

O papel social do jornalista pela própria imprensa: análise das matérias publicadas em revistas semanais sobre a proposta de criação de um Conselho Federal de Jornalismo¹

Sônia Cristina Pedrosa Pereira²

(Universidade do Estado do Rio de Janeiro)

Resumo

O trabalho analisa a construção da identidade jornalística, a partir de matérias que repercutiram a proposta de criação de um Conselho Federal de Jornalismo, em agosto de 2004. As notícias sobre o projeto, apresentado junto com uma série de medidas na área da cultura, deram margem ao surgimento de uma arena de briga pela poder entre os meios de comunicação e o governo federal. Trabalhamos aqui com a hipótese de que o que esteve em jogo foi o poder de controlar, fiscalizar e determinar a ação dos jornalistas, disputado, então, pelo governo e as empresas de comunicação, que trataram de demarcar e confirmar seu espaço de agentes políticos, pelo comando das atividades diárias dos profissionais do jornalismo. A análise das matérias publicadas nas principais revistas semanais do país (*Veja*, *Istoé*, *Carta Capital* e *Época*) busca os enquadramentos noticiosos utilizados para a construção dessa identidade.

Palavras-chave

Jornalismo; papel social; política; identidade; poder.

1. INTRODUÇÃO

Em agosto de 2004, as relações do jornalismo brasileiro com o governo viraram notícia na mídia nacional, ganhando as páginas dos principais jornais e revistas do país e significativo espaço na televisão e sites do país. O pivô, ou o "gancho" (para usar o jargão jornalístico) das matérias foi a proposta da criação de um Conselho Federal de Jornalismo, levada ao Congresso Nacional por meio de projeto da Federação Nacional dos Jornalistas, com

¹ Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Mestranda em comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), jornalista e especialista em marketing (e-mail: spedrosa@vetor.com.br).

passagem, antes do encaminhamento, pela Casa Civil, onde teria recebido adicionais. A proposta, que dizia respeito à regulação e fiscalização das atividades profissionais dos jornalistas brasileiros, foi bombardeada pela mídia nacional e o governo do PT responsabilizado pela iniciativa do projeto, apresentado como uma ameaça à liberdade de imprensa.

Como praticamente toda a mídia nacional, os quatro principais semanários do país – *Veja*, *Istoé*, *Época* e *Carta Capital* – se manifestaram em relação ao suposto Conselho, colocando na berlinda as relações do governo Lula com os jornalistas e o jornalismo em geral. Em pelo menos três delas (*Veja*, *Carta Capital* e *Istoé*), o assunto foi referência da matéria de capa, em mês de Olimpíadas, é bom ressaltar. Uma oportunidade rara, na qual veio a público uma reflexão sobre o papel do jornalismo na política brasileira, num momento político também novo para o país: diante de um governo de esquerda, cuja motor essencial de vitória na eleição foi uma boa estratégia de comunicação (já de longa data uma preocupação do Partido dos Trabalhadores³) e circunstâncias favoráveis, evidentemente.

Acreditamos que a busca pelo controle da opinião política por um partido que descobriu a importância da comunicação – a ponto do governo manter uma secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica dentro do Palácio do Planalto – levou a equipe governamental a essa ação, que se mostrou desastrosa em termos de popularidade e construção da imagem. Como se a compreensão, pelo PT, de que a comunicação midiática foi convertida "num lugar privilegiado para a "palavra política" " (Gomes, 2004, p.423) e a ânsia pelo exercício do papel de gestor da comunicação de massa tivessem levado o partido a contrariar regras básicas, determinadas desde Maquiavel⁴, para a gestão das aparências pelo governante.

