

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA E IMAGEM

FERNANDA LEITÓLES

OBJETIVIDADE E IMPARCIALIDADE NO
JORNALISMO POLÍTICO

CURITIBA
2012

FERNANDA LEITÓLES

**OBJETIVIDADE E IMPARCIALIDADE NO
JORNALISMO POLÍTICO**

Monografia apresentada à disciplina de Metodologia de Pesquisa como requisito à obtenção do título de especialista em Comunicação Política e Imagem, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Panke.

Professor da disciplina: Dr. Nelson Rosário de Souza.

**CURITIBA
2012**

RESUMO

O tema deste trabalho é a discussão sobre os conceitos de objetividade e imparcialidade no jornalismo. O objetivo da pesquisa é apresentar o debate teórico relativo a essas questões e também mencionar como esses elementos foram incorporados especificamente ao jornalismo político. A hipótese que se pretende verificar é se a maior parte dos autores citados afirma que os ideais de objetividade e imparcialidade são construções feitas pelos veículos de comunicação ou se há o entendimento de que os fatos são noticiados exatamente como ocorreram e de forma imparcial. Não serão examinadas reportagens para verificar se houve a aplicação dos dois ideais, porém, trabalhos que adotaram essa metodologia serão citados na monografia. Trata-se também do fato de algumas pesquisas sobre a cobertura da mídia em períodos eleitorais destacarem que os veículos de comunicação têm a capacidade de “agendar” os assuntos que serão debatidos ao longo das campanhas. Por esse motivo, a hipótese do agenda-*setting* será citada nesse estudo monográfico. Os principais marcos teóricos que dão sustentação a este trabalho são Miguel, Biroli, Sponholz, Capelato, Seabra, Martins, Cervi, Azevedo e Wolf.

Palavras-chave: Objetividade. Imparcialidade. História da Imprensa. Jornalismo Político. Veículos de Comunicação.

ABSTRACT

The theme of this paper is to discuss the concepts of objectivity and impartiality in journalism. The main objective is to present the theoretical debate on these issues and also mention how these elements were specifically incorporated to political journalism. The hypothesis to be verified is if the most cited authors stated that the ideals of objectivity and impartiality are constructions made by the media or if there is an understanding that the facts are reported exactly as they occurred and in a impartially way. Reports will not be examined to verify if there was the application of the two ideals, however, works that adopted this methodology are cited in the monograph. There is also the fact that some research on media coverage during electoral year stand out that the media have the ability to "schedule" the matters to be discussed during the campaign. Thus, the agenda-setting hypothesis will be cited in this monographic study. The main theoretical frameworks that support this work are Michael, Biroli, Sponholz, Capelato, Seabra Martins, Cervi, Azevedo and Wolf.

Keywords: Objectivity. Impartiality. History of the Press. Political Journalism. Communication Media.

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	06
2- OBJETIVIDADE NO JORNALISMO	09
2.1 OS CONCEITOS DE OBJETIVIDADE E IMPARCIALIDADE NO JORNALISMO	09
2.2 VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO SÃO “ESPELHOS DA REALIDADE”?	13
2.2.1 Objetividade e pluralismo	15
2.3 O QUE DIZEM OS MANUAIS E OS CÓDIGOS DE CONDUTA SOBRE OBJETIVIDADE E IMPARCIALIDADE?	17
2.4 DEFESA DA OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA	22
3- JORNALISMO POLÍTICO	24
3.1 JORNALÍSTICO POLÍTICO BRASILEIRO	24
3.2 JORNALISMO POLÍTICO: INFORMAÇÃO E OPINIÃO	26
3.2.1 Interpretação do fato político e busca de informações	29
3.3 ELEIÇÕES E OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA	32
3.3.1 Agendamento	36
4- CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
OUTRAS OBRAS CONSULTADAS	44

1 – INTRODUÇÃO

O presente estudo monográfico tem como tema a discussão sobre objetividade e imparcialidade no jornalismo. O primeiro capítulo trata da revisão teórica sobre os dois conceitos. Em seguida, já no segundo capítulo da pesquisa, o foco passa a ser o jornalismo político e apresenta-se um breve histórico dessa especialidade no Brasil. Aborda-se também a incorporação dos dois conceitos nessa área da comunicação.

Em linhas gerais, a noção de objetividade no jornalismo é apresentada em oposição à subjetividade. A ideia implícita nesse conceito é de que o repórter deve produzir o texto de modo que não se possa identificar envolvimento com a reportagem. Nessa visão, a função do profissional de imprensa limita-se a apurar os fatos e transmiti-los aos leitores, internautas, ouvintes e telespectadores.

Outra ideia que muitas vezes está presente no cotidiano do jornalista é de que a informação deve ser apresentada de forma imparcial. O texto não deve deixar transparecer posicionamento sobre o tema noticiado. A conclusão sobre o assunto deve ficar a cargo do público, a partir dos elementos disponibilizados pela imprensa. A opinião nos meios de comunicação ficaria reservada aos editoriais e aos colunistas.

Alguns autores entendem que objetividade e imparcialidade são dois ideais inatingíveis no jornalismo. Para eles, a discussão sobre esses elementos se encaixaria no campo da ética e não na área da prática jornalística. Abramo (1991), Miguel e Biroli (2010) são alguns dos autores que compartilham desse entendimento. Eles afirmaram que esses conceitos estão relacionados à pretensão do jornalista em apresentar o fato ao público exatamente como ocorreu.

Em contrapartida, outros estudiosos defendem que a objetividade e a imparcialidade devem orientar o trabalho dos profissionais de imprensa e são fundamentais para a prática do “bom” jornalismo. Erbolato (1985, apud HOLFELDT, 2000) e Tambosi (2007) são adeptos dessa opinião. Bahia (1971) apresentou argumentação semelhante. Mas, para o autor, um veículo não precisa deixar de opinar para ser impessoal – conceito utilizado pelo autor como sinônimo de imparcialidade.

A “terceira vertente” é composta por autores que argumentam que é preciso levar em conta que existem duas realidades – a social ou primária (o fato) e a midiática ou secundária

(aquilo que será recuperado ou reconstruído pelos profissionais de imprensa para repassar à sociedade). A partir desse entendimento, Sponholz (2009) criticou a ideia de objetividade relacionada à postura de o repórter não expressar opinião em uma matéria. De acordo com a autora, o jornalista não conseguirá apresentar correlação com a realidade pelo simples fato de não ter apresentado opinião na reportagem.

A partir dessa breve apresentação das linhas de pensamento, faz-se o seguinte questionamento: qual é o entendimento predominante que os teóricos apresentam sobre esses conceitos? Esse é o problema que move essa pesquisa. Essas discussões norteiam a presente monografia, cujo objetivo é apresentar o debate teórico acerca dessas questões e também mencionar como esses elementos foram incorporados ao jornalismo político. A hipótese que se pretende verificar é se a maior parte dos autores citados afirma que os ideais de objetividade e imparcialidade são construções feitas pelos veículos de comunicação ou se há o entendimento de que os fatos são noticiados exatamente como ocorreram e de forma imparcial.

Autores como Capelato (1988) e Mesquita (2005) também serão citados nesse trabalho para que se possa aprofundar a discussão sobre o fato de os veículos de comunicação serem ou não “espelhos da realidade”. Além dessas questões, o primeiro capítulo da pesquisa também é composto pela apresentação do conteúdo dos manuais de redação e códigos de conduta de alguns grupos de comunicação com relação aos conceitos de objetividade e imparcialidade.

Isto posto, no segundo capítulo passa-se a tratar do jornalismo político. Inicialmente, um breve histórico dessa especialidade no Brasil será apresentado.

Autores como Seabra (2006), Martins (2005), Gomes (2007) e Cervi (2003) também são fundamentais nesse estudo, pois destacaram algumas características do jornalismo praticado no país nos séculos XIX e XX. As obras desses estudiosos também são importantes para que se possa elaborar a correlação entre fatos políticos que marcaram a história nacional e a influência dos mesmos sobre a imprensa.

Mudanças técnicas que ocorreram na forma de se fazer jornalismo no Brasil a partir da década de 1950 também serão salientadas nesse estudo. O tema foi citado no primeiro capítulo e será aprofundado no segundo capítulo da monografia, porém, o foco passa a ser o jornalismo político. Um dos tópicos do capítulo trata da separação entre opinião e informação – também a partir da década de 50. Segundo Martins, até esse momento a junção entre os dois aspectos permitia identificar com facilidade qual era o “tom” que os veículos imprimiam ao noticiário e a

qual partido político eram ligados ou ao menos para que lado tinham inclinação. As motivações para a separação desses dois elementos no trabalho jornalístico também serão mencionadas.

O segundo capítulo será composto ainda pela discussão sobre a objetividade na área política. Serão apresentadas as colaborações de Azevedo (2001) e Cervi (2003) para os estudos sobre objetividade na cobertura jornalística das eleições. Azevedo pesquisou a eleição para a prefeitura da cidade de São Paulo no ano 2000 e Cervi trabalhou com o pleito presidencial de 2002. Os autores analisaram qual foi o espaço dado por grandes jornais aos principais candidatos; se os textos apresentaram preponderantemente viés positivo, negativo ou neutro – o que foi chamado de valência –, entre outras questões.

Ao final desse trabalho, trata-se do fato de pesquisas sobre a cobertura da mídia em períodos eleitorais destacarem que os veículos de comunicação – principalmente os jornais – têm a capacidade de “agendar” os assuntos que serão debatidos ao longo das campanhas (AZEVEDO, 2001; CERVI, 2003). Por esse motivo a hipótese do agenda-*setting* será citada nesse estudo monográfico. Wolf (2001) e Brum (2003) analisaram a hipótese e também fazem parte do referencial teórico dessa monografia.

2 – OBJETIVIDADE NO JORNALISMO

O primeiro capítulo deste estudo monográfico é destinado ao conceito de objetividade. Trata-se do surgimento, da aplicação ao jornalismo e também dos diferentes entendimentos que os autores propõem sobre tal. Uma das discussões mencionadas diz respeito à relação entre objetividade e realidade. Os posicionamentos que alguns veículos de comunicação apresentam sobre esse elemento também integram esse capítulo. Ideais como imparcialidade e isenção também serão citados nesses tópicos.

2.1 OS CONCEITOS DE OBJETIVIDADE E IMPARCIALIDADE NO JORNALISMO

Objetividade e imparcialidade são conceitos que se aplicam ao jornalismo e que ainda geram discussões e pesquisas em diversas áreas. Para o jornalismo, *a priori*, a noção de objetividade é apresentada em oposição à subjetividade. A noção que circunda esse conceito é de que o repórter deve escrever ou narrar seu texto de modo que não se possa identificar envolvimento com a reportagem. Nessa visão, a função do profissional de imprensa limita-se a apurar os fatos e transmiti-los aos leitores, internautas, ouvintes e telespectadores. A ideia implícita nesse conceito é de que o jornalista seria capaz de apresentar ao público o fato conforme ocorreu – o que é discutido e refutado por alguns dos autores que fazem parte do corpo teórico desse trabalho.

Outro ideal que permeia o jornalismo diz respeito ao fato de que a informação deve ser produzida de forma imparcial. Ou seja, a matéria não deve apresentar posicionamento sobre um determinado fato. A conclusão sobre o assunto deve ficar a cargo do público, a partir dos elementos disponibilizados pela imprensa. A opinião nos meios de comunicação ficaria reservada aos editoriais e aos colunistas dos veículos.

Erbolato (1985, apud HOLFELDT, 2000), Tambosi (2007) e Bahia (1971) defendem que se trata de dois conceitos que devem orientar a atividade jornalística. De acordo com os estudiosos adeptos dessa vertente de pensamento, esses pressupostos seriam fundamentais para a

prática do “bom” jornalismo. Para eles, os elementos citados influenciam o modelo que se tem de como realizar o trabalho jornalístico e, principalmente, perpassam à forma como o veículo irá transmitir aos seus leitores (ou ouvintes, telespectadores) a interpretação de uma notícia. Uma das motivações para a incorporação dos dois elementos seria a tentativa de atribuir valores positivos¹ à própria imagem.

