



**Requalificação da Política nos Telejornais**  
**Natureza e Problematização Teórica<sup>1</sup>**  
Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Paula SALDANHA<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

**Resumo**

Nos últimos quinze anos - pós-processo de redemocratização do Brasil - um fenômeno contemporâneo vem chamando a atenção dos pesquisadores quando se estudam especificamente as relações entre campo político e campo midiático. Esse fenômeno que será examinado em nossa pesquisa é algo que chamamos de *requalificação da política* e diz respeito a um conjunto de mecanismos e de processos técnico-editoriais e discursivos realizados pelas esferas das mídias junto ao campo da política. Não se trata de mecanismos de controle nos termos clássicos, mas de processos que são gerados pela cultura e pelas lógicas midiáticas junto aos discursos políticos, que resultam em uma compreensão de fenômenos desses campos a partir de uma “autoria de leitura” e de construção de falas políticas, segundo esquema de explicação inerente aos processos midiáticos.

**Palavras-chave**

mídia; telejornal; política; requalificação.

**Introdução**

Antes de aprofundar a compreensão teórica do conceito de requalificação uma providência metodológica se impõe: examinar em que medida os seus “andaimos” foram lançados.

Nesse sentido, a primeira providência é a de efetuar um processo investigativo que permita identificar uma literatura que possa auxiliar na construção do que vem a ser chamado de *requalificação* da política pela mídia na contemporaneidade. Dentre os vários autores e trabalhos consultados, dois especificamente chamaram atenção por utilizarem expressões fronteiriças às nossas para designar os novos enlaces entre televisão e política. Dentre esses, destacamos os artigos de Maria Helena Weber (2000)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Jornalismo do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências das Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Curso de Comunicação da Universidade Federal de Alagoas. Dr<sup>a</sup>. em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Coordenadora no Núcleo de Pesquisa e Estudo em Comunicação e Informação (NEPEC), Coordenadora da Pós-Graduação (Lato-Sensu) em Processos Midiáticos e Formas de Sociabilidade. Membro do Núcleo de Pesquisa em Processos Midiáticos - Intermídia/CNPq.



e Maria Aparecida de Sousa (2002). A primeira pesquisadora nomeia o fenômeno em estudo de “desqualificação da política”, enquanto a segunda autora refere-se a este como “reconfiguração da política em processos eleitorais”. Weber (idem) para chegar a sua caracterização, optou por fazer uma análise sobre a capacidade da Rede Globo em “desqualificar” qualquer tema problemático, desvinculado os seus interesses, especificamente temas políticos e econômicos, com ênfase na esfera política. Assim, no artigo “Eleições presidenciais de 1989 nas telenovelas da Globo (pedagogias de despolitização e desqualificação da política nacional)”, Weber(idem) trata da participação dos brasileiros e o seu reingresso no processo de redemocratização e construção do país. Dentre as questões abordadas pelo texto, ao examinar as relações entre mídia e política, inserida nesse processo de redemocratização, está o fato de se considerar os procedimentos estéticos da mídia, como formatadores de uma história paralela a real, além de afirmar que a inter-relação técnica e de conteúdo do tripé propaganda, informação e entretenimento acabam confundindo e facilitando a desorganização de fatos e conceitos da esfera política. No interior dessas duas questões, estaria embutido o conceito de desqualificação da política no/pelo próprio *setting* midiático. Já a pesquisa de Sousa,(idem) “Estratégias do jogo político”, optou por direcionar sua análise para re-configuração do discurso político contemporâneo, em tempos eleitorais que, segundo a autora, vem sendo crescentemente instrumentalizado por saberes, técnicas, procedimentos rituais e estratégias do campo da comunicação. Um dos enfoques principais de sua análise caminha no sentido de ratificar a intervenção da mídia no campo da política, justamente pelo fato de as lógicas das mídias orientarem o discurso político contemporâneo, emprestando a essa uma nova configuração, acrescentando-se ainda as possíveis conseqüências que isso possa ocasionar no processo político. Entretanto, para pesquisadora, o discurso político não está unicamente subsumido às lógicas de funcionamento do campo midiático. Esses discursos, na verdade, é fruto de uma articulação das lógicas de funcionamento do campo midiático, associada às sondagens de pesquisa de opinião pública. Particularmente, o que singulariza o trabalho da autora é a leitura que ela faz do discurso político a partir das interlocuções realizadas entre esses três campos: mídia, política e opinião pública, já que o primeiro lança mão das sondagens, enquanto discurso autorizado, realizadas pelos institutos de pesquisa para legitimar seu discurso e orientar o campo político, na esfera da publicização midiática. Aliás, essa é uma tese elaborada pelos trabalhos de Champagne (1998) ao destacar o papel que hoje têm as articulações das competências



da esfera da mídia e das pesquisas, como estratégia essencial para o agendamento da política, segundo nova configuração.