Segundo Wilson Gomes (op. cit., p. 420), "os partidos se tornaram em grande parte astutos gestores da comunicação de massa e não apenas suas vítimas sacrificiais, de forma que não parece se pôr de fato no horizonte uma opção entre partidos ou comunicação, pois a alternativa tende a ser partidos e comunicação de massa". Assim, a *profissionalização* (se podemos dizer dessa forma), ou maturação, do PT como um partido político da modernidade,

³ O livro de Afonso de Albuquerque, *Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão*, mostra o trabalho de construção da imagem de Lula como trabalhador pelo PT, já em 1989, durante a campanha eleitoral.

consciente da importância do acesso à mídia para influir no comportamento político dos indivíduos, teria determinado a inabilidade do governo Lula para se posicionar, na dada situação, da forma como um governante deve se mostrar ao povo a fim de se manter no poder, pelos termos de Maquiavel⁴.

Como se a situação de comunicação evidenciasse, de certa maneira, o conflito entre a atuação partidária de sempre do PT e a atual posição de presidente de Luís Inácio Lula da Silva, com todas as transformações que isso implica. As notícias sobre o projeto apresentado, que chegou junto com uma série de medidas na área da cultura igualmente levadas a público pela mídia, deram margem ao surgimento de uma arena de briga pelo poder entre os meios de comunicação e o governo federal, mais especificamente o governo do PT, respingando na imagem pública do presidente. Nossa hipótese é que o que esteve em jogo foi o poder de controlar, fiscalizar e determinar a ação dos jornalistas, disputado, então, pelo governo e as empresas de comunicação, que trataram de demarcar e confirmar seu espaço de agentes políticos, através do comando nas atividades diárias dos profissionais do jornalismo.

2. O "PODER MODERADOR" EM VEJA

Quando o mundo inteiro falava das Olimpíadas, o semanário brasileiro de maior circulação no país, a revista *Veja* deu como capa, na sua edição de 18 de agosto de 2004, a atuação do governo federal. No foco da matéria de capa, no entanto, estavam a questão partidária e as medidas de controle da mídia nacional. *"A tentação autoritária. As investidas do governo do PT para vigiar e controlar a imprensa, a televisão e a cultura"*, dizia a chamada de capa, em vermelho (cor do partido citado), que estampava um olho como que a vigiar atrás de um buraco de fechadura, desenhada no formato de uma estrela, o símbolo inconfundível do PT.

⁴ "Deve-se considerar aqui que não há coisa mais difícil, nem de êxito mais duvidoso, nem mais perigosa, do que o estabelecimento de novas leis. O novo legislador terá por inimigos todos aqueles a quem as leis antigas beneficiavam e terá tímidos defensores nos que forem beneficiados pelo novo estado de coisas" (Machiavelli, 2002, p.46)

⁵ "Assim, Maquiavel indica vários aspectos que a atividade política deve ter em conta ao considerar a interação entre as esferas sociais, mas se concentra sobretudo, nas questões relacionadas ao modo como o *agente político* (grifo nosso) é visto, ao que se pensa dele e ao que por ele se sente" (Gomes, 2004, p.374).

Nas páginas de dentro da revista, abre a matéria uma enorme foto do presidente Lula sendo saudado por um militar (que bate continência), tendo ao fundo (atrás dele) a cavalaria do exército. A associação, promovida pela revista, do governo petista com o regime militar é ratificada no subtítulo da matéria, que diz: "Lula se deixa enganar por uma associação de assessores de imprensa de empresas estatais que se fazem passar por jornalistas e manda para o Congresso um projeto de lei que representa o mais sério ataque à liberdade de expressão no Brasil desde o regime militar". O título também é taxativo: "*O fantasma do autoritarismo*".

Ao adotar palavras como *tentação* e *fantasma* nos títulos da matéria em questão, *Veja* mostra um enquadramento de alerta e denúncia de ameaça à estabilização democrática. O olho que espia através da estrela reaparece, como um logotipo, ao longo de todas as páginas da matéria. Na medida em que serve à ilustração do que seria uma ameaça à liberdade de expressão, pela situação de vigilância que denota, lembra também que a revista está "de olho" nas ações que podem vir a comprometer o ideal democrático. *Veja* se apresenta, assim, de forma veemente como uma representante do "quarto poder", mas segundo aquilo que seria o modelo tipicamente brasileiro, um "poder moderador", conforme define, em artigo, o pesquisador Afonso de Albuquerque (2000).