Do outro lado, encontram-se os autores como Abramo (1991), Miguel e Biroli (2010) que consideram que a objetividade e a imparcialidade são dois elementos inatingíveis no jornalismo. Segundo essa visão, a construção de um modelo idealizado de jornalismo se daria a partir dos dois conceitos e de outros - como neutralidade, isenção, correção, equilíbrio e credibilidade. Os defensores dessa vertente argumentam que a discussão está relacionada à ética e não à prática jornalística.

Um posicionamento diferenciado dessas duas visões – que afirmam que a objetividade é inatingível ou defendem que o conceito pode ser aplicado ao jornalismo em sua totalidade – foi apresentado por Sponholz (2009). Segundo a autora, o que se deve levar em consideração é que o jornalismo é mediador da realidade. Jornalistas entram em contato a todo momento com versões sobre um fato ou com parte dele. Assim, o trabalho deles será recontá-los público. O entendimento de Sponholz é de que existem duas realidades: a social ou primária (o fato) e a midiática ou secundária (aquilo que será recuperado ou reconstruído pelos profissionais de imprensa para repassar à sociedade). Ela ressaltou que é preciso considerar também que grande parte dos acontecimentos não ocorrem na presença dos jornalistas, por isso em muitas ocasiões eles não têm acesso à totalidade de um acontecimento.

Com base nos estudos que Sponholz fez das obras de Popper e Meditsch, ela afirmou que “[...] o conhecimento não se torna objetivo através da negação da subjetividade, mas sim através da sua confrontação com a realidade ou o mundo exterior, através de sua verificação empírica [...]” (SPONHOLZ, 2009, p. 28). A autora também criticou a aproximação do conceito de objetividade ao fato de não se expressar opinião em uma matéria e à prática de ouvir os dois lados. Para ela, o fato de o repórter não deixar claro qual é a sua opinião sobre o tema, não indica que o profissional conseguirá apresentar correlação com a realidade. Sobre o ato de ouvir os dois lados, Sponholz argumentou que uma das versões apresentadas pode ser falsa, porém, o jornalista

¹ O entendimento que se tem neste trabalho sobre “valores positivos” é de que são elementos que podem trazer benefícios aos veículos de comunicação. O aumento da credibilidade perante o público e a elevação da audiência ou da circulação são alguns exemplos.

pode adotar a postura de publicá-la da mesma forma. Nesse caso o argumento será de que foi dado espaço para todos os envolvidos (SPONHOLZ, 2009, p. 28 e 32). Para explicar a última questão, diz a autora que:

“[...] Se fosse assim, para ter um noticiário sobre o conflito em Israel e os palestino com um alto grau de correlação com a realidade, bastaria entrevistar o primeiro ministro de Israel e o presidente palestino. O resultado seria então uma cobertura “objetiva”. O trabalho de repórteres, fotógrafos, *cameramen* que cobrem o conflito no local seria completamente desnecessário. A pesquisa seria muito mais fácil e se reduziria a entrevistas com os defensores de opiniões diferentes. Isto não significa, no entanto, uma aproximação da realidade, mesmo quando essas se contradizem. No caso de declarações descritivas ou factuais, é possível que ambas sejam falsas. É possível, por exemplo, durante uma greve, que o sindicato afirme que 80% dos trabalhadores representados por ele aderirem à paralisação, enquanto as empresas afetadas afirmem que só 3% estão em greve, mas que na verdade nenhum dos dois números fornecidos seja correto [...]” (SPONHOLZ, 2009, p. 31 e 32).

A noção de objetividade passou a ser discutida no século XVII, na Alemanha, e nos Estados Unidos, no século XIX (SPONHOLZ, 2009, p. 53). Apesar disso, a concepção de que o jornalista deveria produzir uma reportagem imbuída de objetividade surge no século XX. A formulação do conceito de objetividade na imprensa, segundo Ribeiro (2002) e Sponholz, ocorreu nos Estados Unidos² entre as décadas de 20 e 30 do século XX, porém, ganhou destaque no país (e também na Alemanha) após o término da Segunda Guerra Mundial, em 1945. De acordo com Sponholz, uma das motivações para o surgimento do conceito de objetividade foi a tentativa de transferir métodos científicos para o jornalismo. “[...] Para observar a realidade, para que o conhecimento seja válido, é preciso utilizar um método, ou seja, são necessárias regras de observação [...]” (SPONHOLZ, 2009, p. 61).

Outra explicação é apresentada por Lage (2003). Segundo o autor, os profissionais de imprensa dos Estados Unidos buscavam a imparcialidade para se “desvencilhar” do sensacionalismo, que era uma das características da comunicação do país naquele contexto.

² O modelo estadunidense de produção de notícias foi criticado no Brasil, principalmente no tocante ao jornalismo impresso. Um depoimento citado por Ribeiro traduz esse pensamento. Luiz Garcia – que trabalhava no jornal Tribuna da Imprensa e havia estagiado em um veículo nos Estados Unidos – afirmou que: “[...] às vezes, o excesso de objetividade sem opinião, quase um dogma na imprensa americana, dá a impressão de que os jornais sofrem de uma excessiva timidez. Há, nos Estados Unidos, a regra de ouro da informação completa. Mas não se opina, pelo menos abertamente. Se bem que, é lógico, o próprio lead e o ângulo dado a uma reportagem não deixem de ser uma opinião [...]”. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Memória de Jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa dos anos 50. **Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação (Compós)**, 2002, p. 11. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_712.pdf. Acesso em 07/09/2011.

“[...] A par do sensacionalismo, e no esforço de superá-lo, os jornalistas americanos conseguiram emprestar rigor às técnicas de apuração e tratamento das informações. Foram buscar no espírito científico o respeito pelos fatos empíricos e o cuidado de não avançar além daquilo que os fatos indicam. A idéia da imparcialidade é parte dessa postura, que se contrapôs ao modelo sensacionalista nos grandes jornais da América [...]” (LAGE, 2003, p. 15).

No Brasil, esse ideal resultou do desejo dos jornalistas se distanciarem das esferas literária e política na segunda metade do século passado. Mudanças técnicas³ e conceituais foram incorporadas pelos profissionais de imprensa na década de 1950 – por influência do padrão estadunidense de produção de matérias jornalísticas – e foram transportadas para a elaboração de notas e notícias. Ribeiro destacou que valores como a impessoalidade e distanciamento – que podem ser relacionados com objetividade e imparcialidade – ganharam o status de “guia” dos jornalistas que atuavam no período mencionado (RIBEIRO, 2002).

Outra razão que teria motivado o desenvolvimento desse conceito – assim como imparcialidade e neutralidade – foi o interesse econômico. Desde o século XIX havia a intenção de diminuir os custos e atingir um público maior e mais heterogêneo. Sendo assim, as grandes corporações de imprensa visavam retirar dos textos os discursos ideológico e político. Além da questão econômica, Ribeiro salientou que a incorporação desses elementos ao jornalismo também se relacionou com a “nova maneira de olhar” dos profissionais de imprensa durante a apuração e a produção da reportagem (RIBEIRO, 2002, p. 7). Ainda tratando das mudanças na forma de trabalho do jornalista, Miguel e Biroli afirmaram que:

“[...] O ideário da isenção é parte dos mecanismos de disciplinamento do trabalho jornalístico ao longo do século XX, como atestam os manuais de redação que se multiplicaram a partir dos anos de 1940. O disciplinamento do olhar e da escrita do jornalista garantiu um maior controle das empresas sobre as rotinas produtivas, ao delimitar a autonomia do jornalista como autor. Ao mesmo tempo, está na base de uma defesa da ética no jornalismo diante das pressões exercidas pelas próprias empresas e por agentes pertencentes a outros campos sociais. Não se trata de uma contradição, uma vez que a imparcialidade é o valor que guia as duas orientações [...]” (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 74, grifo nosso).

³ Entre as mudanças técnicas elencadas pela autora estavam a incorporação do *lead* – primeiro parágrafo da matéria que é composto pelas informações mais importantes da notícia – e a construção do texto utilizando o formato pirâmide invertida. *Ibidem*, p. 11.

Segundo Sponholz (2009, p. 68), o processo de urbanização do Brasil (na década de 50) contribuiu para o desenvolvimento do conceito de objetividade, a exemplo do que ocorreu nos Estados Unidos no século XIX. A diferença, segundo a autora, é de que no contexto brasileiro não foi possível perceber a influência da ciência.

2.2 VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO SÃO “ESPELHOS DA REALIDADE”?

A concepção de Capelato (1988) é de que a imprensa reconstrói fatos e momentos particulares da realidade por meio de seu discurso, mas não apresenta a realidade. Para a autora, os meios de comunicação não podem ser entendidos como “espelhos da realidade”. Ela argumentou que os veículos produzem discursos e fazem suas escolhas. O conteúdo que será publicado, o tom do discurso, a hierarquização das notícias e a apresentação de um tema podem ser elementos que auxiliam a mapear o posicionamento da imprensa. Segundo a autora:

“[...] A imprensa, ao invés de espelho da realidade, passou a ser concebida como espaço de representação do real, ou melhor, de momentos particulares da realidade. Sua existência é fruto de determinadas práticas sociais de uma época. A produção desse documento pressupõe um ato de poder no qual estão implícitas relações a serem desvendadas. A imprensa age no presente e também no futuro, pois seus produtores engendram imagens da sociedade que serão reproduzidas em outras épocas [...]” (CAPELATO, 1988, p. 24 e 25, grifo nosso).

Mesquita apresentou concepção semelhante a de Capelato. O autor afirmou categoricamente que os veículos de comunicação – jornais, site noticiosos, televisão e rádio – não são “espelhos da realidade”. A explicação de Mesquita residiu no fato de que a mesma notícia é relatada de formas diferentes pelos veículos e por isso não há como considerar que transmitem “o reflexo do mundo” (MESQUITA, 2005, p. 13).

Sponholz (2009, p.19) – com base em Bentele – afirmou que o conhecimento adquirido pelo jornalista sobre a realidade não resulta em espelhamento ou construção de um fato. O resultado será a reconstrução da realidade. O entendimento de que os veículos de comunicação apresentam interpretações da realidade também foi defendida por Abramo (1991). Ao tratar especificamente dos periódicos – em um dos textos em que fez críticas à Folha de S. Paulo –, disse o autor que:

“[...] Um jornal se ocupa todo o tempo com os processos observacionais que conduzem a interpretações da realidade. Uma redação de jornal não é o melhor lugar para se travarem discussões filosófico-metodológicas, nem se deve exigir escritos normativos que nela circulam um rigor conceitual grandemente desenvolvido [...]” (ABRAMO, 1991, p. 44).

Menciona-se nesse momento um trecho de uma entrevista publicada na Folha de S. Paulo que foi citada por Capelato (1988). Ricardo Kotcho disse ao jornal que “[...] o repórter tem suas preferências pessoais, sofre, chora, fica contente diante dos fatos como qualquer outro mortal. [...] Mas o repórter só não pode brigar com a notícia [...]” (FOLHA DE S. PAULO⁴, 1982, apud CAPELATO, 1988, p. 61). A análise da autora foi de que se faz necessário atentar para o fato de que a objetividade é um critério jornalístico, mas se considera que é impossível alcançar a objetividade absoluta. Segundo as considerações feitas por Capelato, é possível afirmar que se passou da “[...] “busca da verdade” à proposta de “reflexão” sobre o significado da imprensa no movimento da história [...]” (CAPELATO, 1988, p. 62). A autora destacou que a mudança no perfil do jornalista e o fato de admitir as limitações da profissão também contribuíram para a reflexão citada anteriormente. A questão também foi trabalhada por Miguel e Biroli. Os autores trataram da elaboração do conceito de “objetividade possível”.

