglifos egípcios, evoluiu para a cuneiforme, isto é, em forma de cunha, pois os sinais eram gravados com estiletos sobre blocos de argila.

Segundo as mais modernas investigações especializadas, a escrita teria surgido nas imediações do Monte Sinai, daí se irradiando em todas as direções. E à proporção que outros grupos humanos a aceitaram, lhe foram dando uma forma própria, sinais que se

tornaram peculiares a cada grupo, símbolos que tomavam feição particular: começavam assim os muitos e diferentes idiomas espalhados pela Terra (BARSA, 1975, p. 320).

A invenção da escrita realizou-se de várias maneiras, em momentos distintos e em diversos pontos do mundo, e correspondeu sempre a necessidades da civilização urbana, em sociedades dotadas de unidades fabris relativamente desenvolvidas, comércio ativo e estado organizado (BARSA, 2004, p.480).

Após a colonização da América e a expansão do comércio oceânico e disputas econômicas entre os estados mercantis de Portugal, Espanha, França, Inglaterra e Holanda, onde havia muita acumulação de riquezas, o latim já era uma língua culta. Ela era usada apenas por eruditos e padres.

A imprensa periódica surgiu no momento em que as línguas nacionais ganhavam magnitude e que era impostas a partir dos centros de poder, sobre as províncias condenadas a terem seus idiomas reduzidos a dialetos (LAGE, 1998, p. 10).

A imprensa nos EUA jamais sofreu censura de Estado. Isso não quer dizer que tenha sido poupada da pressão de grupos econômicos e religiosos e outros movimentos de opinião. Os americanos possuem uma emenda na Constituição que proíbe a intervenção na imprensa, mas na verdade nos anos que se seguiram à Independência, nenhuma força interna se opunha ao regime da Federação. As pessoas que tinham motivos para reclamar eram os escravos e índios, os quais não dispunham de acesso à escrita.

Nos anos de Hearst e de Pulitzer, a imprensa deu ênfase às histórias sentimentais e de crimes que distraem e ao mesmo tempo projetam aspirações e angústias das grandes massas. O tratamento emocional desses temas gerou o que hoje se chama de imprensa sensacionalista – competitiva, voltada para a coleta de informações a qualquer preço e, eventualmente, mentirosa (LAGE, 1998, p. 14).

A fim de superar o sensacionalismo, os jornalistas americanos conseguiram se impor às técnicas de apuração e tratamento de informações. Eles foram buscar no espírito científico o respeito pelos fatos empíricos e o cuidado para não ir além do que os fatos indicam. A idéia da imparcialidade é parte dessa postura, que se contrapôs ao modelo sensacionalista nos grandes jornais da América.

Foi nos EUA que o jornal-empresa atingiu sua maturidade. A divisão de trabalho nas redações centralizou o “gatekeeping” – decisão sobre o que vai ou não ser publicado – em editores que se orientam por leis de mercado ou por conveniências que traduzem o jogo dos grupos de pressão ou entidades abstratas como o interesse nacional (LAGE, 1998, p. 15).

Segundo Lage (1998, p. 46),

o futuro do jornal parece estar mais ligado à reportagem. Esta palavra tem dois sentidos: por um lado, designa o setor das redações que trata da apuração e codificação de dados, em geral; por outro, um gênero jornalístico diferente da notícia por vários aspectos:

A reportagem não cuida da cobertura de um fato ou de uma série de fatos, mas do levantamento de um assunto conforme ângulo preestabelecido. Noticia-se que um governo foi deposto; fazem-se reportagens sobre a crise político-institucional, economia, social, etc.

A informação tornou-se de tal modo crescente que é necessário selecioná-la. Os critérios tradicionais do marketing de notícias como o sensacionalismo e a imparcialidade que pretende trazer o mundo às mãos do consumidor, não fazem parte dessa questão.

O direito individual de escolha entre os veículos de informação esgota-se nas possibilidades que são oferecidas, e a padronização faz com que todos eles se pareçam. O jornalismo é hoje atividade especializada e tenderá a ser cada vez mais. Permitir a participação do público através de cartas aos jornais ou telefonemas às emissoras é boa estratégia, embora a maioria das pessoas não se motive para esse tipo de intervenção. (LAGE, 1998, p. 52).

No Brasil, o jornalismo de certa forma está ligado à história do país. Os anos de censura impostos à sociedade pelo regime militar foram destacadas e criticados pela imprensa alternativa, como era chamada por fazer oposição sistemática à ditadura. Para Chinem (1995, p. 8), “entre a verdade e a lenda, a propaganda oficial e parte da grande imprensa davam preferência ao que era mais cômodo, ao que interessava aos donos do poder”. Ao passo que havia publicações que denunciavam torturas e violação dos direitos humanos, com críticas ao modelo econômico em voga. Os jornalistas eram responsáveis desde a pauta e elaboração das notícias veiculadas até a distribuição em bancas de revistas ou locais improvisados, por meio de movimentos sindicais que operavam na clandestinidade ou organizados nas periferias das cidades.

Com o fim da censura, a imprensa passa a ter possibilidade de uma ação de massa mais ampla. Como a censura procurava impedir a divulgação da imprensa alternativa, com o fim dela houve uma multiplicação de tiragens, a divulgação e discussão dos acontecimentos políticos, sociais e locais tornaram-se evidentes. A notícia passa a fazer parte do espetáculo, abrindo para o sensacionalismo, tendo um tratamento superficial. Os critérios comerciais ultrapassam e cristalizam os valores culturais ou informativos.

Diferente dos EUA, cuja imprensa não sofreu censura de Estado, a brasileira criou um tipo de resistência contracultural no sentido amplo, de público universitário, de teatro, de música, de propaganda, de cinema, de grupos estigmatizados. Essa resistência não é vista, ou é pouco encontrada nos dias atuais, pois a imprensa “vende” a informação como mercadoria, e não concebe a ela a importância que transcende aos fatos apresentados aos olhos do leitor diariamente.

## 4 PERSUASÃO E IDEOLOGIA NOS DISCURSOS MIDIÁTICOS

Para falar sobre persuasão e ideologia nos discursos midiáticos é preciso compreender até onde certas técnicas de convencimento verbal são articuladas aos elementos ideológicos para que haja um discurso persuasivo. A revista americana *Newsweek* era anunciada em cartazes publicitários afixados em pontos estratégicos, trazendo a mensagem que era *aquela que não persuadia, mas informava*.

De acordo com Adilson Citelli (2001, p. 5), a revista *Newsweek*, ao anunciar que não usa da persuasão, mas da informação, tentava convencer seus leitores de que era neutra quanto à questão jornalística e, portanto, estava longe de ser persuasiva.

Com essa atitude antipersuasiva, o intuito da revista era o de ter uma imagem de respeitabilidade e credibilidade junto a seus leitores. Mas ela não conseguiu se isentar da persuasão. Como diz o autor, o próprio *slogan* da revista, “aquela que não persuade”, já remete à idéia de que é um veículo marcado pela correção e honestidade, “diferente dos outros”, e no qual o leitor pode “confiar plenamente” (CITELLI, 2001, p. 5).

Construindo um discurso com uma negação de maneira sutil, quase impessoal, mas ao mesmo tempo utilizando-se de uma afirmação, o propósito, com esse *slogan*, é o de persuadir seus leitores acerca da verdade de outros veículos de informação. Isso mostra que existem graus de persuasão, uns são mais visíveis, outros mais sutis.

Para o autor, é difícil rastrear organizações discursivas que escapem à persuasão. Então, ele faz levantamentos de algumas questões sugeridas pelo discurso persuasivo, a fim de revelar certos mecanismos persuasivos no interior do discurso verbal, e também para compreender até onde certas técnicas de convencimento verbal são articuladas aos elementos que justificam a ideologia próprios do discurso persuasivo.