Segundo Afonso Albuquerque (2000), "o princípio democracia" – em outras sociedades entendido como diretamente derivado do direito da participação do indivíduo nos negócios de Estado – tende a ser associado, no Brasil, ao valor "ordem pública". "Democracia é algo que interessa a *todos* – e entendido como uma conquista importante, ainda que instável, da nossa sociedade" (ibid., p. 26). De acordo o pesquisador, a imprensa brasileira encontra muito mais incentivos para intervir diretamente na vida política e legal do país, influenciando as instituições a atuarem na direção "certa do bem comum". Assim, a concepção de "quarto poder" adotada pela imprensa brasileira seria distinta da que vigora nos Estados Unidos, podendo-se identificar neste modelo a idéia de um "poder moderador". "Em consequência, a imprensa brasileira pode reivindicar (e o faz efetivamente) a defesa de causas do interesse geral da nação ainda que elas se confrontem com os interesses de vastos setores (e em alguns casos da maioria) da sociedade" (ibid., p. 41)

E que o faz *Veja*, senão zelar pela harmonia e manutenção da ordem social, no discurso do parágrafo inicial da matéria?: "Ao entrar em seu vigésimo mês de governo, o PT

tem trunfos importantes para comemorar. A economia finalmente começou a dar sinais de recuperação, com a inflação sob controle e o desemprego em queda. Lá fora, o risco-país permanece baixo e os investidores estrangeiros mantêm sua atenção no Brasil. O presidente Lula, que segue como um dirigente prestigiado no exterior, acaba de recuperar 10 pontos de sua popularidade, voltando a ter 38% de aprovação do eleitorado brasileiro. A dois meses do primeiro teste do governo petista nas urnas, sua principal candidata, a prefeita Marta Suplicy, aparece pela primeira vez na liderança das pesquisas. Nesse cenário, tudo parecia sob *controle* e bem encaminhado, com o país entrando num sereno período de prosperidade – mas o governo resolveu disparar um tiro de bazuca no próprio pé ao revelar *incontrolável* tique autoritário".

4. PORTADORA DA VERDADE

"... a continuada ênfase na ausência de controle por parte do Estado obscurece a nova ameaça representada pelo predomínio dos interesses corporativos na esfera da comunicação (Thompson, 1995 [1990], 1998 [1995]). Apesar disso, nas correntes liberais e pluralistas permanece, via de regra, a defesa dos mecanismos de mercado como suficiente para proteger o direito dos cidadãos à informação ampla e variada. Incitadas, como quaisquer firmas capitalistas, pela busca do lucro, as empresas jornalísticas e de televisão procurariam fornecer à sua clientela, isto é, aos consumidores de informação, o melhor produto possível. Ao mesmo tempo, elas controlariam umas às outras. Um jornal que omitisse ou falsificasse uma informação seria denunciado por seus concorrentes" (Miguel, 2000)

O mecanismo de mercado, referido por Luis Felipe Miguel em *Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação*, ganhou um exemplo vivo na edição de 18 de agosto de 2004 da revista *Istoé*. Enquanto Na mesma semana em que *Veja* teve como capa *A tentação autoritária*, em que atacou o a proposta de criação do CFJ, a revista *Istoé* também se manifesta contra a medida na reportagem de capa, mas coloca como tema principal os benefícios que o "denuncismo" da imprensa, do qual reclamaria o governo, seria capaz. O maior deles, a descoberta da *verdade*, até mesmo aquela que seria encoberta pelo "mau jornalismo" de revistas concorrentes. Na capa, surge o rosto abatido, contra a luz, do ex-

presidente da Câmara dos Deputados, Ibsen Pinheiro, apresentado como uma vítima de erros da imprensa, especificamente, de acordo com *Istoé*, da revista *Veja*.