A partir da leitura de Weber (2000) e Sousa (2002) apontamos um conjunto de situações que permite pensar um conceito com significado distinto, próprio para nossa tese, uma vez que ambos dirigem suas reflexões para o conceito de desqualificação, ou seja, ângulos com certo perfil negativo atribuído à mídia na sua relação com a política. A razão principal por não optarmos em utilizar a expressão desqualificação para configurar uma intervenção da mídia no campo da política na contemporaneidade deveu-se à preocupação de demonstrar uma nova e outra forma pela qual a mídia intervém no campo da política: atribuir qualidades em períodos e processos eleitorais a um conjunto de falas publicizado num espaço midiático específico que é o telejornal, emprestando-lhe uma versão própria. Versão que supere o que seria a possibilidade de o campo político construir sua respectiva inteligibilidade própria aos fatos. Ao realizar esse movimento, a mídia estaria operando uma requalificação do processo político-eleitoral, atrelada ao acionamento de um conjunto de mecanismos inerentes às suas próprias lógicas e às suas “economias editoriais”.

Isso posto, há que se configurar o que estamos chamando de *requalificação* do processo político-eleitoral no nincho midiático. Como traduzir o conceito de *requalificação*, já que não foi encontrado em pesquisas realizadas em diversos artigos acadêmicos da área de comunicação ou em dicionários especializados nenhum conceito já formalizado que pudesse auxiliar na construção de nossa proposição.

O esclarecimento do conceito da palavra *requalificar*, no contexto deste trabalho, amparou-se na expressividade da palavra “releitura”, usualmente encontrada em trabalhos acadêmicos de comunicação. Vejamos: é usual encontrarmos, nos trabalhos produzidos na área de comunicação, que a mídia televisiva opera releituras da realidade, emprestando-lhe uma interpretação própria, que obedece ao acionamento de mecanismos inerentes às suas próprias lógicas, no que diz respeito ao cotidiano. Isso ocorre porque o ato de ler é singular. Diferentes pessoas podem “ler” de diferentes formas a mesma mensagem, ou seja, existem múltiplas possibilidades de leituras diferenciadas e contrapostas.



Portanto, essa *requalificação* que a mídia opera no campo da política ocorre de forma convergente às diferentes releituras que as pessoas fazem de determinados acontecimentos que emergem dos diversos campos sociais. Só que ao optarmos por utilizar a palavra requalificar, ao invés de releitura, estamos sugerindo uma nova modalidade na forma de operacionalidade da mídia, ou seja, a de atribuir qualidades aos fatos. Melhor explicando: os fatos gerados pelos campos sociais, a exemplo da política, possuem marcas identitárias, significações próprias que lhes são atribuídas por seus respectivos processos de produção, enfim, têm uma qualidade própria. Quando apropriados pela agenda midiática, os acontecimentos têm a significação original alterada. Aquele emanado do campo da política vai perdendo sua força e vai sendo “requalificado” – renomeado pela força das estratégias de produção de sentido do dispositivo midiático. Não se trata de uma ação abstrata por parte da mídia, pois a “captura” do acontecimento extramidiático pela mídia somente tem pertinência se for revestido segundo a lógica desse campo. O fato político passa a ser um produto – parcial ou total – de outra agenda de valores e interesses. Se estivermos de acordo com Souza e Weber sobre as tensões que marcam essas relações dela nos afastamos quando procuramos mostrar o funcionamento estratégico do processo de requalificação da política no âmbito mesmo das operações telemidiáticas, e não apenas considerações acerca do fenômeno.