No livro *A linguagem e seu funcionamento*, de Eni Orlandi (2001), são apresentados três modos diferentes de discurso: o polêmico, o lúdico e o autoritário. Os três são formas híbridas de discurso, ou seja, existe a preponderância de uma sobre a outra, o polêmico pode conter o lúdico, ou o autoritário e assim por diante. Um dos níveis será o dominante, mais visível que o outro.

Lúdico significa jogo, portanto é um discurso marcado pelo jogo das interlocuções, isto é, um movimento dialógico onde o eu-tu-eu é dinâmico e tende a viver com signos mais abertos: se há mais verdade de um, então não há o desejo de convencer.

Este tipo de discurso tem uma forma mais aberta de discurso, por isso tem menor grau de persuasão que tende ao quase desaparecimento do imperativo e o da verdade única e acabada. Este tipo de signo tem uma dimensão múltipla, de forte polissemia.

Há um maior grau de persuasão entre os interlocutores no discurso polêmico, pois haverá uma luta onde uma voz tentará impor-se a outra. Aqui o grau de polissemia tende a baixar, pelo fato do “eu” querer dominar o “referente”.

O discurso polêmico apresenta argumentos que podem ser contestados. O enunciador procura dominar o seu referente, tal como argumenta Orlandi (1983, apud CITELLI, 2001, p. 49): “Os participantes não se expõem, mas ao contrário procuram dominar o seu referente, dando-lhe uma direção, indicando perspectivas particularizantes”.

Esse tipo de discurso pode ser encontrado em defesas de tese, em avaliações sobre problemas nacionais, em posições políticas e outros. “As discussões sobre o andamento das reformas previdenciária e tributária, os debates sobre clonagem humana, os problemas envolvendo a luta entre israelenses e palestinos têm permitido acumular vasto material polêmico” (CITELLI, 2001, p. 50).

Foi preciso, através do discurso polêmico, elaborar argumentos que conseguissem afirmar a posição do enunciador. O discurso dominante – como é feita a montagem de “roteiros” de argumentos para estruturar as redes de sentidos que formarão o plano polêmico do discurso.

A marca persuasiva é forte no “discurso autoritário”. É onde o domínio da palavra vai se impor mais que no discurso polêmico, e o processo de comunicação entre enunciador e receptor vai desaparecer, pois o receptor não terá a capacidade de interferir e modificar o que está sendo dito. Para Citelli (2001, p. 52),

é um discurso exclusivista, pouco afeito a aceitar mediações ou ponderações. O signo se fecha e irrompe a voz da “autoridade” sobre o assunto, aquele que irá ditar verdades como num ritual entre a glória e a catequese. [...] enquanto o discurso lúdico e o polissêmico tendem a um maior ou menor grau de polissemia, o autoritário fixa-se num jogo parafrásico, isto é, que se repete uma fala já sacramentada pela instituição: o mundo do diálogo perde a guerra para o mundo do monólogo.

Um veículo de informação de massa que faz o apelo publicitário de convencer o seu leitor a pensar contra ou a favor de um determinado assunto de grande repercussão pública, tende a fazer um apelo publicitário que tem por objetivo racionalizar o pensamento do cidadão. Isso faz com que se torne imperativo a intenção de que todos acreditem ou aceitem o argumento de tal assunto.

De acordo com Courdresses (1936, apud CITELLI, 2001, p. 52-53), a análise dos discursos deve ser considerada em função de quatro elementos: distância, modalização, tensão, transparência. Citelli (2001, p.46) faz uma adequação dessa proposta para entender melhor a modalidade autoritária:

1. Distância – Não há a presença do referente no enunciado. A voz do enunciador é mais forte que os elementos enunciados.
2. Modalização – A maneira de construir o enunciado. O texto autoritário usa o imperativo, caráter parafrásico.

3. Tensão – O emissor / enunciador impõe à fala do receptor / destinatário não há espaço para respostas, pois a voz do “eu” irá comandar.
4. Transparência – O discurso autoritário apresenta maior grau de transparência, pois pretende ser compreendido pelo receptor de forma rápida e direta. O grau de polissemia do signo é diminuído, pois a mensagem é mais afirmada.

De um lado, temos a modalidade discursiva autoritária, a qual considera o discurso como “verdade absoluta”, por exemplo, o de caráter imperativo de muitas campanhas de publicidade e de propaganda. Por outro, a modalidade discursiva diplomática, a qual é utilizada nas relações internacionais através de negociações que cheguem a um senso comum para os interesses de várias nacionalidades. É uma modalidade mais flexível, pois a partir da palavra “negociar” já sugere que não há uma única direção da forma discursiva (CITELLI, 2001, p. 53).

De acordo com cada segmentação, que é verificada no interior de jornais, revistas ou telejornais, seções como esportes, política, polícia, o discurso jornalístico vai acentuar ou não os procedimentos persuasivos. O texto pode ter uma nota pequena ou estar em destaque, dependendo do plano de convencimento do seu leitor / receptor.

Apresentarei a seguir as estratégias de comunicação e a análise do discurso da reportagem sobre o “Referendo das Armas – 7 Razões Para Votar NÃO” da Revista *Veja*, edição 1925 – ano 38 – n. 40, de 5 de outubro de 2005, da Editora Abril.

## 5 ANÁLISE DO DISCURSO DA REVISTA *VEJA*

A revista *Veja* expõe a questão do referendo de forma a tentar convencer o leitor a votar contrário ao desarmamento. Desde a abertura da reportagem ela julga o referendo como um “disparate”. *Veja* acredita que a atitude que melhor serve aos interesses dos seus leitores e do país é incentivar a rejeição da proposta de proibição. O sucesso de uma consulta popular deriva, antes de mais nada, da correção e da honestidade da questão a ser respondida pelos cidadãos. A pergunta que será feita no referendo das armas é um disparate. Ela ilude o leitor.

A revista em questão não está cumprindo simplesmente a função que a imprensa tem, historicamente, de informar. Aqui, o discurso tem em vista esclarecer e convencer o leitor de um ponto de vista particular, como cogita Citelli (2001, p. 52) ao dizer que “é nessa forma discursiva que o poder mais escancara suas formas de dominação”. É um discurso que pode se considerar autoritário, no qual o domínio da palavra vai se impor mais que no discurso persuasivo e o processo de comunicação entre enunciador e receptor tende a desaparecer, pois o receptor não terá capacidade de interferir e modificar o que está sendo dito. É propaganda contrária ao desarmamento.

Enquanto a maioria dos recursos midiáticos utiliza o discurso polêmico, *Veja* está sendo autoritária não deixando margem para discussões posteriores. *Veja* julga e condena o referendo (Anexo I, página 77): “(O referendo) É uma trapaça, pois, mesmo que o SIM vença por larga margem, ‘o comércio de armas de fogo e munição’ no Brasil vai continuar sendo exercido com todo o ímpeto pelo contrabando”.

O discurso jornalístico, como vem acontecendo, tende a ser persuasivo. Há maior grau de persuasão quanto mais polêmica é a questão, pois há a tendência de o enunciador

procurar dominar o seu interlocutor, como acontece no discurso polêmico, citado anteriormente.

A revista não expõe argumentos prós e contras, pelo contrário, ela passa ao discurso autoritário. Não deixa abertura para que a polêmica se instaure. É taxativa em seu discurso: (ANEXO I, página 78): “A maneira como a pergunta do referendo foi formulada é, em si, desonesta”.

O estilo de fazer reportagem está além dos acontecimentos narrados, colocando ao leitor uma determinada posição diante dos fatos. E isso acontece de uma maneira direta em relação ao referendo.

“Enquanto o discurso lúdico e o polissêmico tendem a um maior ou menor grau de polissemia, o autoritário fixa-se num jogo parafrásico, isto é, que se repete uma fala já sacramentada pela instituição: o mundo do diálogo perde a guerra para o mundo do monólogo” (CITELLI, 2001, p. 52).