O erro não ficará impune, no entanto, pois *Istoé* tratará de revelar a *verdade* ao público leitor, mostrando que imprensa tem mecanismos que fiscalizam a própria. Assumindo este enquadramento de portadora de *verdade*, principalmente em relação a outros veículos de informação concorrentes, a revista, além de marcar posicionamento em relação ao espaço da imprensa, como *Veja*, reafirma o seu *slogan* de veículo independente. Seu discurso sugere que o seu jornalismo teria mais compromisso com a *verdade*, mais qualidade, portanto, por seguir regras de ouro da imprensa, como a fidelidade à apuração dos fatos e checagem de informações. Basta examinar as duas chamadas de capa, que surgem acima da chamada principal, onde se lê o título *Massacrado*: " Como o mau jornalismo transformou U\$ 1 mil em U\$ 1 milhão e levou à cassação de um forte candidato a presidente do Brasil" e "Apesar de tudo, a vítima preserva a sensatez: "O denunciamento tem cura, mas na imprensa censurada o denunciamento é eterno".

Nas páginas de dentro de *Istoé*, a abertura da matéria de capa ilustra o enquadramento escolhido pela revista. O título, "A *verdade* aparece" e o subtítulo, "Onze anos depois de ser cassado, Ibsen Pinheiro descobre que mau jornalismo provocou seu martírio", aparecem ao lado de uma enorme foto do ex-político sentado frente ao computador, escrevendo o livro onde conta sua história e denuncia a manobra de que teria sido vítima. Abre a matéria está o seguinte texto: " Sentindo-se vítima de denúncias contra os presidentes do Banco Central, Henrique Meirelles, e do Banco do Brasil, Cassio Casseb, além do tesoureiro do PT, Delúbio Soares, o governo resolveu atacar a liberdade de imprensa: propôs ao Congresso a criação de um Conselho Nacional de Jornalismo para fiscalizar e punir jornais e jornalistas. Mas uma revelação de um *repórter* em artigo enviado para o livro a ser lançado pelo ex-presidente da Câmara Ibsen Pinheiro (PMDB-RS) mostra que a descoberta da *verdade* independe de mecanismos repressivos".

Assim, pelo discurso de *Istoé*, descobrir e apresentar a *verdade* seria a principal virtude do jornalismo "independente" , e dessa forma a revista enquadra a história de Ibsen Pinheiro. Em primeiro lugar, a revelação surge através do depoimento de um representante da imprensa, um *repórter*, como diz o texto, que resolve levar a verdade a público a verdade. Em

segundo lugar, o ex-presidente da Câmara é retratado como um jornalista trabalhando, na foto de abertura, e em entrevista declara à revista: "Mas *fui jornalista quase toda a minha vida* e acredito na liberdade de imprensa. Se a imprensa comete desvios de conduta, só a liberdade de imprensa é capaz de corrigi-los. Pior que o denunciamento é a censura. O denunciamento tem cura, a *verdade* aparece".

O enquadramento adotado por *Istoé* nos remete aos primórdios do *new journalism*, nos Estados Unidos, com o surgimento da *penny press* (Traquina, 2004), que determinou o modelo norte-americano de compromisso com a verdade dos fatos. Sendo uma alternativa aos jornais caros, de estilo rebuscado, os jornais da *penny press*, segundo Schudson (apud Albuquerque, 2000, p. 31), "vendiam notícias para um público genérico de leitores e vendiam este público para os anunciantes". Para o pesquisador Afonso Albuquerque, tais características incentivaram esses jornais a se definirem "como politicamente independentes, comprometidos com os fatos e com a defesa do interesse público: sendo sustentados por uma massa de leitores anônimos, a sua sobrevivência financeira dependia da sua capacidade de atingir ao maior público possível" (idem).

No caso de *Istoé*, parece se posicionar mais como uma alternativa ao pensamento liberal ilustrado de *Veja*, atingindo ao público que procura a *verdade* que existiria para além das deformações promovidas pela revista concorrente. O ataque à *Veja* e a manifestação contra o CFJ colocaria, assim, a revista *Istoé* como uma *agente moral* da imprensa dentro da própria imprensa, um veículo preocupado em zelar pela ética da instituição. O próprio texto do jornalista Luís Costa Pinto, publicado pela revista com denúncia da manobra que teria envolvido Ibsen Pinheiro, cheio de passagens dramáticas⁶, é um exemplo de construção narrativa voltada à moralidade, o que Silvio Waisbord define com *exposé*. "Os *exposés* diferenciam o que é certo do que é errado e distinguem aquilo que é daquilo que deveria ser. As narrativas são também, essencialmente, sobre moralidade" (Waisbord, 1996, p. 97).