A partir dessa compreensão, é possível construir um significado para a palavra requalificação, cujo sentido pode ser identificado por um conjunto de ações simbólico-discursivas que a televisão realiza enquanto dispositivo midiático, passando a não ser apenas um dispositivo de representação daquilo que passa nas suas fronteiras, mas um dispositivo/sujeito de intervenção na própria estrutura social, mediante ações simbólicas e editoriais definidas e desenvolvidas no interior de sua própria forma de operar, técnica e discursivamente. A inteligibilidade da política, com seus atores, fatos e pautas, funcionaria, portanto, à luz da “cultura” midiática. De um modo particular, a “gramática” dos telejornais daria a sua própria leitura dos relatos, o que não significa afirmar axiomáticamente que existe uma subordinação do relato do fato a um esquema leitor e temático de ordem midiática.

A política, portanto, comparece e realiza-se não apenas institucional e convencionalmente na televisão, a exemplo do Horário Gratuito de Propaganda



Eleitoral, mas por outros lugares que a televisão lhe tem ofertado através de sua grade de programação. Um desses lugares estratégicos no qual a televisão requalifica a política é o telejornal. O fato é que o “modo de agir” televisivo caracteriza-se por tirar a política dos lugares onde ela se faz persuasiva e argumentativa, misturando-a a outros formatos e gêneros que não são apenas da ordem do discurso político. Procedendo assim, a televisão passa a construir a política conforme lógicas e culturas próprias.

### **1-Telejornalismo e Produção da Política sob o Ângulo da Requalificação**

Para compreender essa interferência do telejornal no campo da política é fundamental que acompanhem a evolução dos telejornais, sua respectiva funcionalidade e suas práticas comunicacionais. Vejamos: nas décadas de 40 e 50, o telejornalismo obedecia a um formato simples, até mesmo pelas limitações tecnológicas da própria televisão, visto que essa se encontrava em sua fase inicial. Dentro desse formato, o apresentador simplesmente colocava-se diante das câmeras, limitando-se apenas a ler o que estava no “*script*”. Entretanto, a partir da década de 80, o desenvolvimento tecnológico, proporcionador de uma nova estética, aliado à vocação política e aos interesses mercadológicos da mídia, provocou um conjunto de mudanças significativas nas formatações dos telejornais. O telejornal passou a revestir-se de um caráter extremamente fictício, alimentado pela pirotecnia na produção de notícias, resultado do desenvolvimento tecnológico, brindando-nos com mais espetáculo para nossos olhos e menos informação propriamente dita. Portanto, os telejornais se apropriaram da nova linguagem televisiva onde espetáculos de cor, luz e som, montados no próprio *setting* televisivo, são os principais ingredientes na tessitura dos fatos, reformulados, rearranjados, inclusive aqueles fatos que decorrem do campo político.

As alterações nos formatos dos telejornais podem também ser sentidas no momento em que a mídia evoca para si o papel de “gestor de avaliações políticas”, através de seus atores midiáticos os quais Fausto Neto denomina de “novos oráculos” ou como convencionalmente chamamos de “âncoras”. Para ele (1997), esse novo protagonista da cena midiática conforma-se numa espécie de “novo mediador” a conduzir a possibilidade de oferecer e de se oferecer como um novo modelo ético de narrador. O âncora, para o autor, visa formalizar, através de um gênero discursivo moderno, a figura do antigo oráculo. Notável como aquele, reconhecido pelas autoridades, legitimado pela



competência apropriada de certa matriz pedagógica, ele vai estar além do encenador. Esse novo protagonista midiático para Fausto Neto (1997 p. 13):

“(...) é posto numa posição de equivalência aos antigos deuses porque, a exemplo daquele, no lugar de onde fala prevê o futuro; contesta a ordem; impõe pautas morais e éticas; questiona o ato de outros poderes; veste-se de uma imunidade; aconselha os desesperados, os que estão em apuros; funciona como verdadeiro magistrado. Enfim (...), age através do corpo - da palavra e do gesto - e por estes códigos constrói a própria noção e funcionamento moral do mundo e das coisas”.

Por todas essas prerrogativas, o telejornal vem tornando-se um lugar midiático privilegiado, não só de representação da realidade, neste caso da política, mas de apresentação de uma dada realidade, podendo ser atribuído a este a responsabilidade de eleger ou derrotar candidatos, demarcar idéias e conflitos políticos e apontar solução que no mínimo contribui para fortalecer a idéia preliminar sobre qualquer fato, especialmente sobre aqueles mais complexos, como a política.