“[...] Para a manutenção do jornalismo como espaço diferenciado e legítimo de *difusão* [da] verdade, é mobilizada a noção de que a objetividade possível, ainda que reconhecidamente limitada, consistiria na *reprodução* das diferentes opiniões sobre temas cuja relevância é pressuposta a partir de critérios profissionais “neutros” [...]” (MIGUEL, BIROLI, 2010, p. 73).

Nessa mesma linha, Miguel e Biroli (2010) afirmaram que objetividade e imparcialidade são dois ideais que ocupam “[...] posição central na auto-imagem dos jornalistas [...] [e que correspondem] a pretensa capacidade de expor o mundo “tal qual ele é” [...]” (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 59, grifo nosso). Ao mobilizar esses conceitos, segundo Abramo⁵ (1991), os veículos de comunicação pretendem passar a ideia de que seguem rigorosamente esses princípios na elaboração dos produtos jornalísticos. “[...] É como se a notícia, carregasse, como texto

⁴ In: FOLHA DE S. PAULO, 26 out. 1982.

⁵ No artigo “Império dos Sentidos: critérios e resultados na Folha de S. Paulo” o autor focou no jornalismo impresso, especialmente no periódico Folha de S. Paulo – conforme indica o título. In: ABRAMO, Cláudio Weber. Império dos Sentidos: critérios e resultados na Folha de S. Paulo. **Revista Novos Estudos CEBRAP**, n. 31, out. 1991, p. 25-40.

subjacente, seu próprio atestado de veracidade [...]” (ABRAMO, 1991, p. 41). Para o autor, o que estaria em jogo é a maneira como os leitores, ouvintes e telespectadores recebem e interpretam as notícias produzidas pela imprensa.

2.2.1 Objetividade e pluralismo

Miguel e Biroli (2010) analisaram ainda o fato de objetividade e imparcialidade serem apontadas como ideais que levariam à pluralidade nos veículos de comunicação. Ao questionar essa ideia, os autores retomaram o conceito de “espaço de controvérsia legítima”, cunhado por Hallin. Segundo esse conceito, o jornalismo dá espaço para “vozes diferentes” – na tentativa de buscar a imparcialidade –, mas desconsidera aquelas que fogem de um consenso básico. Essa característica se aplica claramente ao jornalismo político, por exemplo, onde os partidos políticos de maior expressão e representatividade costumam ser as “vozes” consideradas pela imprensa (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 59).

A argumentação dos autores foi relacionada com o pluralismo na política. Tratando dessa questão, Downs afirmou que os indivíduos deveriam ter acesso a informações iguais sobre todos os grupos envolvidos em uma disputa eleitoral (DOWNS⁶, 1957, apud MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 63). Segundo ele, existe disparidade no recebimento dessas informações porque os indivíduos possuem capacidades intelectuais diferenciadas. Miguel e Biroli destacaram que a formulação de Downs não considerou que os meios de comunicação são responsáveis pela disseminação das informações e que é nesse ponto que pode residir a diferenciação que os indivíduos apresentam no tocante ao entendimento sobre o pleito. Sartori não concordou com essa tese acerca do pluralismo, pois considerou que “[...] a concorrência mercantil garantiria a qualidade da informação fornecida ao público. Omissões ou falseamentos da verdade serão denunciados pelos competidores, isto é, a ação de cada concorrente em busca de seu próprio proveito acaba por beneficiar o público [...]” (SARTORI⁷, 1994, apud MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 63). Segundo Miguel e Biroli, Sartori não levou em conta os interesses diversos dos meios de comunicação na

⁶ In: DOWNS, Anthony. *An economic theory of democracy*. Harper & Brothers, Nova York, 1957.

⁷ In: SARTORI, Giovanni. *A Teoria da Democracia Revisitada – O Debate Contemporâneo*. São Paulo: Editora Ática, ([1987] 1994). 2 vols.

divulgação das informações. Eles também criticaram a ideia de que o foco da discussão geraria em torno da busca pela verdade.

A noção de que objetividade e imparcialidade seriam “caminhos” para chegar ao pluralismo também foi criticada por Young e Fraser. Segundo as autoras, o que o ideal de imparcialidade faz é reforçar a opressão e restringir o acesso a informações diferenciadas. Isso ocorreria porque os grupos que têm espaço nos veículos de comunicação “transformariam” suas visões sobre um determinado fato em posições universais (YOUNG⁸; FRASER⁹, 1997, apud MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 66). Young e Fraser afirmaram que:

“[...] As diferenças são reduzidas a uma unidade que não apenas é artificialmente forjada como também é socialmente situada. A pluralidade é negada, já que se postula uma moral transcendente capaz de totalizar as perspectivas. Quem permanece fora desta unidade transcendente é transformado em um “outro absoluto”, o que significa eliminar a alteridade como integrante efetiva do espaço público [...]” (YOUNG; FRASER, 1997 apud MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 66).

É possível estabelecer um paralelo entre as colocações feitas por Young e Fraser e a argumentação feita por Capelato. De acordo com a autora, é preciso ponderar que os discursos foram produzidos por um determinado grupo, de acordo com os seus interesses. Discursos esses que também podem revelar pistas sobre o contexto da época e o posicionamento do grupo em relação aos eventos que se sucederam. A análise da autora foi feita com base nos periódicos, mas nesse trabalho essa ideia é utilizada para pensar os meios de comunicação em geral.

“[...] A leitura dos discursos expressos nos jornais permite acompanhar o movimento das idéias que circulam na época. A análise do ideário e da prática política dos representantes da imprensa revela a complexidade da luta social. Grupos se aproximam e se distanciam, segundo as conveniências do momento; seus projetos se interpenetram, se mesclam e são matizados. Os conflitos desencadeados para a efetivação dos diferentes projetos, se inserem numa luta mais ampla que perpassa a sociedade por inteiro. O confronto das falas, que exprimem idéias e práticas, permite ao pesquisador captar, com riqueza de detalhes, o significado da atuação de diferentes grupos que se orientam por interesses específicos [...]” (CAPELATO, 1988, p.34).

⁸ In: YOUNG, Iris Marion. Unruly categories: a critique of Nancy Fraser’s dual systems theory”. **New Left Review**, p. 147-160, 1997.

⁹ In: FRASER, Nancy. A rejoinder to Iris Young. **New Left Review**, p. 126-129, 1997.

Faz-se necessário também mencionar o conceito de Tuchman¹⁰ sobre a “rede noticiosa”. De acordo com a autora (1972/1973, apud TRAQUINA, 2005, p. 189-190), as fontes que os jornalistas irão ouvir e/ou consultar em suas matérias, provavelmente, serão sempre as mesmas. As pessoas escolhidas tendem a ser aquelas que ocupam posições de destaque nas mais diversas áreas. A explicação para a repetição das fontes pode ser relacionada com a ideia do outro “absoluto” de Young e Fraser, que foi citada anteriormente.

Traquina – baseado nas considerações feitas por Roscho – afirmou que as empresas jornalísticas concentram sua busca por informações em número reduzido de fontes – com posições centrais e decisórias – para valorizar ao máximo os dados que recebem (TRAQUINA, 2005, p. 190).

2.3 O QUE DIZEM OS MANUAIS E OS CÓDIGOS DE CONDUTA SOBRE OBJETIVIDADE E IMPARCIALIDADE?

Os posicionamentos de parte dos veículos de comunicação são encontrados nos manuais de redação¹¹ que editam. Nesses documentos são apresentadas orientações aos profissionais de imprensa sobre questões éticas¹², o funcionamento do veículo e os padrões ortográficos e fonéticos para a produção das reportagens.

Os veículos de comunicação que não produziram seus próprios manuais, normalmente, seguem as padronizações técnicas estabelecidas pelos grandes meios de comunicações. Além disso, estabelecem as próprias linhas editoriais e modos de trabalho. Tais orientações são

¹⁰ In: TUCHMAN, Gaye. Objectivity as strategig ritual: an examination of newsmen's notions of objetivity. *American Journal of Sociology*, vol. 77, p. 660-678, 1972/1973.

¹¹ Outra fonte consultada foi o manual de redação da Rede Anhangüera de Comunicação (RAC). Esse manual apresentou o que a RAC considera como “fundamentos do bom jornalismo”. Os elementos citados são acabamento, agilidade, atenção, coerência, coesão, compromisso, contextualização, criatividade, cultura, disciplina, ética, equilíbrio, exatidão, foco, inteligência, pontualidade, prudência, qualidade, reflexão, sapiência e seriedade. In: REDE ANHANGÜERA DE COMUNICAÇÃO. **Manual de Redação**. Campinas: RAC, 2005, p. 9.

¹² A imparcialidade foi citada no Código de Conduta do Grupo Abril quando se mencionou como deve ser a relação com a esfera pública. O termo esfera pública foi utilizado no documento como sinônimo de governo federal, estadual e municipal e demais instituições relacionadas. Segundo o texto, é preciso “[...] tratar com imparcialidade e equidade todos os partidos políticos [...]”. In: GRUPO ABRIL. **Código de Conduta do Grupo Abril**. Disponível em: www.grupoabril.com.br/arquivo/codigodeconduta.pdf. Acesso em: 19/05/2012. Entre os veículos de comunicação que fazem parte do Grupo Abril estão as revistas Veja e Exame, entre outros.

repassadas frequentemente aos jornalistas e demais profissionais da área da comunicação, para que haja “alinhamento” no trabalho das redações.

Um dos documentos mais tradicionais é o Manual Geral de Redação da Folha de S. Paulo (1987), o qual apresentou posicionamentos divergentes em dois verbetes da coletânea de orientações no que diz respeito à objetividade.

Ao mencionar os seus pressupostos sobre a ética jornalística, a Folha de S. Paulo afirmou que “[...] é dever do jornalista cultivar a isenção na cobertura dos fatos, a liberdade de expressão, o direito de informar e criticar e o acesso do leitor a todas as informações e opiniões importantes. Deve ser seu objetivo conhecer todas as versões e expô-las fielmente ao leitor [...]” (FOLHA DE S. PAULO, 1987, p. 112, grifo nosso). A noção de imparcialidade é apresentada nesse item e o veículo afirmou que se tratava de uma norma do jornal ouvir todos os lados envolvidos em um determinado fato.

A citação também deixou claro que o entendimento do periódico foi de que seria possível reportar ao leitor exatamente o que ocorreu, como se o jornalista pudesse apresentar a “verdade” ao público. Mas não foi esse o entendimento apresentado quando a Folha de S. Paulo tratou da objetividade. Nesse verbete o posicionamento foi de que “[...] não existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma uma série de decisões que são em larga escala subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções “[...]” (*Ibidem*, p. 34). Pode-se afirmar que o jornal assumiu a ideia de que são feitas escolhas – algumas delas subjetivas – e então se distanciou da noção de objetividade, segundo a qual destacava que era possível buscar a “exposição fiel dos fatos”.

Após dois posicionamentos contraditórios, a Folha de S. Paulo procurou um “meio termo” para tentar “equilibrar” as definições apresentadas anteriormente e retomou a ideia de que é preciso buscar a “fidelidade dos fatos”. Para o jornal as decisões subjetivas que o jornalista toma “[...] não o exime, porém, da obrigação de procurar ser o mais objetivo possível. Para retratar os fatos com fidelidade, reproduzindo a forma em que ocorreram, bem como suas circunstâncias e repercussões. O jornalista deve procurar vê-los com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse [...]” (*Ibidem*, p. 34, grifo nosso).