⁶ Quase no encerramento do texto, comenta o jornalista: "Estávamos ali eu, ele e sua mulher, Laila, companheira dos melhores dias e dos mais torturantes momentos. Olhei em volta, mirei alguns pratos de louça dourada sobre uma cômoda, uma almofada de crochê sobre uma cadeira de balanço, três ou quatro bibelôs dentro de uma cristaleira espartanamente arrumada. "Meu Deus", pensei em silêncio. "Este apartamento está decorado à semelhança da casa de meus pais. Um dia eu fui capaz de escrever que esse homem, que essa mulher tinham se tornado milionários - e olha aqui: são plácidos avós, marcados pela vida, mas ainda sólidos".

6. ANTINEOLIBERALISMO

Nem mesmo a matéria da revista *Carta Capital*, cuja capa da edição de 18 de agosto mostra uma televisão com uma coroa de rei quase despencando de cima do aparelho, tendo na tela a chamada "O poder e a mídia", poupou de críticas o governo federal, em relação à proposta do CFJ. O subtítulo da chamada dá pista do enquadramento escolhido pela revista: "Conselho de Jornalismo, agência audiovisual, lei da mordaza, sigilos quebrados: os mandachivas dizem-se acuados pelo governo". Apesar de se manifestar favoravelmente a leis de imprensa, *Carta Capital* relaciona nitidamente a necessidade delas com o monopólio dos grandes grupos de comunicação. A revista critica o governo por tentar intervir na regulação profissional e não realizar nenhuma ação contra os patrões. Demonstra, dessa forma, um enquadramento antineoliberal, de defesa do país contra os interesses do grande capital, posicionamento que reafirma seu pretendido projeto de veículo alternativo.

Assim, um box central da matéria traz como título "As necessárias leis da imprensa" e o subtítulo: "Metidos até o pescoço em negócios que envolvem o Estado, os grupos de comunicação deixaram de ser, há muito, instrumentos do exercício da crítica e do estímulo à controvérsia". Mas a parte inicial da matéria estampa o seguinte título: "Excesso de peso". Embaixo o subtítulo anuncia: "Os problemas são antigos e imponentes, mas as soluções precisam mirar no alvo certo e ser refletidas com maior cuidado". Abaixo de uma foto do ministro José Dirceu, um "olho" (chamada no meio da matéria, pelo jargão jornalístico) diz: "Por que acusar os profissionais da imprensa se são os patrões que mandam? Quando o assunto é poder dos donos, faz-se silêncio na Esplanada dos ministérios".

O enquadramento antineoliberal é mais claramente demonstrado na retranscrição final da matéria, sob o título "A ética dos mercados". No subtítulo da entrevista com o historiador Nicolau Sevcenko lê-se: "Sevcenko anota: notícias que afetam a economia são consideradas antipatrióticas". No texto final da entrevista, o historiador atribui ao governo brasileiro o seguimento do modelo anglo-saxão. E novamente, em outro "olho" a revista

ressalta a associação, lembrando a ação da Inglaterra sobre uma grande grupo de comunicação: "Churchil e Thatcher tentaram, mas não conseguiram acabar com a autonomia da BBC. Quem o fez foi o trabalhista Tony Blair". Na voz Sevchenko, a revista cita ainda o "ato patriótico" nos *Estados Unidos*, que praticamente abafou a imprensa livre e o pensamento independente, criando aquilo que se chama "Doutrina Bush".

Apesar de defender uma discussão sobre a mídia e o poder, a revista limita suas críticas à ação das grandes empresas de comunicação e não se refere às questões relacionadas ao exercício da profissão de jornalista. Quando faz menção ao CFJ, a revista questiona a autoridade dos futuros conselheiros para definir normas éticas da profissão. Acreditamos que o discurso da revista consegue, ao mesmo tempo que se pretende mostrar fiel ao público leitor – que esperaria de *Carta Capital* um posicionamento distinto dos grandes grupos de comunicação – dirigir a sua atenção para a questão das relações do Estado com a grande mídia, minimizando o foco sobre os problemas de ética no exercício diário do jornalismo.