Subjacente a toda essa discussão está a idéia de funcionalidade dos telejornais. Para compreendermos como essa funcionalidade se processa nos apropriamos de algumas formulações de Fausto Neto (1997) que bem explicam essa questão. Uma característica geral dos telejornais repousa no fato de serem formatados a partir de centros de produção e comandados por enunciador e/ou enunciadoreis centrais convencionalmente conhecidos por âncoras, como já visto anteriormente, e/ou apresentadores. Auxiliando os trabalhos desses profissionais, estão os co-apresentadores, especialistas, repórteres, que aparecem ao vivo ou em *off*, além de muitas outras categorias de profissionais que formam o composto do processo de produção do telejornal. Para ele, esse gênero televisivo é construído segundo rotinas e constrangimentos organizacionais, apresentando um formato padrão de estrutura. No entanto, de uma forma geral, os conteúdos dos telejornais não diferem uns dos outros. A marca de jornalismo declaratório pontua o telejornalismo brasileiro, em relação ao mundo da política especialmente. Não obstante, isso não nos impede que reconheçamos que cada telejornal seja detentor de modos e contratos que funcionam segundo estratégias inerentes a cada um deles, o que evidencia maneiras diferentes de se ofertar a realidade aos telespectadores.



Uma marca indelével dos telejornais é a pluralidade de vozes que ali ecoam, as quais Fausto Neto (1997) categoriza de “vozes de dentro”, “vozes de fora” e “vozes transversais”. Verón (1997) parte do princípio de que o telejornal é plural pelo fato de mobilizar, permitir e fazer falar várias vozes, o que faz o seu regime de enunciação e conseqüentemente o seu trabalho de produção discursiva não serem revestidos de um caráter de neutralidade. O discurso jornalístico, portanto, fica caracterizado como um discurso polifônico pela característica dialógica que lhe é inerente, composto por várias vozes, entre elas a de produtores, repórteres, apresentadores, cinegrafistas, editores e proprietários das emissoras.

Apesar da validade desse conjunto de premissas acerca do discurso jornalístico, o que temos visto prevalecer é a voz da corporeidade midiática frente a outros conjuntos de vozes, através de seu discurso emoldurado por dimensões que lhes são próprias, tecendo o real, instituindo, o seu lugar e suas posições como dispositivo ativo de gestação da política. Um dos argumentos que encontramos para justificar a prevalência da voz do corpo midiático é o fato de esses campos se conformarem enquanto dispositivo singular. A mídia é um campo possuidor da capacidade de unificar essa polifonia, ou seja, de uma multiplicidade de vozes presentes nos telejornais, o que o faz um lugar de excelência da negociação.

A opção por um tema para compor o produto midiático, equivale prenciar que esse pertence à realidade social e paralelamente está se realizando um processo de exclusão de outro tema, por hora preterido e condenado ao desconhecimento social. Portanto, através desses expedientes, o telejornal contribui para construções de realidades sociais através das construções discursivas de alguns acontecimentos, selecionados no próprio *setting* midiático. Ao tornar alguns acontecimentos visíveis, da ordem da noticiabilidade, a mídia determina-lhe sentido, obedecendo a critérios que estão subsumidos aos interesses dos grupos proprietários dos meios de comunicação, sejam eles mercadológicos, políticos, econômicos, mas também a critérios de audiência e ao seu próprio corpo profissional. Essa modelagem assumida pelos telejornais conforma-os como agentes protagonizadores da política na medida em que tecem a sua realização, apontando aquilo que deve ser visto ou excluído.



Sartori (1998) ainda nos fala que os noticiários da televisão oferecem ao espectador a sensação de que o que está sendo visto é verdade, que os fatos vistos pelo espectador se sucederam da forma como esse pode ver. A aceitação dessa dupla perspectiva, segundo ele, nos imporia a pena de permanecer na mais morta ficção, já que a televisão pode mentir e falsear a verdade pela forma da veracidade inerente à imagem que faz a mentira mais eficaz e, portanto, mais perigosa.

Esse conjunto de proposições nos permite afirmar que o telejornal funciona como um sistema de (re) leitura do mundo, que fabrica versões, produz novas cenas, o que resultaria, segundo Fausto Neto (1995, p. 121):

“(…) na construção de diferentes acontecimentos dentro dos media, abandonando o registro do real, segundo estratégias engendradas pelos dispositivos de enunciação(…) onde a televisão intervém no sentido de remodelar os fatos provenientes do campo político, na medida em que essa atividade na contemporaneidade solicita pedagogia mediadora”.