No caso dessa revista, que é um veículo de comunicação de massa, *Veja* faz o apelo publicitário para convencer o seu leitor a votar contra o desarmamento. Apelo cujo objetivo é o de racionalizar o voto do cidadão e tornar imperativa a intenção de que todos votem “NÃO” quanto à questão de desarmar a população brasileira.

Análise do discurso da revista *Veja*, páginas 82, 83, 84, 85, 86 e 88, segundo o modelo de Citelli (2001):

Assunto: As razões para votar “não” no referendo de 2005, sobre o desarmamento no Brasil.

Envolvidos: Governo, imprensa, opinião pública e opinião da revista referida.

Estratégia de comunicação: Convencer os seus leitores a votar “não” no referendo sobre o desarmamento.

Recurso de comunicação: Imagem fotográfica e linguagem verbal.

PRÓS	CONTRAS
1. Não tem	1. Países que proibiram a venda de armas tiveram aumento da criminalidade e da crueldade dos bandidos.
2. Não tem	2. As pessoas temem as armas. A vitória do “SIM” no referendo não vai tirá-las de circulação no Brasil.
3. Não tem	3. O desarmamento da população é historicamente um dos pilares do Totalitarismo. Hitler, Stalin, Mussolini, Fidel Castro e Mao Tse-Tung estão entre os que proibiram o povo de possuir armas.
4. Não tem	4. A polícia brasileira é incapaz de garantir a segurança dos cidadãos.
5. Não tem	5. A proibição vai alimentar o já fulgurante comércio ilegal de armas.
6. Não tem	6. Obviamente, os criminosos não vão obedecer à proibição do comércio de armas.
7. Não tem	7. O referendo desvia a atenção daquilo que deve realmente ser feito: a limpeza e o aparelhamento da polícia, da justiça e das penitenciárias.

Fonte: Texto adaptado de *Veja* (2005).

Com a análise feita a partir do artigo sobre o Referendo das armas, pode-se notar que a revista *Veja*, em seu artigo sobre o desarmamento (ANEXO I, p. 82), possui um discurso próprio a modalidade autoritária. Não há possibilidade de diálogo com o leitor, pois o processo de comunicação entre enunciador e receptor vai desaparecer. O discurso é exclusivista, o significado se fecha e irrompe a voz da “autoridade” sobre a questão, ou seja, dita as verdades em que acredita.

No caso específico desta análise, a capa da *Veja* (Anexo I, capa), quando o assunto em pauta era o desarmamento, traz, dentro de um fundo vermelho, a caricatura de um

homem que faz o sinal da paz enquanto é cercado por armas pesadas. As cores vermelha e preta que predominam na capa e a face assustada do homem não deixam dúvidas quanto à situação complicada em que está envolvido o homem e os leitores de *Veja*. As cores são um sistema de códigos bastante interessante de ser analisado em meios midiáticos, conforme citado na segunda parte deste trabalho: “A estrutura da linguagem no jornalismo”.

A capa cria no leitor uma expectativa de tempo dos olhares, tempo curto, fragmentado. Por isso há também a utilização das cores que aparecem de forma codificada, que estão presentes na cultura, são facilmente decodificáveis, e não exigem tempo maior. Dessa forma, há uma proposta temporal nas capas, proposta de tempo ágil, recortado, que leva em conta a concorrência das imagens, o que supõe um consumidor apressado e ajuda a constituí-lo.

A nossa sociedade é uma “sociedade de informação”, isto é, a informação é social porque é destinada ao público e a sociedade aguarda ansiosamente por ela para que seja distribuída. Há uma expectativa em relação a esta distribuição. A informação guarda em si a idéia de salvação. A comunicação das notícias é esperada como parte da formação da identidade do cidadão. E quando a notícia é bem próxima da realidade atual ou se trata de questões políticas, a participação e o interesse do público receptor da informação é muito maior.

No caso do referendo, é importante notar que o discurso de *Veja* é altamente persuasivo. Por exemplo:

“*Veja* acredita que a atitude que melhor serve aos interesses dos seus leitores e do país é incentivar a rejeição da proposta de proibição” (ANEXO 1, p. 77).

“A maneira como a pergunta do referendo foi formulada é, em si, desonesta” (ANEXO 1, p. 78).

A persuasão nos casos citados faz parte de uma tentativa de convencimento dos leitores para um determinado ponto de vista que não admitia diálogo e interlocução, o que caracteriza o discurso autoritário que a revista assumiu. Por exemplo:

“O próprio nome da campanha – pelo desarmamento – é enganoso. O título tem apelo popular, mas não traduz com fidelidade o que está sendo proposto” (ANEXO 1, p. 80).

Todos os elementos semióticos, que *Veja* nos traz, levam ao mesmo ponto, ambos texto e imagem, não pretendem deixar margens para dúvidas. O recado é claro: diga NÃO ao desarmamento. Nas palavras da revista, por exemplo, “7 razões para votar NÃO” (ANEXO I, capa).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como consumidores de informações, é evidente que, esperamos dos meios midiáticos uma apresentação imparcial dos fatos, é o que se espera do jornalismo em geral: que ele não seja tendencioso e nem corrobore nenhum tipo de ideologia dominante. Entretanto, sabemos que a objetividade e total imparcialidade, apesar de ser um compromisso permanente da imprensa e de o leitor ter possibilidade de escolha, não é fato observado todo o tempo. Os veículos de comunicação assumem sim um posicionamento frente a um debate que mobiliza a sociedade.

No caso do referendo, *Veja* assumiu uma posição contrária ao discurso oficial defendendo o não. A linha editorial da revista é afeita às opiniões polêmicas. Sendo a revista campeã de vendas com 1,1 milhão de exemplares vendidos semanalmente, é uma opinião que apareceu nos lares de muitos brasileiros e possivelmente influenciou muitos votos.

A mídia tanto pode ser um suporte ideológico do discurso dominante, como também um espaço de produção de estratégia de rebelião e resistência contra discursos oficiais. Com isto, observa-se que grande parte da imprensa foi francamente favorável ao sim. A grande surpresa foi *Veja* não só se posicionar contrária ao discurso oficial, mas também o fazê-lo por meio de uma reportagem opinativa, como se fosse um editorial.

*Veja* mexeu com um problema do jornalismo que pretende ser imparcial, crítico e apartidário, preservado de opiniões alhures, no entanto, na maioria das vezes não é assim que se comporta o jornalismo brasileiro. A cobertura da imprensa durante o referendo é prova disso.

Após a análise do discurso a respeito da campanha sobre o referendo das armas, pode-se concluir que a posição de certos meios jornalísticos (*Veja* em específico) é totalmente autoritária. A revista em questão enfatiza veementemente que as pessoas devem votar “NÃO” no referendo. Ela não se preocupa em polemizar, isto é, colocar para seus leitores os prós e contras ao desarmar a população e se isso realmente será um bom começo para a diminuição da criminalidade no Brasil.

A revista *Veja* mostra o não cumprimento da função da imprensa que é apenas a da informação. De acordo com Citelli e outros teóricos, esse tipo de discurso tende a ser exclusivista, pois não aceita mediações ou ponderações. *Veja* se fecha ao impor sua opinião sobre um assunto de grande importância para o país, no qual a decisão de que, através de um referendo, ao desarmar a população diminuirá a criminalidade.