Conforme lembra Alessandra Aldé (2004),

"Como o mito, o estereótipo e o arquétipo, as notícias podem atuar na difusão de valores e explicações estruturais a respeito da esfera pública, naturalizando um mundo distante da experiência direta dos indivíduos. "Enquadramentos de mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, seja verbal ou visual" (Gitlin, 1980:7)... Isso não quer dizer que a via seja de mão única; a mídia não opera no vazio, e as narrativas que produz são resultado de sua interação com os eventos e seus protagonistas – sua matéria-prima –, além de uma série de expectativas com relação à audiência, cuja fidelidade é vital para os meios de comunicação de massa e que convive com outros enquadramentos, oriundos de outras fontes" (ibid., p. 47)

7. A VOZ DOS PATRÕES

A revista *Época* foi o único, entre os quatro semanários de maior circulação do país, que não tocou no assunto CFJ na matéria de capa da edição de 16 agosto de 2004, cujo

tema foi o Orkut. A proposta de criação do Conselho de Jornalismo, no entanto, não deixou de ser noticiada, em um box de reportagem sobre o vazamento de informações da Comissão Parlamentar de Inquérito ("CPI, um monstro à solta"). O espaço dado ao assunto é pouco (duas colunas de uma página da revista), mas o texto segue uma linha de ataque semelhante à de *Veja*. "O risco autoritário", diz o título do box. "Projetos oficiais para controlar a informação coincidem com queixas de "denuncismo" do *próprio* governo", lê-se no subtítulo. O trecho inicial da matéria explica os termos do subtítulo: "Grande parte da cúpula do governo federal fez sua carreira política na luta contra a ditadura militar, mas essa imagem democrática vem sofrendo abalos". Mais adiante, comenta a matéria: "O governo parece flertar com o autoritarismo de Cuba, da China e da ex-União Soviética".

Prosseguindo, o texto apresenta outra frase interpretativa: "A nova versão dá espaço para uma tentativa de *controle* da imprensa". A publicação do conteúdo de nota da Associação Nacional dos Editores de Revistas, condenando a iniciativa do conselho faz a diferença de enquadramento, sutil, entre *Época* e as outras revistas semanais. É a única que apresenta a declaração de entidade patronal. "A Aner e seus associados...se opõem com veemência a que se delegue a esse conselho poderes autoritários de controle da imprensa.

Outra declaração, utilizada pela revista logo a seguir, de Cláudio Abramo, da Transparência Brasil, deixa claro quem deve exercer tal controle: "O jornalista trabalha em empresas. O controle é exercido por elas". Identificando as corporações da mídia com a instituição imprensa, o texto lembra outras situações de "reclamações" contra a imprensa, como a que teria resultado na criação do Departamento de Imprensa e Propaganda no governo de Getúlio Vargas. "Assim como DIP, um conselho de imprensa pode servir como filtro para higienizar a informação. É uma máscara para velhas políticas autoritárias", diz a revista na voz de uma historiadora da USP.

O enquadramento de indignação e combate ao autoritarismo governamental escolhido por *Época*, embora semelhante ao de *Veja*, não apela para o conceito de liberdade de imprensa (a palavra não aparece uma só vez no texto). A questão do controle da informação – e sobre a quem é dado esse controle – é o ponto principal da matéria. Tanto que a palavra controle e o verbo controlar figuram sete vezes no curto espaço do texto, quando se sabe que o jornalismo procura evitar a repetição de palavras. Aparece aqui um indício ainda mais forte da

arena de luta pelo controle da informação, que surgiu a partir da divulgação da proposta de criação do CFJ.