A televisão, portanto, requalifica a política no seu próprio nincho midiático, através de mecanismos que acionam lógicas próprias de sua funcionalidade, o que a torna hoje uma atividade pública midiaticizada.

Ainda se tratando da produção da política x dispositivo jornalístico, temos que os fatos políticos, ao ganharem visibilidade nos telejornais, adquirem o “status” de acontecimento e conseqüentemente viram notícia, segundo rotinas produtivas do campo jornalístico. Na concepção de Traquina (2000, p. 167), as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias). Para ele:

“Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima, onde a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra noticiável”.

Não obstante essa processualidade midiática, decorrente da própria rotina produtiva que o campo do telejornalismo estabelece, esse em alguns momentos realiza um movimento no sentido inverso. As notícias também passam a criar o próprio fato. Pois este último não necessariamente decorre de um processo natural, ou seja, da forma pelo qual ele é apreendido do “mundo real”. Logicamente, as “representações” de notícias no interior





do espaço midiático têm como ponto de partida uma referência, pois não estamos aqui afirmando que a mídia as “cria”. Talvez a singularidade dessa questão esteja no fato de a notícia representar, segundo Motta (2002), o estatuto do novo real, passando ela própria a significá-lo.

Na verdade, o telejornalismo se apresenta na contemporaneidade como um sistema de codificação de construção do real, onde o relato jornalístico referente aos fatos ocorridos no interior do campo político é um discurso que tem o fato como referente (não se tratando de negar a realidade). Mas o real que a informação institui é o produto de uma montagem.

A produção de notícia no telejornalismo pode ser compreendida como um processo de construção da realidade pelo fato de nos ofertar um quadro interpretativo dessa (*frame*). Por exemplo, no caso dos programas de entrevistas realizadas por alguns telejornais em épocas ditas eleitorais, a mídia seleciona os temas a serem abordados pelos pré-candidatos, independente da ordem de importância que esse possa ter ou não no contexto do debate eleitoral. Ficamos ainda com a impressão de que existe uma inversão de papéis quando do transcorrer das entrevistas. O tema é dado, as regras estabelecidas pelo próprio entrevistador, que conduz a linha de argumentação a ser seguida. E o que vemos acontecer frequentemente é que o conjunto de argumentos disposto pelo entrevistado sofre um apagamento no *setting* midiático, frente aos argumentos do entrevistador. O assunto que ali deveria ser comentado, debatido, exposto pelo entrevistado perde-se ao longo da entrevista. No telejornalismo, os apresentadores/entrevistadores, supostos mediadores de debates, apresentam-se como pequenos “diretores de consciência”. Autodenominam-se, sem depender de muito esforço, os porta-vozes da sociedade, que dizem “o que se deve pensar”, sobre o que chamam de “os problemas da sociedade”.

Esse exemplo espelha as rotinas produtivas da mídia televisiva quando se propõe a publicizar e dá visibilidade aos diversos discursos que ali possam transitar. Fausto Neto (1999, p. 17) nos aponta:

“(…) que apesar da vida privada, seus respectivos protocolos, com seus pontos de vista e verdades, ser cada vez mais publicizado e posto em praça pública (...) tal publicização opera-se cada vez mais, através de

regras privadas, que são os saberes - enquanto forma e estratégia inerentes ao mundo do discurso midiático, num locus específico chamado telejornal”.

Também existe “uma consciência política” dos meios ao intervir em determinados acontecimentos, procurando dar-lhes uma direção e rerepresentá-los ao sabor de seus interesses políticos, o que não quer dizer que sempre consigam. Um artigo publicado “Agendando o Congresso Nacional: da agenda *setting* à crise da democracia representativa”, de autoria de Malena Rodrigues (2002), propõe realizar uma análise sobre a relação entre imprensa e Congresso Nacional, fornecendo-nos, segundo pesquisa empírica, alguns indicativos que nos permitem outorgar “uma intervenção midiática” no interior do campo político. Pode-se verificar através da leitura do texto que os indicativos provenientes da realização da pesquisa apontam no sentido de afirmar que a imprensa agenda tema para os parlamentares via assessoria de imprensa, uma vez que os assessores estão preocupados em inserir seus parlamentares na mídia; que a imprensa agenda temas para os discursos parlamentares e para o requerimento de informação; que a imprensa agenda temas para a discussão em comissões e é capaz de incitar a criação de uma comissão temporária; que a imprensa influencia a ação parlamentar, mudando muitas vezes seu rumo; que a imprensa é capaz de colocar em agendas temas latentes. E realiza esse movimento por interesses próprios, interesses resguardados pelos proprietários dos meios de comunicação, pois a mídia não é meramente uma representante da sociedade civil como quer fazer crer.