Para *Veja*, ao desarmar a população, não só não diminuirá a criminalidade, mas ao contrário irá simplesmente fortalecer o arsenal dos bandidos e fragilizar as pessoas de bem. Ela faz um apelo convincente para o seu leitor que, se ele não pensar bem e votar “SIM” a favor do desarmamento, ele estará em pior situação, pois os bandidos saberão que ele não terá como se defender. O apelo publicitário de *Veja* não fez com que seu leitor pensasse por si próprio se votaria contra ou a favor sobre esse assunto. Simplesmente o apelo feito foi de maneira enfática, autoritária e imposta. Ela ditou sua posição de forma imperativa e como verdade absoluta própria do discurso autoritário.

Portanto, a construção do discurso da revista *Veja* teve um alto grau de influência junto aos seus leitores, pois conseguiu atingir o seu objetivo, por meio de seu posicionamento ideológico em relação ao assunto desarmamento. Desde a análise não verbal contida na capa da revista, que chama a atenção de seus leitores pelas cores e pela imagem, como também pela linguagem verbal, que já coloca a opinião da revista sobre o assunto. A partir da

linguagem utilizada pela revista, pode-se observar que não houve imparcialidade, como se esperaria de um veículo da mídia impressa.

## REFERÊNCIAS

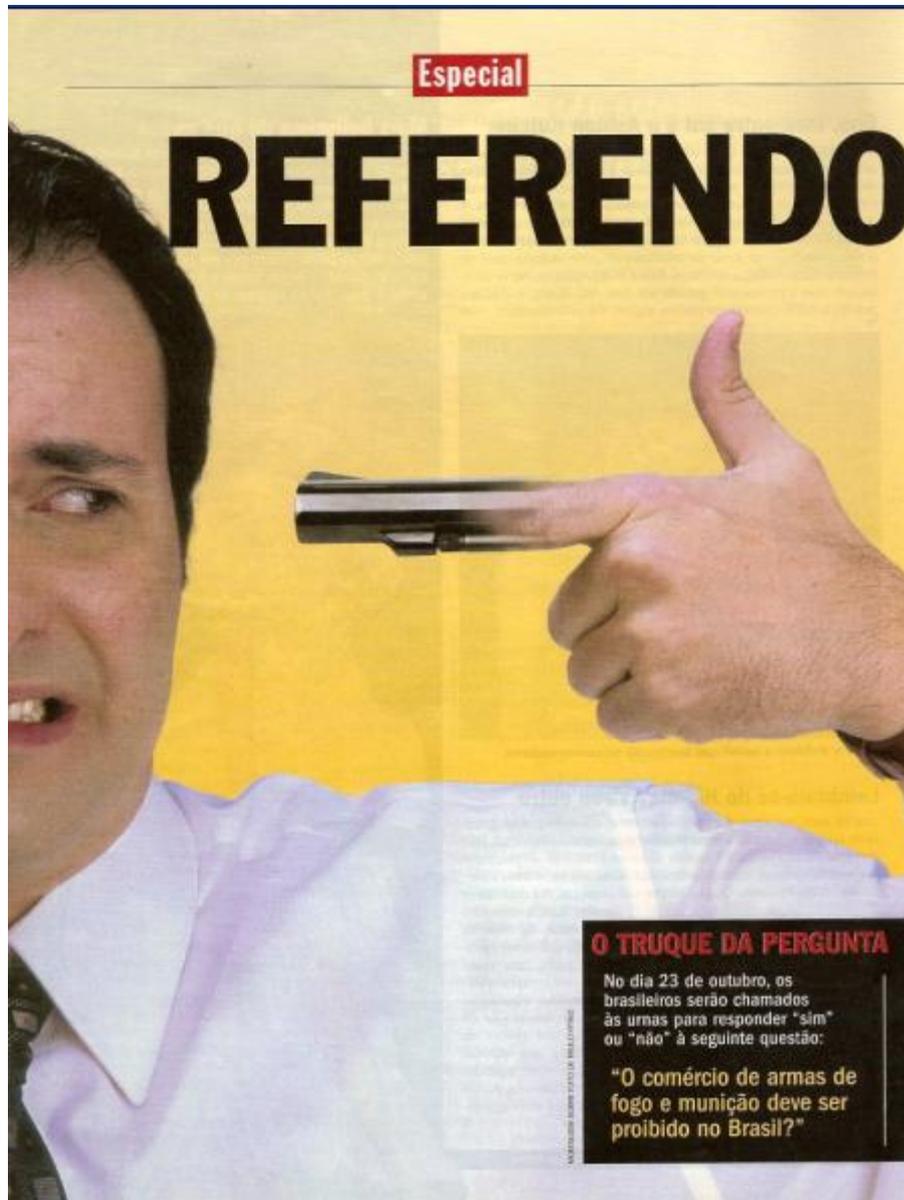
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Tradução de Maria Ermantina G. G. Pereira. São Paulo, Martins Fontes, 2003.
- BARSA. Enciclopédia Barsa. São Paulo: Encyclopaedia Britannica, 1975. v. 8.
- BARSA. Grande Enciclopédia Barsa. São Paulo: Barsa Planeta Internacional, 2004. v. 5.
- BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 1995.
- CHINEM, R. *Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo: Ática, 1995.
- CITELLI, A. *Linguagem e persuasão*. 15. ed. São Paulo: Ática, 2001. (Série Princípios).
- FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London and New York: Routledge, 2003.
- LAGE, N. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- GOULEMOT, J. M. Da leitura como produção de sentidos. In: CHATIER, R. (Dir.). *Práticas da leitura*. Tradução de Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- ORLANDI, E. *Análise do discurso: princípios e fundamentos*. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001.
- PIGNATARI, D. *Letras artes mídia*. São Paulo: Globo, 1995.
- VEJA, São Paulo, edição 1925, ano 38, n. 40, 5 out. 2005.

## **ANEXOS**

ANEXO I – CAPA



ANEXO I – PÁGINA 76



## ANEXO I – PÁGINA 77

# DA FUMAÇA

**7 RAZÕES PARA VOTAR "NÃO" NA CONSULTA QUE PRETENDE DESARMAR A POPULAÇÃO E FORTALECER O CONTRABANDO DE ARMAS E O ARSENAL DOS BANDIDOS**



Nas páginas seguintes, VEJA alinha sete razões pelas quais julga correto votar **NÃO** no referendo sobre o comércio de armas de fogo convocado para o próximo dia 23. O voto no referendo é obrigatório, como nas eleições. O Estado brasileiro vai fazer a seguinte pergunta aos cidadãos: "O comércio de armas de fogo e munição deve ser proibido no Brasil?". **VEJA** acredita que a atitude que melhor serve aos interesses dos seus leitores e do país é incentivar a rejeição da proposta de proibição. O sucesso de uma consulta popular deriva, antes de mais nada, da correção e da honestidade da questão a ser respondida pelos cidadãos. A pergunta que será feita no referendo das armas é um disparate. Ela ilude o eleitor. É uma trapaça, pois, mesmo que o **SIM** vença por larga margem, "o comércio de armas de fogo e munição" no Brasil vai continuar

Jaime Klintonitz

Metade do sucesso de uma consulta popular vem da correção e seriedade com que a questão é formulada. A pergunta do referendo do dia 23 de outubro é um disparate. Ela reduz um problema social complexo a uma simplória questão comercial

A pergunta do referendo de 23 de outubro poderia ser formulada de modo mais honesto e realista da seguinte maneira:

**"O Estado brasileiro pode tirar das pessoas o direito de comprar uma arma de fogo?"**



veja 5 de outubro, 2005 77

## ANEXO I – PÁGINA 78

sendo exercido com todo o ímpeto pelo contrabando em nossas porosas fronteiras e pelos eficientes agentes do mercado negro — alimentado em grande parte pelas próprias autoridades policiais encarregadas de desbaratá-lo.