O referido periódico também apresentou o conceito de exatidão em seu manual de redação e mais uma vez foi colocada o ideal da “apresentação fiel do fato”. De acordo com o jornal, “[...] informação inexata é informação errata. A busca das informações corretas e completas é a

primeira obrigação de cada jornalista. Um jornal só firma seu conceito de credibilidade junto ao seu público quando é conhecido pela fiel transcrição das opiniões que colhe e pela exatidão dos dados que apura e publica. Para a construção da imagem de um jornal, mais importante do que ambiciosas reportagens é a publicação sistemática de texto com informações exatas [...]” (FOLHA DE S. PAULO, 1987, p. 30, grifo nosso).

As afirmações da Folha de S. Paulo sobre a possibilidade de apresentar aos leitores os fatos conforme eles aconteceram são um contraponto ao conceito de “espelho da realidade” apresentado por Capelato (1988) e citado no item anterior (2.2).

Além do manual da Folha de S. Paulo, o Manual de Estilo e Redação de O Estado de S. Paulo também fez menção à objetividade e à imparcialidade. O texto deixou claro que o veículo considera imprescindível que esses elementos estejam presentes nas matérias. A orientação dada ao profissional é para que “[...] faça textos imparciais e objetivos. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor dele tire suas próprias conclusões [...]” (O ESTADO DE S. PAULO, 1990, p. 18, grifo nosso).

Em outra passagem da coletânea, novamente, a orientação foi para que o jornalista adotasse a objetividade. “[...] Seja claro, preciso, direto e objetivo. Use frases curtas e evite intercalações excessivas ou ordens inversas desnecessárias. Não é justo exigir que o leitor faça complicados exercícios mentais para compreender a matéria [...]” (O ESTADO DE S. PAULO, 1990, p. 16). Expressões como credibilidade, precisão, impessoalidade também foram incluídas nas instruções apresentadas pelo periódico. Alguns dos elementos citados serão destacados a seguir:

“[...] – Não use formas pessoais nos textos, como *Disse-nos o deputado... / Em conversa com a reportagem do Estado... / Perguntamos ao prefeito... / Chegou à nossa capital... / Temos hoje no Brasil uma situação peculiar. / Não podemos silenciar diante de tal fato. Algumas dessas construções cabem em comentários, crônicas e editoriais, mas jamais no noticiário* [...]” (O ESTADO DE S. PAULO, 1990, p. 18, grifo nosso).

“[...] – A correção no noticiário responde, ao longo do tempo, pela credibilidade do jornal. Dessa forma, não dê notícias apressadas ou não confirmadas nem inclua no texto informações sobre as quais você tenha dúvidas. Mesmo que a matéria já esteja em processo de composição [hoje diríamos diagramada na página], sempre haverá condições de retificar algum dado impreciso, antes de chegar ao leitor [...]” (*Ibidem*, p. 19, grifo nosso).

“[...] – A correção tem uma variante, a precisão: confira habitualmente os nomes das pessoas, seus cargos, os números incluídos numa notícia, somas, datas, horários,

enumerações. Com isso você estará garantindo outra condição essencial do jornal, a confiabilidade [...]” (*Ibidem*, p. 19, grifo nosso).

“[...] – Nas versões conflitantes, divergentes ou não confirmadas, mencione quais as fontes responsáveis pelas informações ou pelo menos os setores dos quais elas partem (no caso de os informantes não poderem ter os nomes revelados. Toda cautela é pouca e o máximo cuidado nesse sentido evitará que o jornal tenha de fazer desmentidos desnecessários [...]” (*Ibidem*, p. 19, grifo nosso).

“[...] – Trate de forma impessoal o personagem da notícia, por mais popular que ele seja [...] O Estado [de S. Paulo] não admite generalizações que possam atingir toda uma classe ou categoria, raças, credos, profissões, instituições, etc [...]” (*Ibidem*, p. 20, grifo nosso).

“[...] Você pode ter familiaridade com determinados termos ou situações, mas o leitor, não. Por isso seja explícito nas matérias e não deixe nada subtendido [...]” (*Ibidem*, p. 18).

Em agosto de 2011, as Organizações Globo¹³ lançaram um documento denominado “Princípios Editoriais”¹⁴, no qual foram descritas as normas de conduta que deveriam pautar as ações de todos os veículos do grupo. De acordo com o documento, não se tratava de um manual de redação e foi feita a ressalva de que princípios éticos eram seguidos desde 1925 (data da fundação do jornal O Globo).

“[...] O objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença [...] O que se pretendeu foi explicitar o que é imprescindível ao exercício, com integridade, da prática jornalística, para que, a partir dessa base, os veículos das Organizações Globo possam atualizar ou construir os seus manuais, consideradas as especificidades de cada um [...]” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 1 e 2).

Uma das afirmações do código foi de que não é possível alcançar a objetividade total, porém, existem elementos que devem ser adotados para minimizar o subjetivismo: isenção e correção. Reconheceu-se no documento que é quase impossível que uma reportagem seja imbuída de 100% de isenção. Para se chegar ao melhor patamar possível, as orientações foram para que os veículos de comunicação das Organizações Globo transmitam aos leitores,

¹³ Alguns veículos de comunicação que fazem parte das Organizações Globo são a Rede Globo de Televisão, o canal Futura, os jornais O Globo e Extra, os canais a cabo da Globosat, o site Globo.com, entre outros.

¹⁴ O documento pode ser consultado, na íntegra no site das Organizações Globo. In: **ORGANIZAÇÕES GLOBO. Princípios editoriais das Organizações Globo.** Disponível em: <http://oglobo.globo.com/principios-editoriais/>. Acesso em: 19/05/2012.

internautas, telespectadores e ouvintes os vários ângulos de uma questão e também para que os jornalistas não envolvam suas preferências na apuração e elaboração de uma matéria. A opinião clara e direta ficou reservada aos editoriais, colunistas e comentaristas. (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011).

“[...] Na apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos que ela busca retratar ou analisar devem ser abordados. O contraditório deve ser sempre acolhido, o que implica dizer que todos os diretamente envolvidos no assunto têm direito à sua versão sobre os fatos, à expressão de seus pontos de vista ou a dar as explicações que considerarem convenientes [...] Isso não quer dizer que o relato e/ou a análise de fatos serão sempre uma justaposição de versões. Ao contrário, o jornalista deve se esforçar para deixar claro o que realmente aconteceu, quando isso for possível [...] Todos os jornalistas envolvidos na apuração, edição e publicação de uma reportagem, em qualquer nível hierárquico, devem se esforçar ao máximo para deixar de lado suas idiossincrasias e gostos pessoais. Gostar ou não de um assunto ou personagem não é critério para que algo seja ou não publicado. O critério é ser notícia [...]” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 6 e 7, grifo nosso).

Sobre a ideia de correção, salientou-se no documento que erros ocorrem, mas todo esforço deveria ser feito para minimizá-los. A apuração envolvendo grande número de fontes foi apontada como uma das medidas para evitar erros, assim como a atualização das notícias ao longo do dia. “[...] O jornalista investiga os fatos, pouco a pouco, e vai montando um quebra-cabeça. O retrato final estará ainda incompleto, mas terá de ser já, necessariamente, uma silhueta com contornos visíveis [...]” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 6 e 7). Ainda de acordo com os “Princípios Editoriais, quando erros forem constatados, é obrigação dos veículos do grupo corrigi-los o mais breve possível.

No documento atribuiu-se também uma série de características às Organizações Globo e aos veículos do grupo, as quais foram apresentadas como fundamentais para a aproximação aos ideais de isenção e correção nas reportagens. De acordo com o texto, as Organizações Globo (2011, p. 8 e 9) intitularam-se como apartidárias, laicas, repudiam todas as formas de preconceito, respeitam a diversidade e a cultura do povo brasileiro, são independentes dos governos e dos grupos econômicos e transparentes em suas ações e seus propósitos.

2.4 DEFESA DA OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

Autores já citados nesse trabalho – como Abramo, Miguel e Birolí, e Capelato propuseram discussões sobre a limitação dos ideais de objetividade e imparcialidade como valores jornalísticos capazes de orientar e modificar a *práxis* jornalística. Em contraposição, há também autores que defenderam a ideia da objetividade como instrumentos para se chegar à realidade do fato jornalístico. Erbolato afirmou que a objetividade é uma característica da notícia. O autor relacionou esse elemento com clareza e fidelidade. De acordo com Erbolato, “[...] só se considera uma notícia completa, quando ela proporciona ao leitor a idéia exata e minuciosa sobre um acontecimento [...]” (ERBOLATO¹⁵, 1985, apud HOLFELDT, 2000, p. 14, grifo nosso). Nessa mesma linha de pensamento, Lima afirmou que a objetividade é um “traço natural do jornalismo” e que é uma das “características intrínsecas do estilo jornalístico” (LIMA¹⁶, 1969, apud HOLFELDT, 2000, p. 13).

Posicionamento semelhante foi apresentado por Franco ao definir objetividade como sendo a “fidelidade à verdade dos fatos”. O autor também vinculou a busca pela isenção na produção de uma reportagem ao conceito de imparcialidade (FRANCO¹⁷, 1996, apud HOLFELDT, 2000, p. 14).

A imparcialidade também foi equiparada à noção de “verdade”. Ao contrário de grande parte dos autores consultados, Tambosi (2007) afirmou que é preciso retirar essa discussão do campo da ética e relacionar com teorias filosóficas e de outras áreas da ciência. A ideia defendida pelo autor foi de que os fatos são relatados imparcialmente no jornalismo. Nas palavras de Tambosi:

“[...] No Jornalismo, especificamente, observa-se a tendência de reduzir a verdade a imperativo ético, sem o esforço, por parte dos estudiosos, de enfrentar a questão epistemológica da verdade, relacionando-a com as teorias compartilhadas pela filosofia e pelas ciências. Transformada em princípio ético – tal como a referem os códigos deontológicos –, a verdade jornalística parece tornar-se, no fundo, apenas um ideal de honestidade ou credibilidade do repórter e de suas fontes, ou dos próprios *media*. Ora, se o Jornalismo não trata apenas de opiniões ou juízos de valor, mas procura relatar imparcialmente fatos ou acontecimentos, não poderá escapar a questionamentos epistemológicos formulados também na esfera filosófico-científica [...]” (TOMBOSI, 2007, p. 36, grifo nosso).

¹⁵ In: ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1985.

¹⁶ In: LIMA, Alceu Amoroso. **O jornalismo como gênero literário**. Rio de Janeiro: Agir, 1969.

¹⁷ In: FRANCO, Carlos Alberto Di. **Jornalismo, ética e qualidade**. Petrópolis: Vozes, 1996.

O entendimento de Bahia (1971) também foi de que objetividade e imparcialidade são elementos que estão presentes no jornalismo. Ele argumentou que um veículo não precisa deixar de opinar para ser impessoal – conceito utilizado pelo autor como sinônimo de imparcialidade. Entretanto, de acordo com o autor, para que esses dois conceitos possam coexistir no texto jornalístico é necessário que seja feita uma separação. Para Bahia, faz-se necessário adotar o entendimento de que o noticiário deve ser impessoal e o editorial opinativo.

O autor salientou também que a notícia deve conciliar uma linguagem objetiva, clara, direta e atual com a impessoalidade. Para que se possa assegurar que a reportagem terá equilíbrio, segundo ele, também é preciso equacionar liberdade de expressão com o rigor na apuração dos fatos. Bahia mencionou ainda que haveria a necessidade de retirar o tom discriminatório e demagógico do texto.

3 – JORNALISMO POLÍTICO

O capítulo anterior foi destinado ao debate teórico sobre o conceito de objetividade. A discussão foi reportada à incorporação desse ideal ao jornalismo. O tema será aprofundado neste capítulo, porém, o foco passa a ser - especificamente - o jornalismo político.

