

GUSTAVO MENDICINO

**O CONSELHO FEDERAL DE JORNALISMO E A ABORDAGEM DOS JORNAIS
MINEIROS *ESTADO DE MINAS, HOJE EM DIA E O TEMPO*: como o *Estado de Minas,*
Hoje em Dia e *O Tempo* apresentaram a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo**

Belo Horizonte

2005

GUSTAVO MENDICINO

**O CONSELHO FEDERAL DE JORNALISMO E A ABORDAGEM DOS JORNAIS
MINEIROS ESTADO DE MINAS, HOJE EM DIA E O TEMPO:** como o *Estado de Minas*,
Hoje em Dia e *O Tempo* apresentaram a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, do Departamento de Ciência da Comunicação do Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Marili Souza

Belo Horizonte

2005

SUMÁRIO

Introdução	3
1 Jornalismo e sociedade	6
1.1 Funções da comunicação e relação com a sociedade.....	8
1.2 A utilização da visibilidade como poder.....	10
1.3 Teorias de agendamento.....	13
2 O jornalismo condicionado pela ética e pela responsabilidade social.....	16
2.1 Problemas éticos no jornalismo.....	20
2.2 Responsabilidade social do jornalismo.....	23
2.3 A ética do profissional.....	26
3 O Conselho Federal de Jornalismo nos jornais Estado de Minas, Hoje em Dia e O Tempo.....	29
3.1 Metodologia.....	29
3.2 Sobre o Conselho Federal de Jornalismo.....	30
3.3 Análise quantitativa.....	31
3.4 Análise Qualitativa.....	32
3.4.1 O primeiro dia de repercussão na mídia	32
3.4.2 O Estado de Minas e O Tempo nos demais dias.....	37
3.4.3 Por dentro do caso.....	44
4 Conclusão.....	46
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	51

INTRODUÇÃO

O governo Lula apresentou ao Congresso Nacional e à sociedade, em 5 de agosto de 2004, a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo. Rapidamente, da mesma forma que entrou em discussão, o projeto foi retirado da pauta em pouco mais de uma semana. O fato deve-se, em análise inicial e prematura, à grande repercussão negativa que o assunto gerou na imprensa. Essa contrariedade da imprensa foi repassada para a sociedade.

A questão que se coloca é que os detalhes em torno da proposta não foram muito bem divulgados pela imprensa que, aparentemente, só preocupou-se em retaliar o projeto e em passar uma avaliação apressada de que ele representava uma tentativa de censura e controle do trabalho jornalístico. A consideração de que o possível Conselho poderia normatizar o trabalho do jornalista – medida que vem sendo discutida e tida como necessária por muitos estudiosos de mídia – não foi levada em questão pela mídia que, ao que parece, tratou superficialmente da questão, não aprofundando no assunto. A proposta do Conselho não é nova, já vem sendo discutida pela Federação Nacional dos jornalistas desde a década de 1980 e, no entanto, quando colocada na pauta de discussão do Congresso, foi retaliada pela própria imprensa.

Outro detalhe em relação à proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo é que à época em que ele foi proposto, o governo estava passando por algumas dificuldades de credibilidade provocadas pela imprensa. Daí, a maioria dos jornalistas viu na proposta uma medida oportunista, para colocar diretrizes na mídia, para regular mesmo a ação dos profissionais, como uma maneira de fazer calar os jornalistas. Diante disso, a proposta deste trabalho é verificar qual foi a abordagem dos três jornais mineiros de maior circulação na capital, o *Estado de Minas*, o *Hoje em Dia* e o *O Tempo* sobre a apresentação e a retirada do projeto.

Vamos verificar como esses jornais trataram a questão, que enfoque deram na cobertura da proposta apresentada pelo Governo e nas repercussões a partir daí.

O estudo consistirá em três etapas principais: os dois primeiros capítulos são teóricos e vão abordar, sob a perspectiva de especialistas e profissionais do jornalismo, as questões da relação do jornalismo com a sociedade, no que refere-se à visibilidade conferida aos fatos, situações e acontecimentos pela mídia. Também apresentamos uma breve revisão sobre a hipótese do Agenda Setting e a capacidade da mídia de definir a agenda da sociedade. Em seguida, já no capítulo 2, apresentamos uma releitura bibliográfica sobre ética e responsabilidade social, intrínsecas ao jornalismo, principalmente em consideração à questão da visibilidade.

O terceiro capítulo consistirá em uma análise prática das matérias, notas, editoriais, artigos, enfim, todas as unidades informativas que foram veiculados pelos três jornais mineiros, objetos de estudo, no período de 7 a 15 de agosto de 2004 – data da apresentação da proposta pelo Governo. Serão feitas considerações quantitativas e qualitativas em torno da abordagem dos veículos. Essa análise nos ajudará a compreender o papel da mídia na discussão de temas importantes para a sociedade.