John Soloski (in Traquina, 1999) sustenta, em ensaio, que o profissionalismo é um método eficiente e econômico através do qual as organizações jornalísticas controlam o comportamento de repórteres e editores. "Mas organizações não podem confiar em normas profissionais para controlar o comportamento de seus profissionais; a fim de limitar mais o comportamento discricionário dos jornalistas, as organizações jornalísticas têm desenvolvido regras – políticas editoriais" (ibid., p. 92). Para Breed (op. cit., p. 153) "a orientação política é disfarçada devido à existência de normas éticas de jornalismo: a orientação política transgride essas normas muitas vezes".

Soloski conclui seu ensaio afirmando que a natureza organizacional das notícias é determinada pela interação entre o mecanismo de controle transorganizacional representado pelo profissionalismo jornalístico e os mecanismos de controle representados pela política editorial. "Em conjunto, estes mecanismos de controle ajudam a estabelecer as fronteiras do comportamento profissional dos jornalistas" (Soloski, in Traquina, 1999, p. 100). Essas fronteiras seriam amplas o suficiente para permitir alguma criatividade aos jornalistas, mas estreitas o bastante para "se poder confiar que os jornalistas agem no interesse da organização jornalística" (idem).

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos demonstrar aqui, através da análise do discurso das matérias publicadas nas quatro principais revistas semanais do país, em duas semanas de edição no mês agosto, como se deu a construção da identidade jornalística na arena política, cujos alicerces estariam nos enquadramentos escolhidos por cada veículo ao noticiar o assunto. Para tanto, lançamos mão do conceito de enquadramentos segundo o que coloca Mauro Porto (2002), ou seja, "entendidos como recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão, etc.) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos

fatos" (ibid., p. 6). Optamos assim por um instrumento de análise que vem se tornando freqüente nos estudos da relação entre e mídia e política realizados no Brasil (ibid.).

No entanto, embora o instrumento escolhido venha sendo utilizado de forma crescente na pesquisa acadêmica, a situação que se apresenta à análise é inusitada: o público pôde pela primeira vez presenciar uma polêmica discussão sobre a mídia em suas relações com o governo, através da própria mídia. A reflexão sobre o papel do jornalismo na democracia aconteceu, então, fora dos meios acadêmicos, ainda que de forma breve e superficial, por causa dos limites impostos pela narração jornalística. Cabe, portanto, à academia a revisão desse material, de forma que não se perca o momento reflexivo. Esperamos ter contribuído de alguma forma para ressaltar essa oportunidade de reflexão sobre as questões de mídia e poder.

9. REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. "Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil". *Revista Contracampo*, Niterói: MCII/UFF, n. 4, 2000.

_____. *Aqui você vê a verdade na TV: a propaganda política na televisão*. Niterói: MCII/UFF, 1999.

ALDÉ, Alessandra. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BREED, Warren. "Controlo social na redacção. Uma análise funcional". In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 2 ed., 1999. p. 152-166.

DINIZ, Weiller. "A verdade aparece". *Istoé*, São Paulo, 18 ago. 2004.

GASPAR, Malu. "O fantasma do autoritarismo". *Veja*, São Paulo, 18 ago. 2004.

GOMES, Wilson. *A transformação da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

LOYOLA, Leandro. "O risco autoritário". *Época*, São Paulo, 16 ago. 2004.

MACHIAVELLI, Niccolò. *O príncipe*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002

MANIN, Bernard. "As metamorfoses do governo representativo". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, ano 10, n. 29, out. 1995.

MIGUEL, Luís Felipe. "Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação". *Revista BIB*, Rio de Janeiro, n. 49, 2000.

PORTO, Mauro. "Enquadramentos de mídia e política". Trabalho apresentado ao 25º Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTERCOM), realizado em Salvador, entre 3 e 6 de setembro de 2002.

SOLOSKI, John. "O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico". In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 2 ed., 1999. p. 91-100.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2004.

WAISBORD, Silvio. "Contando histórias de corrupção: narrativa de telenovela e moralidade populista no caso Collorgate". *Comunicação e Política*, vol. 3, n. 2, 1996.

WEBER, Luiz Alberto. "Excesso de peso". *Carta Capital*, São Paulo, 18 ago. 2004.