Mesmo possibilitando a visibilidade e a publicização da política, o fato é que a mídia telejornalística realiza a política sobre o crivo de sua auto-regulamentação, ditando sua conduta. Apesar de a finalidade social da mídia televisiva não ter como pressuposto a governabilidade, Rubim (2000, p. 75) nos coloca algo da seguinte ordem:

“Não se pode negar, que, através de inúmeros mecanismos, ele interfere e influencia o ato de governar, ao agendar temas, requerer providências, propor soluções, criticar atitudes, sugerir alternativas, produzir imagens públicas, engendrar climas sociais(...). E ao realizar esse movimento a mídia aciona seu mecanismo de produção da realidade não se pautando pela simples referência do acontecimento e sim pela (re)construção do próprio acontecimento”.



Um dos argumentos que talvez possa justificar esse modo do agir midiático esteja amparado em sua própria constituição histórica onde uma das suas principais características, como nos fala Siebert (1976, p. 56):

“(...) é atuar como um fiscal superior das ações do governo mantendo o estado longe de possíveis abusos e desvios autoritários, ou seja, a televisão através de seu telejornalismo, atuando como *Watchdog*, o cão de guarda da sociedade a favor da democracia, sempre pronta a expor as práticas arbitrárias e autoritárias do poder central”.

Mas, se observamos a questão sob outro ponto de vista, não podemos deixar de apontar que a prática midiática, particularmente a telejornalística, vem sendo demarcada por desvios, pelo menos em relação ao que prescreve a sua constituição histórica. O comportamento do campo midiático caracteriza-se por uma auto-suficiência motivada por suas estruturas e seus interesses, entre eles os de dimensão mercadológica, política, tecnológica e aqueles derivados das rotinas produtivas relativas às linguagens e às gramáticas midiáticas, ou seja, de sua própria estética. A funcionalidade de imperativos dessa ordem resulta em tensões, entrelaçamento, resignificações que acabam por dar formato ao produto final, que é o produto midiático.

Dito isso, perdem-se de vista as idéias defendidas por Fred Siebert (1976), inspiradas na “Teoria Libertária da Imprensa” e as idéias defendidas por Peterson (1976) inspiradas na “Teoria da Responsabilidade Social”, oriunda dos ideários da teoria liberal apud Novelli (2002). Para Siebert (1976), a principal responsabilidade da imprensa era colaborar com a descoberta da verdade, ajudar a resolver os problemas políticos e sociais por meio da discussão de todas as variáveis que envolviam os assuntos, cuja característica principal seria a independência da imprensa em relação ao poder estatal. Essas premissas permitiram que se formulassem dois princípios fundamentais que regeriam de início o comportamento da imprensa. O primeiro deles, como nos fala Novelli (2002), atribuiu à imprensa funções de *Watchdog*, ou seja, cão de guarda da sociedade, a favor da sociedade, e o papel de quarto poder, isentam e capaz de avaliar de modo sóbrio a condução das causas públicas pelos poderes constituídos. Já o segundo princípio proposto por Peterson (1976) prescrevia que a liberdade, atividade inerente ao exercício da imprensa, deveria ser praticada concomitantemente com suas obrigações. Pela própria posição privilegiada que essa ocupa, é obrigada a ser responsável perante a sociedade, por desempenhar uma função essencial em seu



contexto. Ele ressalta, porém, que a imprensa tem desempenhado mal sua função de servir o sistema político e esclarecer o público.