Ainda no segundo capítulo, mencionou-se as mudanças técnicas que ocorreram na elaboração do texto jornalístico a partir da segunda metade do século XX. A questão seguirá em debate nesta seção do trabalho monográfico ao se proceder a aproximação com o jornalismo político. Ao final do capítulo, apresenta-se uma discussão sobre objetividade e imparcialidade na cobertura eleitoral e também sobre a hipótese do agenda-*setting*.

3.1 JORNALÍSTICO POLÍTICO BRASILEIRO

Antes de tratar especificamente do jornalismo praticado na segunda metade do século XX, faz-se necessário mencionar alguns fatos relacionados à história do jornalismo político nacional. O ano de 1808 marcou a vinda da família real para o Brasil. Além do desenvolvimento do Rio de Janeiro¹⁸, outra consequência foi o surgimento da imprensa no Brasil¹⁹. O *Correio Braziliense* entrou para a história como o primeiro periódico nacional. A primeira edição circulou em 1º de junho de 1808. As gazetas e folhetins brasileiros daquele período ocupavam-se, prioritariamente, em apresentar opiniões sobre os monarcas e também informações sobre seus atos administrativos

¹⁸ Gomes destacou uma outra mudança ocasionada pela vinda da família real portuguesa para o Brasil: o país passou a contar com ensino leigo e também superior. “[...] Antes da chegada da corte, toda a educação no Brasil colônia estava restrita ao ensino básico e confiada aos religiosos [...] Ao contrário das vizinhas colônias espanholas, que já tinham suas primeiras universidades, no Brasil não havia uma só faculdade. D. João mudou isso ao criar uma escola superior de Medicina, outra de técnicas agrícolas, um laboratório de estudos e análises químicas e a Academia Real Militar, cujas funções incluíam o ensino de Engenharia Civil e Mineração [...]”. In: GOMES, Laurentino. **1808: como uma rainha louca, um príncipe medroso e uma corte corrupta enganaram Napoleão e mudaram a história de Portugal e do Brasil**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2007, p. 194.

¹⁹ De acordo com Melo (2003, apud SEABRA, 2006, p. 113), a Imprensa Régia no Brasil foi criada por um decreto de D. João VI e tinha a finalidade de imprimir papeis de todas as repartições do Real Serviço. O decreto foi assinado um mês antes da circular a primeira edição do *Correio Braziliense*. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

e o cotidiano da corte no Brasil. De acordo com Cervi, o partidarismo foi uma das características do jornalismo praticado no século XIX:

“[...] Até o final do século XIX, a imprensa brasileira era declaradamente partidária. Havia basicamente dois tipos de jornais: os monarquistas e os republicanos. As práticas desse tipo de imprensa na produção da notícia ficavam muito distantes dos conceitos de objetividade e busca da imparcialidade que estão presentes no discurso corrente da mídia nacional. Por conseqüência, o critério de noticiabilidade também era distinto. A imparcialidade só passou a ser buscada e defendida retoricamente pelas organizações de comunicação do País a partir de meados do século passado, quando a estrutura comercial mostrou-se mais rentável economicamente do que a defesa de princípios ideológicos [...]” (CERVI, 2003, p. 7, grifo nosso).

Após o fim da Guerra do Paraguai, em 1870, os temas discutidos nas páginas dos jornais foram a abolição da escravatura e a proclamação da República. “[...] As duas [temáticas] voltam a exigir um jornalismo engajado, menos panfletário do que aquele feito nas primeiras décadas do século, mas com a mesma capacidade de mobilização [...]” (SEABRA, 2006, p. 122). Nesse contexto, em dezembro de 1870, surgiu o primeiro periódico dedicado à defesa do fim do regime republicano, cujo nome era “A República”.

Alguns anos se passaram e dois marechais assumiram consecutivamente a presidência da nova República – proclamada em 15 de novembro de 1889 – e impuseram a censura à imprensa. O objetivo era combater os veículos de cunho monarquista. De acordo com Fausto²⁰ (1999, apud SEABRA, 2006, p. 124), a censura foi apenas uma das medidas adotadas para impor o “regime de força”. Mais tarde, no período que ficou conhecido como “República Velha” – compreendido entre 1894 e 1930 -, o cenário era de que “[...] entre o servilismo e o oposicionismo, não sobrava espaço para quem quisesse fazer uma imprensa independente [...]” (SEABRA, 2006, p. 125). A censura à imprensa permaneceu no movimento conhecido como Revolução de 30 – que marcou o fim da República Velha ou Primeira República. De acordo com Seabra, o controle sobre os veículos de comunicação aumentou ainda mais com o Estado Novo. O golpe liderado por Vargas, em 1937, resultou na instalação de uma ditadura no país, a qual perduraria até 1945.

Ainda no que diz respeito à cobertura política, destaca-se a afirmação de Seabra e Sousa (2006) sobre a “precocidade” dessa área em comparação com outras temáticas.

“[...] Se formos recuar no tempo, veremos que a imprensa (aqui entendida como sinônimo de jornalismo) vem estendendo aos poucos sua abrangência e seu interesse. Há

²⁰ In: FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Edusp; Fundação para o Desenvolvimento da Educação, 1999.

cinquenta anos, por exemplo, não tínhamos cadernos de economia ou de meio ambiente, não obstante já ocorressem fatos econômicos ou ambientais. A cobertura esportiva, por sua vez, é mais antiga, data dos anos 1920 [...] Um pouco antes, surgem as primeiras reportagens sobre o dia-a-dia nas cidades. Se formos recuar ainda mais, veremos que o jornalismo, nos seus primórdios, atinha-se a um só tema: o fato político. É interessante notar que, no Brasil, a imprensa surge no início do século XIX, justamente quando o país ensaiava os primeiros passos rumo à separação de Portugal. O jornalismo político, portanto, [...] confunde-se com a história do jornalismo brasileiro [...]” (SEABRA; SOUSA, 2006, p. 7 e 8, grifo nosso).

O próximo tópico desse estudo monográfico é dedicado às mudanças que ocorreram no jornalismo político a partir da década de 1950.

3.2 JORNALISMO POLÍTICO: INFORMAÇÃO E OPINIÃO

A imprensa brasileira da primeira metade do século XX ainda não havia adotado a separação entre opinião e informação. De acordo com Martins (2005), a junção entre os dois aspectos permitia identificar com facilidade qual era o “tom” que os veículos imprimiam ao noticiário e a qual partido político eram ligados ou ao menos para que lado tinham inclinação.

Conforme já foi mencionado no capítulo anterior, a modernização do jornalismo brasileiro ocorreu a partir da década de 1950, com a incorporação de novas técnicas por influência do modelo estadunidense de fazer jornal. O desmembramento entre informação e opinião foi desencadeado nesse período. De acordo com Pereira (2006, p. 90), os primeiros jornais a adotar a separação entre os dois elementos citados foram o Diário Carioca e o Jornal do Brasil – já no início da referida década.

O periódico necessitava reformular-se para continuar atraindo os leitores. Cada vez mais ávidos pela informação “ágil”, os leitores não poderiam encontrar as informações mais importantes do texto nos últimos parágrafos da reportagem, como ocorria até então. Esse foi um dos motivos para adoção do lead. As informações essenciais da matéria foram colocadas nos dois primeiros parágrafos do texto jornalístico e os demais passaram a ser compostos por informações complementares.

“[...] O lide nasceu, portanto, como uma reação saudável [ao] nariz de cera, embora há quem diga que ele foi uma imposição industrial. Os anúncios entravam tarde nas páginas, obrigando os editores a cortar matérias sem muito critério – em geral pelo pé.

Como muitas vezes a informação relevante estava no fim do texto, perdia-se o mais importante. Para superar isso, o essencial subiu para a cabeça da matéria. O lide tem um grande mérito: organiza a informação. O lide tem um grande defeito: padroniza o texto [...]” (MARTINS, 2005, p. 111).

Os veículos de comunicação também deixaram de entender informação e opinião como sinônimos por motivações econômicas. Os jornais precisavam conquistar um público mais amplo para continuar em funcionamento. Não era possível fidelizar apenas os leitores simpatizantes do partido A ou B e por isso os periódicos tiveram de se reorganizar editorialmente. Adotaram essa nova forma de produzir a reportagem e o produto jornalístico como um todo²¹. De acordo com Cervi (2003, p. 08), outra preocupação dos veículos de comunicação era atrair verbas publicitárias. Uma das medidas adotadas na tentativa de diversificar o público foi o investimento na qualidade do jornal. Isso porque se sabe que quanto maior for o número de leitores, maior será a probabilidade de atrair anunciantes.

“[...] Essa mudança de estratégia teve enorme impacto na alma e na cara dos jornais. Na alma: eles tiveram de deixar claro para o leitor que vendem informação, e não opinião embrulhada em notícia. Daí a necessidade da isenção na cobertura jornalística, ou pelo menos da busca da isenção. Na cara: os jornais passaram a cobrir áreas que antes eram desprezadas, criando editorias ou cadernos voltados para segmentos específicos, como entretenimento, cultura, mulheres, jovens, crianças, carro, trabalho, etc [...]” (MARTINS, 2005, p. 19, grifo nosso).

Ao largo da separação entre informação e opinião surgiu outra mudança no jornalismo brasileiro. Segundo Pereira (2006, p. 90), esse desmembramento levou à reflexão sobre o modo como era feita a cobertura política na década de 50 do século passado. Questões como imparcialidade e isenção não eram discutidas nas redações.

“[...] O texto das matérias era carregado de adjetivos – às vezes elogiosos, às vezes depreciativos, dependendo da tendência do jornal. Se o tema era a política nacional, jornais de oposição faziam matérias e editoriais sempre críticos ao governo. E vice-versa, jornais governistas sempre criticavam as iniciativas da oposição. A regra era o engajamento e não a isenção [...]” (PEREIRA, 2006, p. 90).

Os jornais passaram a trabalhar com a ideia de que os fatos teriam de ser noticiados com objetividade, o que naquele contexto significava não exprimir opiniões pessoais e partidárias nas

²¹ Ressalta-se também que a televisão foi incorporada ao cotidiano brasileiro em 1950 e ao longo dos anos seguintes passou a concorrer com o jornal - além do rádio - como fonte de informação.

reportagens. O desafio era apenas relatar algo e não opinar sobre o acontecimento. As colunas e editoriais dos veículos ficariam reservados para a exposição de opinião. De acordo com Pereira, a aplicação do conceito de objetividade ao trabalho jornalístico teve início com Pompeu de Sousa, que era chefe de redação do Diário Carioca, e com Odilo Costa Filho, editor-chefe do Jornal do Brasil, na década de 1950.

Mesmo com a constante evolução que vinha sendo registrada da comunicação do país, o desenvolvimento da imprensa brasileira foi “freado” pelo golpe militar de 1964. A cobertura política foi diretamente afetada. “[...] Tornou-se proibido escrever ou falar sobre qualquer coisa que tivesse relação com aqueles que faziam oposição à Revolução [...]” (SEABRA, 2006, p. 130). Apesar disso, segundo o autor, o golpe militar não surpreendeu os meios de comunicação da “grande imprensa”. Para Seabra, muitos desses veículos apoiaram a usurpação do poder por parte dos militares e o discurso propalado foi de que era preciso “[...] acabar com a baderna dos esquerdistas que estavam no poder [...]” (*Op. cit.*, p. 130).

A censura novamente voltou a afetar o trabalho dentro e fora das redações. Aquele foi o momento de perseguição e fechamento de empresas jornalísticas que se opunham ao regime militar. Outros meios de comunicação optaram por respeitar as regras impostas pela “nova ordem” para sobreviver. Entre os dois pólos surgiram veículos como O Pasquim, Pif-Paf, Opinião, entre outros. Esses davam espaço à oposição e se colocavam como um contraponto à grande imprensa. O objetivo era “[...] manter aceso o debate político, mesmo que entre uma elite de leitores [...]” (*Op. cit.*, p. 131 e 132).