A Suíça, país que praticamente é governado por referendos — já fez 531 desde 1848 —, tem como premissa básica de uma consulta popular que seu resultado seja impositivo. O que isso significa? Significa que não se pode correr o risco de a escolha produzida por meio de um referendo não ter efeito prático imediato, pois nesse caso se está desmoralizando o próprio povo, e não alguns poucos parlamentares eleitos para fazer leis em seu lugar. O povo não pode ser exposto ao ridículo. Por essa razão, os suíços aprenderam a não submeter a consultas populares questões cuja efetivação dependa da concordância de outros países, grupos de interesse capazes de tomar o voto popular inócuo. Para funcionar, o referendo da

e pessoas belicosas (os pró-armas). Obviamente, não é nada disso. Nem as pessoas que possam se entusiasmar com o voto SIM na proposta de consulta popular são todas elas exemplos de civildade e ordem nem os optantes pelo NÃO são brasileiros ávidos por correr às lojas em busca da última Magnum .357 ou de outra arma de fogo. O que torna o referendo das armas um erro em sua essência é justamente fazer pouco da boa-fé dos brasileiros que sofrem com o banditismo. O referendo é um despiste, uma tentativa de mudar de assunto, de desviar a atenção das pessoas do mal que realmente atormenta: o banditismo. Pior ainda. Como uma possível vitória do SIM não terá efeito positivo algum — ao contrário, vai ajudar a aumentar ainda mais o poder de fogo dos bandidos —, as pessoas vão se sentir culpadas pelos crimes que continuarão acontecendo. No campo pessoal, essa angústia foi exemplarmente aliviada pela escritora americana Susan Sontag,

mandes tem de se preocupar em fazer perguntas que não provoquem respostas distorcidas do público pesquisado. Uma das regras é que a questão não pode ter palavras com conteúdo emocional forte. Ao juntar "armas" e "proibição", os autores do referendo cometem esse deslize. Como o brasileiro está acostumado a relacionar armas com a criminalidade que assola o país, sua tendência natural é dizer sim à proibição, sem questionar se a medida serve para reduzir a violência.

Ninguém de boa-fé pode ser favorável à venda indiscriminada de armas de fogo. A ideia de um planeta sem armas é uma deliciosa utopia. Ninguém pode também se opor a ela desde que John Lennon pediu que se desse "uma chance à paz". O desastre é que o referendo do dia 23 não será um passo na direção dessa utopia. Se vencer o SIM, ele apenas vai desequilibrar ainda mais o balanço de forças entre as pessoas comuns e os bandidos — a favor dos bandidos. "As



**O REFERENDO  
PODE PROIBIR  
A VENDA  
DESTA ARMA...**

**...MAS NADA PODE  
FAZER PARA TIRAR  
ESTE ARSENAL DAS  
MÃOS DOS BANDIDOS**

proibição do comércio de armas no Brasil precisa da concordância de outros países (que vendem armas ilegalmente aos bandidos brasileiros) e de grupos particulares de interesse (os criminosos e seus asseclas na polícia). Certo como os impostos e a morte, os vendedores ilegais de armas continuarão alimentando o arsenal dos bandidos com equipamentos de destruição cada dia mais poderosos.

Os suíços veteraníssimos dos referendos aprenderam também a não pedir ao povo para votar em questões complexas, que exijam competência técnica e estudos detalhados para saber o que é certo ou errado. Essa lição ajuda a iluminar outro erro estrutural do referendo das armas a ser proposto no Brasil. A pergunta "O comércio de armas de fogo e munição deve ser proibido no Brasil?" esconde uma enorme complexidade. Pedir às pessoas que respondam sim ou não a essa pergunta, além de ser inócuo, como se viu, reduz um problema social grave ao que parece ser apenas uma disputa entre pessoas de índole pacífica (os antiarmas)

**Os bandidos, como se sabe, são fora-da-lei. Já é ilegal matar, e eles matam. É ilegal roubar, e eles roubam. Se o comércio de armas se tornar ilegal, os bandidos vão continuar fortalecendo seu arsenal no mercado negro como sempre fizeram**

morta no ano passado. Sontag denunciou a noção então dominante de que o câncer seria uma doença auto-inflingida a que pessoas emocionalmente amargas e ensimesmadas estariam mais propensas.

A maneira como a pergunta do referendo foi formulada é, em si, desonesta. "Se me pedissem para formular a questão do referendo de modo que o resultado fosse favorável ao desarmamento, eu teria feito exatamente a frase que será apresentada aos eleitores", diz José Paulo Hernandez, diretor de pesquisa da Gallup Organization. Como profissional de uma empresa de pesquisas de mercado, Her-

mazelas da insegurança nacional não decorrem do excesso de armas nas mãos da população, mas de uma polícia, um sistema judicial e prisional ineficientes", diz José Vicente da Silva Filho, ex-secretário nacional de Segurança Pública. Para lutar contra o crime, o Brasil dispõe de meio milhão de homens nas polícias Militar, Civil e Federal. Não é pouca gente. Nas principais cidades brasileiras, a proporção entre policiais e população é semelhante à de Nova York. Os policiais brasileiros estão entre os mais improdutivos do mundo. No tempo gasto por eles para esclarecer um caso, seus colegas americanos desvendam nove e os ingleses resolvem quatro. As várias forças policiais não trabalham em

**O CRIME ARMADO  
ATÉ OS DENTES  
Arsenal apreendido  
no Rio de Janeiro:  
há 8 milhões de  
armas nas mãos  
de bandidos no país**

ANEXO I – PÁGINA 79



## ANEXO I – PÁGINA 80

**ARMAS QUE NÃO MATAM**  
Loja do Texas nos Estados Unidos, há quase uma arma por habitante, mas o índice de crimes violentos caiu pela metade nos últimos dez anos.

**Formas de consulta popular**

A Constituição brasileira prevê duas formas de consulta popular de iniciativa do Estado em seu artigo 14. A primeira delas é o plebiscito, em que o eleitor aprova ou não questões decisivas para os rumos do país, como o sistema de governo. A segunda é o referendo, em que o cidadão escolhe entre ratificar e rejeitar uma lei proposta pelo Congresso

**QUANDO FORAM USADAS**

**Plebiscito**

1963 – Com 82% dos votos, o presidencialismo substituiu o parlamentarismo, então vigente, como forma de governo

**Plebiscito**

1993 – Com 66% dos votos, o povo rejeitou a troca da república pela monarquia e, com 55% dos votos, optou pelo presidencialismo em lugar do parlamentarismo

**EM QUE RESULTARAM PLEBISCITOS FAMOSOS**

- Em 1804, Napoleão foi referendado como imperador da França
- Em 1934, Hitler pôde assumir ao mesmo tempo o cargo de chanceler e o de presidente da Alemanha
- No Chile, em 1988, chegou ao fim a ditadura do general Augusto Pinochet

rações. A Justiça condena poucos criminosos por dois motivos. Primeiro porque está sobrecarregada de processos por causa da escassez de juízes. Segundo porque em geral o trabalho de investigação da polícia é malfeito.

O poder público brasileiro tem uma longa tradição em abster-se de enfrentar os problemas de forma realista e racional para buscar soluções no mundo do faz-de-conta. São planos que prometem "matar o tigre com uma bala só", como dizia o presidente Fernando Collor de Mello a respeito da inflação. A solução "bala mágica" foi usada várias vezes contra a inflação e nunca deu certo. Só funcionou quando o Plano Real optou pela racionalidade e aceitou a existência de um mundo real do lado de fora dos gabinetes de Brasília. O referendo carece dessa racionalidade. Cria um problema falso (o excesso de armas no Brasil) e uma solução enganosa (acabar com as armas legalizadas) de forma a evitar a questão real (a criminalidade e a ineficiência da política). Em outras palavras, em lugar de enfrentar o problema, finge-se que ele não existe. Pior é que somos reincidentes. Em 1998, para combater o desmatamento na Amazônia, que repercutia negativamente no mundo, em vez de fiscalizar e reprimir as madeireiras ilegais, o governo instituiu o registro das motosserras, que foram equiparadas às armas de fogo. O governo colocou o país para dormir tranqüilo com a medi-

da. Resultado: nos cinco anos seguintes, desmatou-se na região o equivalente a três Bélgica's. No lugar das motosserras, proibidas, os desmatadores passaram a usar tratores em sua fauna destrutiva.