Parece previsível, portanto, que deferência de “quarto poder” atribuída à imprensa por alguns segmentos da sociedade possibilitou que essa se colocasse numa posição de supremacia frente aos demais poderes constituídos, desvirtuando, assim, o papel que lhe fora prescrito em função de sua constituição histórica. Para Novelli (2002), a mídia, enquanto poder de direito e não um poder de fato, posicionando-se acima das demais instituições, pois não necessita submeter-se às regras de controle que são indispensáveis para a regulação dos órgãos públicos, apresenta-se de modo isento e é capaz de tecer avaliações críticas ao desempenho dos poderes formalmente constituídos. Ao se apresentar dessa forma, a mídia, livre de constrições, sente-se livre para dizer o que quer sobre qualquer assunto, dependendo dos interesses políticos e econômicos que possam estar em jogo.

Portanto concluímos que tais colocações só corroboram com as proposições aqui apresentadas, ou seja, tais premissas são válidas para a mídia em sua modalidade telejornalística, que realiza uma reordenação da realidade através de um conjunto de mecanismos, que requalificam “fenômenos” sejam eles de qualquer ordem: social, cultural, econômica, dentre esses o processo político-eleitoral.

## **Bibliografia**

BARROS FILHO, Clovis. “Crítica à objetividade da mídia”. In: *Pauta Geral - Os discursos do jornalismo*, Ano 2, nº 2. Salvador: Editora Logos, 1994.

CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

FAUSTO NETO, Antônio. “O outro telejornal – condições de recepção e modos de aprovação das informações televisivas no Brasil”. In: *Relatório de pesquisa: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de comunicação*, 1999

\_\_\_\_\_. “O impeachment da televisão: como se caça um presidente”. In: Braga, José Luiz; Porto, Sérgio Dayrell e Fausto Neto, Antônio. *A encenação dos sentidos*. Mídia, Cultura e Política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.



\_\_\_\_\_. *A midiatização do discurso político* (quando a política toma forma). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, s/d.

\_\_\_\_\_. *Comunicação e mídia impressa: estudo sobre AIDS*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

\_\_\_\_\_. “Telejornal e a produção da política: Estratégias discursivas e as eleições de 1994”. In: Mouillaud, Maurice e Porto, Sérgio Dayrell. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

\_\_\_\_\_. “Da forma ao sentido”. In: Mouillaud, Maurice e Porto, Sérgio Dayrell. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Editora Paralelo 15, 1997.

\_\_\_\_\_. “*Em busca da cena primária*”. Notas sobre dispositivos e condições de enunciação dos discursos jornalísticos. São Leopoldo, s/d.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo: A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacher Editores, 2000.

MOTTA, Luiz Gonzaga. “Ideologia e processo de seleção de notícias”. In: Motta, Luís Gonzaga. *Imprensa e poder*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

\_\_\_\_\_. “As eleições entre o real e o simbólico”. In: Mouillaud, Maurice e Porto, Sérgio, Dayrell. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Editora Paralelo 15, 1997.

NOVELLI, Ana Lúcia. “O projeto folha e a negação do quarto poder”. In: Motta, Luís Gonzaga. *Imprensa e poder*. Brasília, Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

RODRIGUES, Malena Rehbein. “Agendando o Congresso Nacional: do agenda – setting à crise da democracia representativa”. In: Motta, Luís Gonzaga. *Imprensa e poder*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

RUBIM, Antonio Albino Canelas e AZEVEDO, Fernando Antônio. “*Mídia e política no Brasil: Textos e agenda de pesquisa*”. Texto apresentado no Seminário Temático: “Mídia, Política e Opinião Pública”. Associação Nacional do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (ANPOCS), 1997.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

SARTORI, Giovanni. *Homo Videns la sociedad teledirigida*. Madri: Editora Santillana, 1998.



SOUSA, Maria Aparecida. “*Estratégias do jogo político (Os institutos de pesquisa e os media na construção da política: Uma análise das eleições para governador em São Paulo e no Distrito Federal)*”. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

TRAQUINA, Nelson. “A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento”. In: Traquina, Nelson. *O poder do jornalismo – Análises e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva Editora, 2000.

VERÓN, Eliseo. “Esquema para el análisis de la mediatización”. In: *Revista diálogos de la comunicación*, nº48. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Saywa S.R.L ediciones, 1997.

\_\_\_\_\_. “Mediatización de lo político”. In: Gauthier, Gilles; Grosselin, André y Mouchon, Jean. *Comunicación y política*. Barcelona: Editora Gedisa, 1998.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre: Editora da Universidade/Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.