O declínio da cobertura política no período ditatorial resultou no fortalecimento do jornalismo econômico, pois os veículos de comunicação precisam “apostar” em um novo segmento.

“[...] A forte expansão econômica que ocorreu entre 1969 e 1973, a crise do petróleo que se seguiu e a retomada do ciclo inflacionário a partir da década de 1970 [acabaram] por exigir dos jornalistas um conhecimento mais técnico e menos empírico sobre as notícias que afetavam o bolso dos cidadãos. Não que antes tais assuntos não fossem importantes, mas é que agora a economia desvencilhava-se da política, ganhando espaço sobre nos jornais e revistas, quando não em publicações específicas [...]” (SEABRA, 2006, p. 131).

De acordo com Sodré e Ferrari²² (1986, apud CERVI, 2003, p. 9), o jornalismo brasileiro entrou em nova fase a partir da década de 80. Reportagens interpretativas foram incorporadas aos jornais, os quais agora se preocupavam não somente em responder às questões do lead. Imagens, cores e novos recursos gráficos passaram a ser utilizados em virtude da concorrência cada vez mais acirrada com os meios eletrônicos. O aprofundamento dos temas publicados – principalmente na área política – resultou do fim da Ditadura Militar e do processo de redemocratização que o país vivia. As fontes dos jornalistas multiplicaram-se e a possibilidade de temas para se abordar também aumentou em grande número. Segundo Cervi, nesse contexto o ideal de objetividade passou a ser questionado por alguns veículos de comunicação.

O jornalismo político voltou a ganhar destaque na década de 1980 e no início da década de 1990 em decorrência de episódios que marcaram a história do país. Alguns deles foram a campanha das Diretas Já, a eleição de Tancredo Neves (PMDB) pelo Colégio Eleitoral, a morte do presidente eleito ainda de forma indireta e a posse do vice, José Sarney (PFL). Em 1989, a maior parte do eleitorado brasileiro escolheu Fernando Collor de Mello (PRN) para ser o chefe do Executivo nacional. O primeiro presidente eleito de forma direta após a Ditadura Militar sofreria processo de impeachment em 1992.

Uma ampla gama de estudos tem sido produzidos nos últimos anos para entender como se sucederam esses fatos e outros dedicaram-se ao papel desempenhado pelos veículos de comunicação nesses episódios. Essas análises fogem à temática desse trabalho, por isso se optou apenas por mencioná-los.

3.2.1 Interpretação do fato político e busca de informações

Isto posto, destaca-se a análise de Martins (2005) sobre o jornalismo político brasileiro do fim do século XX e do século XXI. Segundo o autor, a separação entre opinião e informação nesse período era uma prática já segmentada na imprensa nacional. A informação é o elemento formador do noticiário, já a opinião fica a cargo dos editoriais e dos colunistas, conforme foi citado anteriormente. A “novidade” residiu no fato de os leitores, internautas, ouvintes e

²² In: SODRÉ, M; FERRARI, M. H. **Técnica de Reportagem – notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

telespectadores não se contentarem apenas com a notícia. O público queria que as matérias fossem complementadas com interpretação²³. Martins deixou claro que interpretação não deve se confundir com opinião. Para ele, interpretação quer dizer buscar detalhes e informações a mais sobre o assunto; contextualizar o tema; relacioná-lo com outras reportagens.

“[...] Interpretação e opinião não são a mesma coisa. São semelhantes, porque ambas buscam ir além do fato em si e dar uma explicação a ele. Mas são também muito diferentes. A opinião, no fundo, apenas se alimenta do fato para reafirmar um ponto de vista prévio. Já a interpretação é uma primeira leitura do acontecimento, é uma tentativa de juntar e relacionar seus vários fragmentos no momento em que está ocorrendo. A primeira fecha o foco em cima de uma explicação e quer passar certezas. A segunda, ao contrário, busca abrir o leque de possibilidades e sugerir linhas de raciocínio. Uma é taxativa, tem respostas definitivas; a outra é indagativa, no máximo tem ideias preliminares [...]” (MARTINS, 2005, p. 22).

A necessidade de buscar outros elementos para as notícias surgiu também em virtude da agilidade com que é possível obter informações na atualidade. A vitória de um candidato em um pleito ou a renúncia de um parlamentar provavelmente serão noticiadas primeiramente pelos sites de notícias ou pelos blogs que tratam de política. Na sequência, o rádio e a televisão também irão se preocupar em informar o fato. A reportagem será veiculada somente no dia seguinte no jornal²⁴ e então já não irá atrair tantos leitores, pois já tiveram acesso à informação em outros meios de comunicação. É por isso que os veículos impressos buscam o diferencial. Ou seja, os jornais não irão se limitar a publicar somente o fato. Os veículos irão apresentar aos leitores interpretações sobre a notícia e novas repercussões sobre o evento. Nas palavras de Martins:

“[...] Vivemos a época da notícia em tempo real. Hoje em dia, a televisão, o rádio e a internet noticiam os fatos em geral muito antes dos jornais impressos [...] Os jornais, cada vez mais, funcionam como âncoras do noticiário: organizam, sistematizam, explicam e contextualizam a notícia bruta, a informação factual que já chegou ao conhecimento do cidadão pelos meios eletrônicos [...]”²⁵ (MARTINS, 2005, p. 73).

²³ Uma explicação sobre a necessidade da cobertura dos assuntos políticos foi apresentada por Martins (2005, p. 114). Segundo ele, é necessário “[...] mostrar como as decisões políticas afetam a vida das pessoas [...]”. Os leitores precisam compreender o que é noticiado e entender quais são as relações do fato político com o seu cotidiano. Superadas essas etapas, o leitor sente-se parte integrante do “mundo político” e percebe a importância de acompanhá-lo e buscar informações sobre ele. In: MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

²⁴ A ordem citada leva em conta a velocidade com que cada um dos veículos (da internet ao jornal impresso) faz a informação chegar até o público. Essa ordem não será seguida caso um veículo consiga um “furo de reportagem” ou uma informação exclusiva.

²⁵ De acordo com Martins (2005, p. 23), os principais jornais do mundo estão trabalhando dessa forma para continuar “fidelizando” os leitores. In: MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

O exemplo apresentado pelo autor para ilustrar essa questão foi a eleição de Severino Cavalcanti (PP-PE) para a presidência da Câmara dos Deputados, em 2005. A maior parte do público não tinha informações preliminares sobre o parlamentar. Sendo assim, uma reportagem que apenas noticiasse qual foi o deputado eleito teria pouca ou nenhuma utilidade para a compreensão do público sobre o contexto da eleição na Legislativo. A matéria precisava explicar qual era trajetória política do parlamentar do PP, quais foram os arranjos políticos que permitiram a eleição, qual foi a plataforma de campanha, quais eram os outros candidatos envolvidos no pleito, entre outras dúvidas.

Faz-se necessário salientar também uma das discussões do capítulo anterior: relativa à existência de duas realidades. De acordo com Sponholz (2009), uma delas é a primária e está relacionada com o fato. A segunda é a midiática, cujo entendimento da autora foi de que se trata daquilo que é recuperado pelo profissional de imprensa e será (re)contado à sociedade. Essa questão foi retomada nesse momento para que seja possível estabelecer conexão com o que explanou Martins (2005, p. 48 e 49) sobre a busca de informações na área política. De acordo com o autor, parte das informações sobre política surge nos bastidores e em reuniões a que os jornalistas não têm acesso. Se o repórter não presenciou a reunião – o fechamento do acordo entre situação e oposição, a audiência com o governante, ou outro evento da área – não terá como avaliar individualmente as definições dadas ou as informações que venham a ser divulgadas. O profissional terá de recorrer às fontes que estiveram naquele espaço e, com base nos dados obtidos com seus informantes, irá montar o quebra-cabeça que dará origem à reportagem.

A situação mencionada recaiu na chamada segunda realidade. Os jornalistas têm consciência de que se deparam cotidianamente com várias versões de um mesmo fato. A apuração e a produção de uma reportagem não consistem na mera reprodução dessas versões, tampouco na escolha de uma delas como sendo “mais verossímil”. Mais uma vez, será preciso ter um método para a checagem das informações controversas ou semelhantes que o repórter conseguirá com suas fontes. Como já foi dito, o profissional de imprensa irá contar uma história com base nos relatos de outras pessoas – nesse caso políticos, assessores, lobistas ou outros informantes que fazem parte do meio político –, os quais muitas vezes têm interesse em divulgar uma determinada versão do fato e omitir outras facetas do caso.

Como não há uma fórmula para se aproximar da realidade primária (do fato), a solução apontada por Martins é colher o maior número de depoimentos e tentar chegar a uma versão próxima do que teria ocorrido. O autor salientou que o leitor (internauta, ouvinte ou telespectador) deve ser informado se o repórter não conseguir obter “todas as peças do quebra-cabeças”, ou seja, todas as informações necessárias para recontar a história.

“[...] Jornalistas noticiam fatos. Se não temos certeza sobre uma informação, não devemos publicá-la; mas, se, apesar disso, decidimos fazê-lo, porque há uma boa chance de que corresponda aos fatos, temos a obrigação de dividir com o leitor, ouvinte ou telespectador nossas inseguranças. Ele não merece ser enganado [recebendo] dúvida por certeza [...]” (MARTINS, 2005, p. 49, grifo nosso).

As dificuldades na apuração ocorreriam em menor grau no caso de o jornalista ter acesso ao evento político ou se o fato ocorrer em uma situação pública. Nesses casos, o repórter teve a oportunidade de observar o desenrolar do acontecimento e terá base mais sólida para fazer uma avaliação sobre o tema. Esses dados irão fazer parte do elenco de informações que arregimentou para a produção de sua reportagem.

3.3 ELEIÇÕES E OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

A parcialidade da cobertura na área política no início da segunda metade do século XX foi destacada por Martins (2005). O autor elencou uma série de manchetes dos principais jornais²⁶ da época publicadas durante a campanha eleitoral de 1950 à presidência da República. Algumas delas foram: “Pistoleiros getulistas prontos para atacar o povo” (Tribuna da Imprensa, 3/10/1950), “Para o Brasil, Brigadeiro. Dá à tua terra o governo que ela merece” (O Estado de S. Paulo, 3/10/1950), “Favorável a Getulio Vargas 57% da votação” (O Jornal, 6/10/1950), “Os primeiros resultados indicam para presidente sr. Getulio Vargas, seguido do Brigadeiro Eduardo Gomes” (Jornal do Brasil, 5/10/1950).

²⁶ Os jornais citados por Martins foram Correio da Manhã, Diário Carioca, O Globo, Diário de Notícias, Tribuna da Imprensa, O Jornal, Jornal do Brasil, O Estado de S. Paulo e Folha da Manhã. In: MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

Ao que se pôde depreender, os veículos não se limitavam a informar aos leitores como estava a corrida presidencial. Os jornais apresentaram manchetes estampando suas preferências políticas e funcionavam quase como uma extensão das campanhas eleitorais dos principais concorrentes. Isenção, equilíbrio e imparcialidade não eram elementos presentes na cobertura desses periódicos nesse contexto. De acordo com Martins:

“[...] Em 1950, os jornais mais influentes do Rio de Janeiro e de São Paulo não tinham qualquer preocupação com isenção na cobertura. De modo geral, o tom das primeiras páginas era de franco engajamento eleitoral. Manchetes, chamadas, fotos e charges não escondiam a preferência pelo brigadeiro Eduardo Gomes. No caso de O Estado de S. Paulo, do Correio da Manhã, do Diário de Notícias e da Tribuna da Imprensa as primeiras páginas chegavam a parecer peças de campanha eleitoral [...] De qualquer modo, nenhum dos principais jornais foi isento na disputa. Velada ou ostensivamente, todos tinham candidato e queriam derrotar Getúlio, o que ficava claro em suas páginas, inclusive na cobertura noticiosa [...]” (MARTINS, 2005, p. 14 e 15, grifo nosso).