O próprio nome da campanha — **plebiscito desarmamento** — é enganoso. O título tem apelo popular, mas não traduz com fidelidade o que está sendo proposto. Não se trata de uma consulta sobre o desarmamento, mas a respeito da proibição ou não do comércio de armas. Restrições mais severas quanto a compra, posse e porte de armas já foram adotadas pelo Estatuto do Desarmamento, em vigor desde 2003 — e não estão em jogo. "Gasta-se um instrumento fundamental da democracia, o referendo, para discutir um tema superado pelo próprio estatuto", diz Hugo Leal, secretário de Justiça e Direitos do Cidadão do Rio de Janeiro.

Há 2,5 milhões de armas legalmente registradas em mãos de cidadãos comuns. Em termos porcentuais, significa que 1,4% dos brasileiros tem uma arma, que pode ser uma espingarda de caça, comprada num estabelecimento comercial devidamente legalizado, e a registrou nos órgãos oficiais. E contra essas pessoas que está sendo brandido o referendo. Na falta de qualquer outra estratégia real, que enfrente o crime e a corrupção policial com persistência, surgiu a solução da democracia direta que fará muito barulho por nada. É mais uma oportunidade perdida. ■

80 5 de outubro, 2005 veja

## ANEXO I – PÁGINA 82

# 1 OS PAÍSES QUE PROIBIRAM A VENDA DE ARMAS TIVERAM AUMENTO DA CRIMINALIDADE E DA CRUELDADE DOS BANDIDOS

A experiência internacional demonstra que a quantidade de armas nas mãos da população não determina o grau de violência de uma sociedade. Tanto é assim que a Suíça, onde a venda de armas é livre e os homens recebem um fuzil do Exército para guardar em casa, e o Japão, onde armas de fogo são rigorosamente proibidas, estão entre os países com as menores taxas internacionais de criminalidade. Decretar o desarmamento geral como principal medida para combater a criminalidade costuma ser um tiro pela culatra. A Jamaica, um dos países mais violentos da América, banuiu as armas de fogo em 1974. De lá para cá, a situação piorou, e com o acréscimo de um novo elemento, o mercado negro de armamentos. "Os criminosos jamaicanos encontram pistolas e revólveres contrabandeados facilmente, enquanto o cidadão honesto que quer ter uma arma é obrigado a recorrer à ilegalidade", disse a VEJA o canadense Gary Mauser, pesquisador do Instituto de Estudos Urbanos do Canadá e especialista em políti-

cas de controle de armas. Muitos países adotaram o desarmamento em momentos de forte comoção social. Em estado de choque devido ao massacre cometido por um louco, em 1996, a Austrália banuiu modelos automáticos e semi-automáticos e tirou de circulação 700 000 armas, o equivalente a um sexto do arsenal do país — mas o número de homicídios se manteve inalterado. No Inglaterra, desde o banimento das armas com calibre superior a 22 milímetros, em 1997, os crimes de morte aumentaram 25% e as invasões de residência, em torno de 40%. "Com a população desarmada os riscos são menores para os criminosos", diz o economista americano John Lott, autor de dois livros sobre desarmamento. "Os marginais sentem-se mais seguros para invadir as casas mesmo que os proprietários estejam dentro, o que potencializa a violência dos assaltos."

**ARSENAL DESTRUÍDO** Armas apreendidas pela polícia são esmagadas no Rio de Janeiro: 4 milhões delas estão nas mãos dos criminosos brasileiros



### As lições de quem já tentou proibir as armas

A experiência em outros países mostra que não

#### VENDA LIVRE DE ARMAS

#### VENDA RESTRITA

##### ESTADOS UNIDOS

Na maioria dos estados, exige-se que o comprador tenha ficha limpa na polícia.

RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO

41%

HOMICÍDIOS  
(por grupo de 100 000 habitantes)



##### SUIÇA

Não há restrições. Todo reservista guarda em casa o armamento recebido do Exército.

RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO

35%

HOMICÍDIOS  
(por grupo de 100 000 habitantes)



##### CANADÁ

Armas automáticas e semi-automáticas são proibidas. O comprador precisa fazer um treinamento e apresentar um documento provando que o cônjuge concorda.

RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO

26%

HOMICÍDIOS  
(por grupo de 100 000 habitantes)



##### AUSTRÁLIA

Desde 1996 está proibida a venda de armas semi-automáticas e restringiu-se a concessão de porte de arma. O crime não caiu por causa disso.

RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO

16%

HOMICÍDIOS  
(por grupo de 100 000 habitantes)



Fontes: Organização das Nações Unidas e Pira Brasil

ANEXO I – PÁGINA 83



## 2 AS PESSOAS TEMEM AS ARMAS. A VITÓRIA DO “SIM” NO REFERENDO NÃO VAI TIRÁ-LAS DE CIRCULAÇÃO NO BRASIL

A culpa pelos altos índices de criminalidade e de homicídios não é da arma, mas de quem a tem em mãos. Revólveres não transformam cidadãos em assassinos. O Rio Grande do Sul é um exemplo. O estado tem a população mais armada do país — 937 000 armas registradas, ou uma para cada dez habitantes. Ao mesmo tempo, possui uma das menores taxas de homicídio (doze para cada 100 000 habitantes). No estado de São Paulo, há uma arma para cada 74 habitantes e uma taxa de 28 homicídios por grupo de 100 000 habitantes. A Suíça é um dos países mais armados do mundo. São 2 milhões de armas — entre elas 600 000 fuzis e 500 000 pistolas — para uma população de 7 milhões de pessoas. As ocorrências de crime por arma de fogo são tão baixas que nem sequer têm valor estatístico. Em muitos países, a arma é uma questão cultural, e não, necessariamente, um instrumento de agressão. Em especial, os países de fronteira, com grandes espaços a ser ocupados, como os Estados Unidos, o Canadá e o Brasil, têm a tradição da posse da arma e da caça. Nas zonas rurais brasileiras, longe dos pontos policiais, serve para si-tiantes e fazendeiros defenderem suas propriedades de assaltos, invasões do MST e dos ataques de animais predadores a seus rebanhos e criações. É por isso, com certeza, que os sem-terra apóiam o desarmamento. “É muito fácil jogar a culpa pelo aumento da criminalidade na arma, e não na falta de investimento na segurança pública”, diz o secretário da Justiça do Rio Grande do Sul, José Otávio Germano. As armas, assim como as bebidas alcoólicas ou os automóveis, não causam estragos por conta própria. Só se tornam nocivas se forem mal utilizadas. “Os mesmos argumentos usados de forma falaciosa para justificar o desarmamento poderiam muito bem ser utilizados em relação às mortes provocadas no trânsito para proibir a circulação de veículos”, diz o economista Marcel Solimeo, da Associação Comercial de São Paulo.

há relação direta entre a proibição de armas e as taxas de homicídios

**VENDA PROIBIDA**

INGLATERRA	JAMAICA	JAPÃO	BRASIL
A posse e a venda de armas de calibre superior a 22 mm foram proibidas em 1997. Desde então o número de homicídios aumentou 25% e o de roubos, 20%.	A compra e a posse de qualquer tipo de arma de fogo ou munição por civis foram proibidas em 1974. O índice de criminalidade continuou um dos mais altos do mundo.	Armas de fogo são proibidas, com exceção daquelas de uso esportivo.	O porte de arma é restrito a certas categorias profissionais.
RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO: 4%	RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO: 0,02%	RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO: 0,6%	RESIDÊNCIAS COM ARMAS DE FOGO: 3,5%
HOMICÍDIOS (por grupo de 100 000 habitantes): 1,4	HOMICÍDIOS (por grupo de 100 000 habitantes): 31	HOMICÍDIOS (por grupo de 100 000 habitantes): 0,6	HOMICÍDIOS (por grupo de 100 000 habitantes): 29

## ANEXO I – PÁGINA 84

### 3 O DESARMAMENTO DA POPULAÇÃO É HISTORICAMENTE UM DOS PILARES DO TOTALITARISMO. HITLER, STALIN, MUSSOLINI, FIDEL CASTRO E MAO TSÉ-TUNG ESTÃO ENTRE OS QUE PROIBIRAM O POVO DE POSSUIR ARMAS



Antonio Gramsci, fundador do Partido Comunista Italiano, listou o desarmamento da população entre as providências essenciais para garantir o controle totalitário da sociedade. A história mostra que restringir o acesso da população às armas é uma das primeiras medidas de qualquer regime totalitário. "A história ensina que todos os conquistadores que permitem aos povos dominados carregar armas acabam caindo", teorizou Adolf Hitler, em 1942. Hitler desarmou os alemães e os povos dos países ocupados, mas distribuiu armas entre milícias fôcis ao regime. É o mesmo que atualmente fazem Fidel Castro em Cuba e o coronel Hugo Chávez na Venezuela. "O desarmamento faz parte da filosofia comunista de que toda e qualquer liber-

dade individual deve ser abolida em benefício do Estado operário", diz Angelo Segrillo, professor de história contemporânea da Universidade Federal Fluminense, do Rio de Janeiro. Nessa linha de raciocínio, Stalin, da União Soviética, Mao Tsé-tung, da China, e Pol Pot, do Camboja, desarmaram suas populações.

**DESTINO ERRADO** Duas senhoras cariocas entregam revólveres e pistolas à polícia durante campanha do desarmamento, em 2003. Mais de 400 000 armas foram entregues voluntariamente em todo o Brasil, mas algumas — as melhores — foram roubadas dos depósitos da polícia. Sabe-se da origem de pelo menos 83 delas, que acabaram nas mãos de bandidos de Santos, em São Paulo



### POR QUE STEDILE APÓIA O DESARMAMENTO

Seis de cada dez armas existentes no Brasil estão em áreas rurais. Sem elas, os siltantes e fazendeiros não teriam como se defender de animais silvestres, manter suas criações a salvo de predadores e, principalmente, se proteger de bandidos e evitar furtos e roubos tanto de gado como de equipamentos e insumos agrícolas. "Nas áreas rurais, a dezenas de quilômetros de uma delegacia de polícia, ter uma arma de fogo é uma necessidade", diz o agrônomo e deputado federal Xico Graziano. Sem as armas, perderiam também um poderoso instrumento de dissuasão usado para prevenir saques e invasões do MST. No ano passado, o fazendeiro Luiz Antonio de Barros Coelho Júnior, na foto ao lado, armou-se e se entricheou em sua propriedade, no Pontal do Paranapanema, para resistir aos tiros e coquetéis molotov lançados pelos sem-terra. É por isso que João Pedro Stedile, o líder máximo do MST, apóia o desarmamento: na próxima invasão, terá a segurança de que não enfrentará resistência armada.

**BARRICADA ANTI-MST** Coelho Júnior e a casa de sua fazenda: encurralado por balas e coquetéis molotov dos sem-terra



## ANEXO I – PÁGINA 85



### A posse de armas no Brasil

**COMO É HOJE**  
O Estatuto do Desarmamento em vigor restringe o porte de arma a algumas poucas categorias

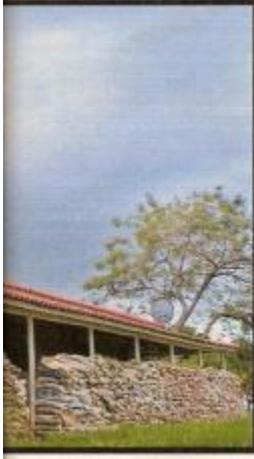
**QUEM PODE PORTAR**  
Forças Armadas, policiais, promotores, juizes, vigilantes de empresas de segurança privada e de transporte de valores, residentes em áreas rurais que dependam da caça para sobreviver e praticantes de tiro esportivo

**QUEM PODE COMPRAR MAS NÃO PODE PORTAR**  
Qualquer cidadão maior de 25 anos, sem antecedentes criminais, que se submeta a teste psicológico e comprove que aprendeu a utilizar numa escola especializada — nesse caso, a arma tem de ficar em casa ou no local de trabalho

**O QUE MUDA SE O "SIM" GANHAR**  
Só o cidadão comum não poderá mais comprar armas e munições. Quem já possui uma poderá permanecer com ela, mas não terá como adquirir projéteis para carregá-la



# 4 A POLÍCIA BRASILEIRA É INCAPAZ DE GARANTIR A SEGURANÇA DOS CIDADÃOS



Desde a sua gênese, na Europa do século XVII, os Estados modernos têm como um de seus pilares o princípio de que a autoridade central deve ter o monopólio legítimo do uso da força e da violência, tomando-se responsável pela segurança de todos. O fato de a segurança coletiva ser atribuída ao Estado, no entanto, não elimina o direito de autodefesa do cidadão para preservar a própria vida — o que em determinadas ocasiões chega a ser uma reação instintiva. “É por isso que o princípio de ‘legítima defesa’ está presente em quase todos os grandes sistemas de direito do mundo”, diz Eduardo Carlos Bianca Bittar, professor de filosofia e teoria geral do direito da Universidade de São Paulo. “A vida é um bem inalienável e o Estado não pode limitar o poder do indivíduo de defendê-la”, diz Bittar. Em países como o Brasil, em que a impunidade de criminosos, a ineficiência das leis e a violência urbana já fazem parte do imaginário nacional, é natural que a confiança dos cidadãos no Estado desapareça. Segundo uma pesquisa da Universidade de São Paulo, apenas 10% dos brasileiros acreditam que a polícia garante a segurança da população. A desconfiança dos cidadãos tem respaldo nas estatísticas: apenas um décimo dos 50 000 homicídios que acontecem por ano no Brasil é esclarecido pela polícia.

**veja** 5 de outubro, 2005 **85**

## ANEXO I – PÁGINA 86

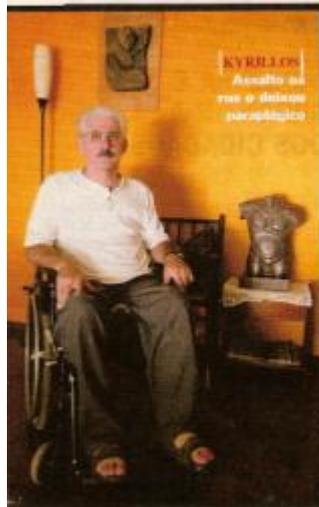
## 5 A PROIBIÇÃO VAI ALIMENTAR O JÁ FULGURANTE COMÉRCIO ILEGAL DE ARMAS

Bandidos não compram armas em lojas. "A maior parte das armas em poder do crime organizado é obtida por meio de contrabando", diz o delegado Carlos Oliveira, titular da Delegacia de Repressão a Armas e Explosivos do Rio de Janeiro. Em 2001, essa delegacia rastreou 1 030 armas apreendidas para descobrir como elas foram parar nas mãos de criminosos e descobriu que boa parte delas era de fabricação brasileira e de uso restrito das Forças Armadas e da polícia. Muitas tinham sido exportadas para outros países, sobretudo o Paraguai e os Estados Unidos, e voltado nos continentes dos contrabandistas. Nos morros cariocas, os criminosos exibem exemplares do Fuzil Automático Leve (FAL), usado pelo Exército Brasileiro, e do fuzil HK G3, alemão, utilizado pela Marinha e

pela Aeronáutica. São armas roubadas de sentinelas, compradas de militares corruptos ou tomadas em assaltos a caminhões de carga. A proibição do comércio de armas de fogo não vai pôr fim ao mercado de armas e munições. A medida, além de contribuir para o crescimento do mercado clandestino, pode colocar o cidadão de bem em situação irregular. Mesmo se tiver uma arma registrada em casa, ele não conseguirá comprar munição, a não ser de forma ilegal. Como é óbvio, a proibição do comércio legal de armas terá como consequência inevitável a ampliação do tráfico ilegal.