“[...] O JB [Jornal do Brasil] e o Correio [da Manhã] eram tidos como liberais, situados no centro do espectro político. O Globo era mais conservador. O Diário Carioca e o Diário de Notícias eram próximos da UDN, mas tomavam distância de sua ala reacionária, o lacerdismo. A Tribuna da Imprensa pertencia ao próprio Carlos Lacerda e era furiosamente antigetulista e, depois, antijuscelinista. Já a Última Hora era trabalhista, quase de esquerda. A Imprensa Popular era vinculada ao Partido Comunista, embora o PCB estivesse na ilegalidade. O Dia, A Notícia, e a Luta Democrática eram jornais populares – os dois primeiros ligados a Adhemar de Barros e, depois, a Chagas Freitas do PSP [Partido Social Progressista], o último ao udenista Tenório Cavalcanti [...]” (*Ibidem*, p. 17).

As manchetes citadas anteriormente deixaram claro que os jornais ainda não se preocupavam com a questão da objetividade e não se esforçavam para se aproximar dos ideais de imparcialidade.

De acordo com Azevedo (2001, p. 183), genericamente, também seria possível apontar que existiram evidências de parcialidade por parte da mídia na cobertura das eleições para o governo do Rio Janeiro, em 1982, e no último debate eleitoral da campanha presidencial de 1989. No primeiro caso houve a suspeita de fraude eleitoral na contagem dos votos, porém, mesmo assim Leonel Brizola (PDT) saiu vencedor do pleito. No segundo, a Rede Globo foi acusada de ter editado o compacto do debate em favor de Fernando Collor de Mello (PRN) em detrimento a Luís Inácio Lula da Silva (PT). Mesmo com as citações apresentadas pelo autor, Azevedo destacou que é preciso considerar que a imprensa não pode ser entendida como se fosse homogênea. O autor afirmou ainda que influência da mídia e resultado eleitoral não podem ser analisados como se houvesse a existência de uma relação direta e linear entre eles.

Azevedo e Rubim (1998, p. 190) afirmaram que análises sobre comunicação e política surgiram do fim da década de 1970 e início dos anos de 1980 em virtude da redemocratização do Brasil²⁷. Nesse estudo monográfico destaca-se duas pesquisas que discutiram se a cobertura feita pelos veículos de comunicação no período eleitoral foi ou não objetiva. Cervi (2003)²⁸ e Azevedo (2001)²⁹ analisaram qual foi o espaço dado por grandes jornais aos principais candidatos dos pleitos investigados; se os textos apresentaram preponderantemente viés positivo, negativo ou neutro – o que foi chamado de valência; qual foi o quadrante em que os artigos, editoriais, matérias, colunas, fotografias e charges foram publicados, entre outras questões.

Cervi considerou em sua pesquisa que para uma cobertura eleitoral ser tratada como objetiva não haveria a necessidade da “equidade absoluta”, ou seja, o mesmo número de matéria, com o mesmo tom e no mesmo quadrante para todos os candidatos. O periódico deveria manter a proporcionalidade entre as “aparições” dos candidatos e as intenções de voto que eles apresentavam no mesmo período.

De forma breve e resumida, a conclusão de Cervi foi de que os quatro periódicos analisados distanciaram-se da noção de objetividade ao tratar da corrida presidencial de 2002 pelo fato de terem reservado mais espaço para o candidato José Serra (PSDB). Segundo o autor, o tucano teve espaço duas vezes maior nos jornais no período analisado do que as intenções de voto que registrava. Serra também teve o maior índice de valências neutras.

Cervi afirmou que Luís Inácio Lula da Silva (PT) não chegou a ser prejudicado pela falta de objetividade da cobertura dos quatro veículos, ao contrário do que ocorreu com Anthony Garotinho (PSB). Levando em conta o índice geral (percentagem feita com os quatro veículos), o candidato do PSB foi menos citado – apenas em 25% das matérias – e também apresentou a maior diferença entre valência negativa e positiva (12,9 pontos percentuais negativos) na

²⁷ Os autores salientaram que estudos contemporâneos sobre comunicação surgiram no início dos anos 70.

²⁸ Cervi dedicou-se à análise da corrida presidencial de 2002, com base nos jornais O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. Os candidatos citados foram Anthony Garotinho (PSB), Ciro Gomes (PPS), José Serra (PSDB) e Luís Inácio Lula da Silva (PT). In: CERVI, Emerson Urizzi. A cobertura da imprensa e as eleições presidenciais 2002. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC)**, Portugal, v. 1, p. 01-68, 2003. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=cervi-emerson-imprensa-eleicoes-2002.html. Acesso em: 09/06/2012.

²⁹ Azevedo pesquisou a cobertura feita pelos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Agora nas eleições municipais da cidade de São Paulo no ano 2000. Os candidatos citados foram Geraldo Alckimin (PSDB), Luiza Erundina (PSB), Marta Suplicy (PT), Paulo Maluf (PPB) e Romeu Tuma (PFL). In: AZEVEDO, Fernando Antônio. Imprensa, cobertura eleitoral e objetividade: a eleição de 2000 na capital paulista. **Opinião Pública**, 2001, vol. 7, n. 2, p. 182-201. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-62762001000200003&lng=pt&nrm=isso&tlng=pt. Acesso em: 09/06/2012.

cobertura dos jornais O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo (CERVI, 2003, p. 34; 65 e 66). O autor considerou ainda que:

“[...] A cobertura da mídia impressa da campanha presidencial [de 2002] ficou próxima do formato de cobertura dos meios eletrônicos: fragmentada e pouco preocupada com temas substantivos, demonstrando uma dificuldade dos jornais abandonarem o modelo superficial de cobertura pelo interpretativo. As notícias, artigos opinativos e notas jornalísticas preocuparam-se mais com as características pessoais ou do dia a dia das campanhas, deixando em segundo plano as propostas e debates a respeito dos temas substantivos. O enquadramento predominante personalista na cobertura retrata uma tendência que parece não ser apenas do sistema político, mas da sociedade brasileira de centrar o foco das percepções nas características pessoais dos candidatos [...]” (CERVI, 2003, p. 65).

Com relação à pesquisa sobre a eleição municipal em São Paulo no ano 2000, resumidamente, é possível afirmar que Azevedo (2001) convencionou a dimensão valorativa das matérias e o saldo das valências à conclusão se a cobertura foi objetiva ou não. Para o autor, a cobertura poderia ser considerada objetiva se o percentual de conteúdos neutros fosse igual ou superior a 50%.

Azevedo concluiu que a cobertura feita no primeiro turno do pleito paulistano foi objetiva por parte dos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Agora. A mesma situação não foi verificada no segundo turno – disputado entre Marta Suplicy (PT) e Paulo Maluf (PPB). A Folha de S. Paulo manteve o índice superior a 50% para os dois candidatos e foi o único jornal considerado objetivo pelo autor no tocante à segunda fase da disputa eleitoral. Já o Estado de S. Paulo apresentou o índice de neutralidade somente no caso da concorrente do PT. Além desses, o jornal Agora não atingiu a percentagem igual ou superior a 50% para nenhum dos dois concorrentes.

O autor argumentou que é preciso levar em conta nessa análise a “excepcionalidade” da situação de Paulo Maluf. O candidato do PPB foi citado em várias ocasiões por conta das suspeitas de improbidade administrativa e, por conta disso, o tom de alguns conteúdos recaiu para ética e moral.

3.3.1 Agendamento

Isto posto, passa-se a salientar o fato de que as duas pesquisas mencionadas sobre a cobertura da mídia em períodos eleitorais terem destacado que os veículos de comunicação – principalmente os jornais – têm a capacidade de “agendar” os assuntos que serão debatidos ao longo das campanhas (AZEVEDO, 2001; CERVI, 2003). É o que pressupõe a hipótese do agenda-*setting*, segundo a qual os temas discutidos pelo público serão aqueles que forem agendados pela mídia.

“[...] A mídia pode influenciar decisivamente na transformação de um problema tópico em uma situação problemática, tanto em nível individual quando societal. A literatura internacional tem encontrado uma relação direta entre a construção midiática de problemas sociais e econômicos com a construção cognitiva que o público faz desses mesmos problemas [...]” (CERVI, 2003, p. 3).

Wolf (2001) destacou que os veículos de comunicação fazem a seleção do que julgam ser notícia e daquilo que seria importante para o público. Eles podem noticiar os fatos de maneiras diferentes e os critérios variam de acordo com o público-alvo, os interesses, a linha editorial, entre outros aspectos. Uma das finalidades da hipótese do agenda-*setting* é estudar como a seleção temática feita pela mídia influi na atenção que o público dispõe para cada notícia. Segundo Brum (2003), “[...] a realidade social passa a ser representada por um cenário montado a partir dos meios de comunicação de massa [...]”. A hipótese também tem o objetivo de compreender quais são os efeitos que os meios de comunicação exercem sobre a opinião pública. Nas palavras de Shaw³⁰ (1979, apud WOLF, 2001, p. 144, grifo do autor):

“[...] Em conseqüência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir aquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas [...]”.

Mesmo com a capacidade de agendamento do debate, os veículos de comunicação não influenciam necessariamente o comportamento do público sobre o tema (AZEVEDO, 2001, p.

³⁰ In: SHAW, E. F. Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette*, 1979.

185). Ainda com relação à hipótese do agenda-*setting*, é preciso levar em conta que os meios de comunicação podem persuadir a agenda do público de formas diferentes. McClure e Patterson³¹ (1976, apud WOLF, 2001) afirmaram que as informações veiculadas pelo meio televisivo tendem a diminuir a importância e o significado das notícias, pois são efêmeras e fragmentárias. Em contrapartida, a informação tem por característica ser mais densa e sólida nos veículos impressos. Apesar disso, Brum apontou que existem limitações metodológicas na hipótese do agenda-*setting*. Segundo a autora:

“[...] A base metodológica dos estudos sobre o *agenda setting* se fundamenta em dois procedimentos: a análise de conteúdo dos meios de comunicação e as pesquisas de opinião. Entre estes dois aspectos muitas variáveis são indefinidas, o que provavelmente causa discussão com relação aos determinantes dos efeitos do *agenda setting* [...]” (BRUM, 2003, grifo da autora).

Faz-se necessário ponderar ainda que a hipótese não considerou a existência de autonomia do público em relação aos *mass media* (CERVI, 2003, p. 11). Ao impor uma gama de temas para o debate, segundo o autor, os veículos de comunicação impedem que os leitores tenham interesse ou ao menos tomem conhecimento das discussões sobre outros assuntos.

³¹ In: McClure, R.; Patterson, T. **Television News and Voter Behavior**. New York: NY, 1976.

4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A noção de objetividade passou a ser discutida no século XVII, na Alemanha, e nos Estados Unidos, no século XIX (SPONHOLZ, 2009, p. 53). Anos mais tarde, já no século XX, a ideia de que o jornalista deveria produzir uma reportagem imbuída de objetividade foi incorporada à prática dos profissionais de imprensa. Uma das motivações para o surgimento do conceito de objetividade foi a tentativa de transferir métodos científicos para o jornalismo. Segundo Ribeiro (2002) e Sponholz, a discussão sobre esse ideal ganhou destaque após o término da Segunda Guerra Mundial, em 1945.

Grande parte dos autores que fez parte do corpo teórico desse estudo monográfico relacionou a questão da objetividade à realidade. Erbolato (1985, apud HOLFELDT, 2000), Tambosi (2007) e Bahia (1971) afirmaram que o jornalista teria a capacidade de noticiar o fato tal como aconteceu e nessa postura residiria a objetividade. Para outros autores – tais como Abramo (1991), Miguel e Biroli (2010) –, a objetividade seria inatingível pelo fato de o repórter ter de “colher” informações com diferentes fontes e escolher algumas para compor a reportagem. Os defensores desse posicionamento entendem que o fato de o profissional de imprensa escolher quais serão as fontes para tratar de uma determinada temática e quais informações irá publicar já o afastariam do ideal da objetividade.