**[MEDIDA INÓCUA]** O ministro da Justiça, Marco Antônio Bastos, examina revólver entregue pela população: o problema da criminalidade é outro



**KYRILLOS**  
Assalto na  
rua o deixou  
paraplégico

## VÍTIMA DAS ARMAS, INIMIGO DO DESARMAMENTO

O carioca Michel Kyrilos, de 53 anos, não tem armas. Nas cinco vezes em que foi assaltado nas ruas do Rio de Janeiro, seguiu as orientações dos especialistas em segurança e não reagiu. No quinto assalto, em dezembro de 2002, ele se assaltou — e pagou caro por isso. Em um fim de tarde de domingo, pelas ruas do bairro de Campo Grande, na Zona Oeste, seu carro foi fechado por um grupo de assaltantes a 200 metros de um posto da polícia. Ao tentar desviar da armadilha, capotou. Os ladrões acertaram onze tiros no carro e um em Kyrilos. Atirado na coluna, ele esteve internado por quatro meses num hospital e ficou paraplégico. Foi obrigado a deixar o emprego de supervisor de vendas e se aposentou por invalidez. Os assaltantes nunca foram identificados.

Hoje, Kyrilos, que é fundador do Jeep Club do Rio de Janeiro, locomove-se numa

cadeira de rodas. Embora tenha sido vítima das armas, ele é contra o projeto de desarmamento. "Os bandidos vão continuar tendo acesso fácil às armas e os políticos não vão admitir seus seguranças particulares que andam com revólveres", ele diz. "Eu não sairia na rua com uma arma, mas acho que essa é uma escolha pessoal, um direito do cidadão. Como a polícia não funciona, todos nós temos direito a nos defender", completa.

A criminalidade no Rio de Janeiro bate recordes a cada ano, sem que a máquina do Estado consiga deter sua escalada. De janeiro a junho deste ano, as tentativas de homicídio, como a que vitimou Kyrilos, aumentaram 11% com relação ao ano passado. O total de roubos registrados nas delegacias aumentou 6% no mesmo período. Acusada, a população carioca espera providências concretas, que nunca se materializam. "O problema da polícia do Rio de Janeiro é que ela não tem planejamento. As ações sempre respondem a problemas pontuais", diz o sociólogo Ignácio Cano, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

## ANEXO I – PÁGINA 88

## 6 OBVIAMENTE, OS CRIMINOSOS NÃO VÃO OBEDECER À PROIBIÇÃO DO COMÉRCIO DE ARMAS



No Brasil há um comércio de armas legal, sobre o qual o Estado tem controle. O país produz em torno de 200 000 armas por ano e exporta 70% delas, sobretudo para os Estados Unidos e para a Indonésia. Uma parte é vendida aqui diretamente às Forças Armadas e à polícia. Chegam às lojas em torno de 20 000 armas. A maioria é adquirida por empresas de segurança e 3 000 são compradas por pessoas comuns para uso particular. Os defensores da proibição do comércio legal desses artefatos argumentam que as armas acabam nas mãos de bandidos, roubadas em assaltos a residências ou nas ruas.

Em vista das pesadas restrições que cercam a venda de armas no Brasil, todo o mastodôntico referendo foi criado, em última análise, para decidir sobre um reles arsenal de 3 000 revólveres e armas de caça vendidos por ano. Isso num país em que se estima existirem 8 milhões de armas clandestinas. Dessa forma se estará abrindo mão de um dos derradeiros setores do comércio de armas que agem dentro da lei e sobre o qual o Estado tem controle. A medida, além de alimentar o crescimento do mercado negro, pode colocar o cidadão de bem numa situação difícil. Mesmo se tiver uma arma registrada em casa, ele não conseguirá munição, a não ser com traficantes.

## 7 O REFERENDO DESVIA A ATENÇÃO DAQUILO QUE DEVE REALMENTE SER FEITO: A LIMPEZA E O APARELHAMENTO DA POLÍCIA, DA JUSTIÇA E DAS PENITENCIÁRIAS



Um dos argumentos daqueles que defendem a proibição da venda de armas de fogo é que a medida reduzirá o número de armas em circulação e, em consequência, cairão os índices de homicídios. A premissa é duplamente falsa: primeiro porque o contrabando dará um jeito de atender à demanda por armas, em especial a dos bandidos. Segundo porque, mesmo que as armas disponíveis diminuísem, isso não seria suficiente para reduzir a criminalidade. "Crime se combate com uma polícia honesta e bem equipada, não com o desarmamento da população", diz o paulista José Vicente da Silva Filho, ex-secretário Nacional de Segurança Pública. As experiências bem-sucedidas de redução de criminalidade em outros países começaram pelo combate à corrupção na polícia. Na década de 90, antes de adotar a política de tolerância zero ao crime, o então prefeito

de Nova York Rudolph Giuliani foi implacável com os policiais corruptos. No Brasil, o passo seguinte seria aparelhar melhor a polícia. O governo federal gasta, por ano, 170 milhões de reais com segurança pública. Isso é menos do que os 270 milhões de reais que serão gastos com o referendo. Com esse dinheiro seria possível comprar 10 500 viaturas e 385 000 coletes à prova de bala para a polícia. O recurso seria ainda mais bem aplicado se fosse usado na aquisição de computadores para as delegacias e na unificação do banco de dados das forças públicas. "Quanto melhor a estrutura de informação e comunicação da polícia, maior sua capacidade de combater o crime", diz José Vicente da Silva Filho. "Essa é uma das maiores deficiências da polícia brasileira."

### APÓS A TRAGÉDIA, AULAS DE TIRO

O americano Chuck Yeager, o primeiro piloto de testes a quebrar a barreira do som em um avião supersônico, perdeu uma fêmur em um acidente com uma espingarda, em 1927. A tragédia aconteceu quando Yeager tinha 4 anos. Ele e seu irmão, Roy, estavam brincando com a arma do pai no chão da sala de estar. Roy enfiou algumas balas e conseguiu cegar a arma. Sem querer, ele disparou e acertou o irmão, Doris Ann, de 2 anos. Depois do funeral, o pai de Yeager chamou os dois filhos e disse: "Vou ensiná-los a manejar uma arma com segurança". Em uma avaliação mais apressada se poderia considerar como irresponsável a atitude do pai do piloto. Na perspectiva da família Yeager, no entanto, o problema não estava nas armas em si, mas em como eram usadas. Espingardas ficaram perto do equipamento de uma casa rural americana daquela época, e elas não disparam sozinhas. Só se tornam letais se forem utilizadas com a intenção de matar ou de forma descuidada. No Brasil, os disparos acidentais representam 5% das mortes por armas de fogo que ocorrem por ano. É um número baixo comparado com o de mortes intencionais, mas é uma das taxas mais altas do mundo. Isso é um indicio de que os brasileiros são pouco preparados para um uso responsável das armas. "Não será proibindo a sua venda que os acidentes serão evitados. O importante é manejar com cuidado o armamento", disse a VEJA o jurista americano David Kopel, autor de dois livros sobre políticas de desarmamento.



O PILOTO MAIS RÁPIDO  
Yeager em avião de teste