A “terceira vertente”, da qual faz parte Sponholz (2009), foi aquela que melhor se adequou a essa pesquisa. A autora tratou da objetividade possível, que não seria um ideal inatingível, porém, não seria alcançada de forma absoluta. Sponholz trabalhou com duas realidades: a social ou primária (o fato) e a midiática ou secundária. Nesse cenário o jornalista assume o papel de mediador da realidade. O repórter terá contato direto com o acontecimento ou receberá informações de terceiros sobre o assunto. Nos dois casos ele irá recontar o fato aos leitores, internautas, ouvintes e telespectadores.

Quando se considera a possibilidade da objetividade possível, leva-se em conta que a notícia será reconstruída pelo jornalista com base em seus filtros e suas escolhas. O fato de se afirmar que o profissional de imprensa tem opções a fazer não o faculto o direito à escolha descompromissada do conteúdo que irá repassar à sociedade. Essa ideia relaciona-se com o alerta feito por Martins (2005) de que o repórter deve informar ao público se não conseguir obter “todas as peças do quebra-cabeça” necessárias para recontar a história.

A discussão sobre o fato de os veículos de comunicação serem ou não “espelhos da realidade” também foi incorporada ao presente trabalho. De acordo com Capelato (1988), imprensa ocupa-se em reconstruir momentos particulares da realidade em seus discursos. O entendimento da autora é de que a mídia não apresenta a realidade. Capelato argumentou que os veículos fazem suas escolhas – conteúdo que será publicado, o tom do discurso, a hierarquização das notícias, entre outras – para recontar os fatos ou momentos particulares.

Concepção semelhante a de Capelato foi apresentada por Mesquita (2005, p. 13). Segundo ele a mesma notícia é relatada de formas diferentes pelos veículos e por isso não há como considerar que transmitem “o reflexo do mundo”.

O discurso de que os meios de comunicação são “espelhos da realidade” pôde ser encontrado em alguns manuais de redação e códigos de conduta de grandes veículos de comunicação. O manual da Folha de S. Paulo trouxe a afirmação de que o jornalista deveria fazer uma cobertura isenta dos fatos e que “[...] deve ser seu objetivo conhecer todas as versões e expô-las fielmente ao leitor [...]” (FOLHA DE S. PAULO, 1987, p. 112, grifo nosso).

Em alguns desses códigos também foi possível verificar a defesa da objetividade. Uma das orientações de O Estado de S. Paulo foi para que o jornalista “[...] faça textos imparciais e objetivos. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor dele tire suas próprias conclusões [...]” (O ESTADO DE S. PAULO, 1990, p. 18).

Em contrapartida, as pesquisas de Cervi (2003) – sobre a eleição presidencial de 2002 - e de Azevedo (2001) - sobre a disputa pela prefeitura de São Paulo no ano 2000 - apresentaram exemplos em que a objetividade não foi adotada ao longo da cobertura jornalística. Para Cervi, a objetividade consistiria no fato de o jornal manter a proporcionalidade entre as “aparições” dos candidatos e as intenções de voto que eles apresentavam no mesmo período. Mas, não foi o que ocorreu e, segundo o autor, O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo distanciaram-se da noção de objetividade. Os quatro veículos reservaram mais espaço para o candidato José Serra (PSDB) do que para outros três citados (Luís Inácio Lula da Silva (PT), Ciro Gomes (PPS), e o candidato do PSB Anthony Garotinho). Essa diferenciação não correspondeu às intenções de voto do tucano no período.

Situação semelhante foi encontrada por Azevedo. O autor considerou que a cobertura do pleito paulistano seria objetiva se o percentual de conteúdos neutros fosse igual ou superior a 50%. Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Agora foram objetivos no primeiro turno, mas

apenas a Folha manteve o patamar no segundo turno – disputado entre Marta Suplicy (PT) e Paulo Maluf (PPB). Azevedo ressaltou ainda que era necessário analisar a “excepcionalidade” do caso de Paulo Maluf. O candidato do PPB foi bastante citado por conta das suspeitas de improbidade administrativa e por isso foi alvo de muitas matérias com tom negativo. Mesmo assim, o que se pôde depreender foi que as regras criadas pelos veículos de comunicação nem sempre foram seguidas na produção das notícias.

Ainda sobre as pesquisas sobre a cobertura da mídia em períodos eleitorais, faz-se necessário destacar também as considerações de Cervi e Azevedo de que os veículos de comunicação – principalmente os jornais – têm a capacidade de “agendar” os assuntos que serão debatidos ao longo das campanhas (AZEVEDO, 2001; CERVI, 2003). Segundo a hipótese do *agenda-setting*, os veículos de comunicação fazem a seleção do que julgam ser notícia e daquilo que seria importante para o público Wolf (2001).

Mesmo assim, os autores salientaram que a hipótese não considerou a existência de autonomia do público em relação aos *mass media* (CERVI, 2003, p. 11) e – ainda que mídia a tenha a capacidade de pautar o debate – os veículos de comunicação não influenciam necessariamente o comportamento do público sobre o tema (AZEVEDO, 2001, p. 185).

Para finalizar, destaca-se que as questões apresentadas nesse trabalho suscitam outros debates e também diversas possibilidades de análise. Isto posto, espera-se ter contribuído para a discussão sobre os conceitos de objetividade e imparcialidade no tocante à prática jornalística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Cláudio Weber. Império dos Sentidos: critérios e resultados na Folha de São Paulo. **Revista Novos Estudos**, n. 31, p. 41-67, out. 1991.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Imprensa, cobertura eleitoral e objetividade: a eleição de 2000 na capital paulista. **Opinião Pública**, vol. 7, n. 2, p. 182-201, 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-62762001000200003&lng=pt&nrm=isso&tlng=pt. Acesso em: 09/06/2012.

BAHIA, Juarez. **Jornalismo, Informação e Comunicação**. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1971. p. 123-134.

BRUM, Juliana de. A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. **Revista Razón y Palabra**, Estado do México, out-nov, 2003. Disponível em: www.razonypalabra.org.mx/antiores/n35/jbrum.html. Acesso em: 09/06/2012.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto; EDUSP, 1988.

CERVI, Emerson Urizzi. A cobertura da imprensa e as eleições presidenciais 2002. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC)**, Portugal, v. 1, p. 01-68, 2003. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=cervi-emerson-imprensa-eleicoes-2002.html. Acesso em: 09/06/2012.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual geral da redação**. 2. ed. São Paulo, 1987.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (CPDOC). **Anos de Incerteza**. São Paulo; Rio de Janeiro, 1997. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos30-37>. Acesso em: 23/06/2012.

GOMES, Laurentino. **1808: como uma rainha louca, um príncipe medroso e uma corte corrupta enganaram Napoleão e mudaram a história de Portugal e do Brasil**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2007.

GRUPO ABRIL. **Código de Conduta do Grupo Abril**. Disponível em: www.grupoabril.com.br/arquivo/codigodeconduta.pdf. Acesso em: 19/05/2012.

HOHLFELDT, Antônio. **Objetividade: categoria jornalística mitificada**. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1426.pdf. Acesso em: 29/08/2011.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Editora Ática, 2003.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

MESQUITA, Mário. Teorias e práticas do jornalismo - da era do telégrafo ao tempo do hipertexto. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 28, nº 2, julho/dezembro de 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ojs2.3.12/index.php/revistaintercom/article/view/381/373>. Acesso em: 29/08/2011.

MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. **Opinião Pública**. Campinas, v. X , n. 1, p. 91-111, mai. 2004. Disponível em: www.scielo.br/pdf/op/v10n1/20316.pdf. Acesso em: 05/03/2012.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. vol.25, n.73, p. 59-76, 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092010000200004&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 29/08/2011.

O ESTADO DE S. PAULO. **Manual de redação e estilo**. Organizado e editado por Eduardo Martins. São Paulo, 1990.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. **Princípios editoriais das Organizações Globo**. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/principios-editoriais/>. Acesso em: 19/05/2012.

PEREIRA, Álvaro. Jornalismo político contemporâneo. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 87-107.

REDE ANHANGÜERA DE COMUNICAÇÃO. **Manual de Redação**. Campinas: RAC, 2005.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Memória de Jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa dos anos 50. **Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação (Compós)**, 2002. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_712.pdf. Acesso em 07/09/2011.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. **Lua Nova**, n.43, p. 189-216, 1998. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451998000100011&lng=pt&nr m=isso. Acesso em: 09/06/2012.

SEABRA, Roberto. Jornalismo político: história e processo. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 109-140.

SOUSA, Vivaldo de. Precisão e correção no jornalismo político. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 193-209.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, Conhecimento e Objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009.

TAMBOSI, Orlando. Jornalismo e teorias da verdade. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.30, n.1, p. 35-48, jan./jun. 2007. Disponível em: www.portcom.intercom.org.br/ojs2.3.12/index.php/revistaintercom/article/view/279/272. Acesso em 07/09/2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005. Volume I. p. 189-210.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 6. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

OUTRAS OBRAS CONSULTADAS

BARONAS, Roberto Leiser. Enunciados de curta extensão: gênero de discurso, aforização, mídia e política. **Linguagem em Dis(curso)**, Tubarão (SC), v. 11, n. 1, p. 59-79, jan./abr. 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1518-76322011000100004&script=sci_arttext. Acesso em: 05/03/2012.

BRAGA, Sandro; PEREIRA, Tiago Costa. Quando a história se cala e o exótico fala: efeitos de sentido da cobertura da *Revista Veja* na pré-candidatura de Obama à presidência dos EUA. **Linguagem em Dis(curso)**, Tubarão (SC), v. 11, n. 1, p. 171-188, jan./abr. 2011. Disponível em: www.scielo.br/scielo.php?pid=S151876322011000100009&script=sci_arttext. Acesso em: 16/03/2012.

CARVALHO, Fátima Lampreia. Continuidade e Inovação: conservadorismo e política da comunicação no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. vol. 15, n.43, p. 147-162, jun. 2010. Disponível em: www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v15n43/008.pdf. Acesso em: 05/03/2012.

CHAGAS, Helena. Decifra-me ou te devoro. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 157-179.

CRUVINEL, Tereza. Colunismo: análise, opinião e ética. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 211-233.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e Ciências da Linguagem**. São Paulo: Hackers Editores; Edusp, 2000.

GRAMACHO, Wladimir. Jornalismo investigativo. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 251-270.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002. p. 110-129.

MEDINA, Cremilda. Lugar do jornalista: no centro das tensões. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 23-35.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, p. 155-184, 2002. Disponível em: www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf. Acesso: 16/03/2012.

NEGREIROS, Davys Sleman de. Mídia e Política: a metamorfose do poder. **Zona de Imapcto**, Porto Velho (RO), v. 04, 2005.

PARK, Robert E. As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. In: ESTEVES, J. P. (org.), **Comunicação e Sociedade**. Lisboa: Horizonte, 2002. p. 35-48.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Novas configurações das eleições na idade mídia. **Opinião Pública**, vol. 7, n. 2, p. 168-181, 2001. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/op/v7n2/16937.pdf>. Acesso: 16/03/2012.

SANTAYANA, Mauro. A ética, dentro e fora das redações. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 37-44.

SEIDENGLANZ, René; SPONHOLZ, Liriam. Objetividade e credibilidade midiática: considerações sobre uma suposta relação. **Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura**, vol. 6, n. 2, p. 1-24, 2008. Disponível em: www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapocom/article/view/3532/2585. Acesso em: 29/08/2011.