Ao final, será apresentada uma conclusão, que fará como uma ligação entre os dois primeiros capítulos teóricos e o terceiro, como análise se os jornais em questão cumpriram com o papel de um bom jornalismo, conforme é explicitado nas duas primeiras partes, por meio de textos de especialistas. Além disso, outras possíveis considerações a respeito do que estava acontecendo à época, com ênfase na relação momentânea entre governo e imprensa, o principal pilar da discussão da proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo. Nesse quesito, serão feitas comparações e análises sobre a pauta que mídia abordava à época, assuntos que estavam na pauta governista e as possíveis relações que imprensa/governo poderiam ajudar na

compreensão, primeiramente, da apresentação do projeto, e depois da rápida retirada da proposta do Congresso, depois de ter sido abordada pela mídia.

1 Jornalismo e sociedade

Não é necessário nenhum esforço extra para afirmar que o jornalismo confere visibilidade aos fatos. Com o advento e a evolução da comunicação por meio da mídia, os distanciamentos espaciais e temporais deixaram de ser barreiras para a divulgação de informações. Antigamente uma pessoa somente poderia saber de algo contado por outra se estivesse ao seu lado ou aguardasse um documento escrito, que normalmente demorava dias para chegar. A comunicação mediada ou quase mediada, como define John B. Thompson, no livro *A Mídia e a Modernidade* (THOMPSON, 1998), fez com que o repasse de informações ganhasse uma dimensão mais ampla, ou seja, por telefone, alguém que esteja na Europa conversa com alguém no Brasil, e através de satélite, por exemplo, que alterou o sistema de transmissão televisiva no mundo, é possível acompanhar noticiários de todo o planeta.

Os meios de comunicação, portanto, permitem que um repórter, emissor da mensagem, por exemplo, passe a informação a uma pessoa, o receptor da mensagem, distante espacial e temporalmente. Nesse caso, o fato narrado pelo emissor passa a fazer parte do conhecimento do receptor, fazendo dele um participante da informação como acontecimento. Segundo Vera Veiga França, no livro *Jornalismo e Vida Social – A história amena de um jornal mineiro* (FRANÇA, 1998), “o ato de comunicação é ligado por fios invisíveis a um contexto que ultrapassa a situação imediatamente vivida e, construindo um espaço particular, vai além da esfera das individualidades e da subjetividade” (FRANÇA, 1998: p 54)

O jornalismo, ao conferir visibilidade aos fatos, torna-os públicos, à medida da participação da sociedade, direta ou indiretamente envolvida. Thompson avalia que

“com o advento da imprensa, contudo, a ligação entre publicidade e sentido de percepção se modificou. Uma ação ou evento poderia agora adquirir um caráter público para outros que não estavam presentes no lugar de sua ocorrência, e que não eram capazes de vê-la ou de ouvi-la. A ligação entre publicidade e visibilidade se atenuou: uma ação ou evento não tinham que ser literalmente presenciados para se tornarem públicos.” (THOMPSON, 1998: p 116)

Essa capacidade de informar à distância, que o jornalismo tem, permite que pessoas de todas as instâncias sociais participem dos acontecimentos públicos, e assim possam efetivamente ter suas validades como seres ativos dentro do contexto de regulamentação da sociedade. Da mesma forma, com o intuito de divulgar e fazer valer suas aspirações, decisões ou discursos, as pessoas ditas públicas podem usar do alcance jornalístico para tornar suas idéias de conhecimento de grande parte da população. A bilateralidade entre os emissores e os receptores da comunicação através da mídia criou uma nova forma de interação bem mais abrangente para ambos os lados. Segundo Thompson,

“com o desenvolvimento dos meios de comunicação, o fenômeno da publicidade separou-se da idéia de conversação dialógica em espaços compartilhados, e ligou-se de forma cada vez mais crescente ao tipo de visibilidade produzida e alcançada pela mídia” (THOMPSON, 1998: p 119)

Indo mais a fundo e mais diretamente à questão, Clóvis Rossi, no livro *O que é jornalismo* (ROSSI, 1986) já expõe o jornalismo como palco de batalhas entre opiniões, justamente para a conquista incansável do público-alvo, ou os receptores das mensagens midiáticas, como leitores, ouvintes ou telespectadores. Nesse âmbito, ao reconhecer a capacidade jornalística de veiculação maciça de informações, as pessoas públicas tornam-se emissores de mensagens codificadas, com

o intuito de serem compreendidas pela sociedade em geral. Rossi avalia que a imprensa utiliza uma arma aparentemente inofensiva, a palavra, para interferir diretamente na vida social, utilizando-se de seu recurso primário, que é a visibilidade de fatos e a capacidade de atingir a diferentes e vastas classes integrantes da sociedade.

Dentro dessa perspectiva, da interferência direta e indireta do jornalismo na vida social, ou como integrante dela, Vera Veiga França afirma que “a imprensa tem um papel central que é a informação, mas responderia ainda por várias outras funções” (FRANÇA, 1998: p 35), que no caso seriam a integração social, o entretenimento, a psicoterapia, a expressão e o debate de opiniões, denúncias, o que configura na democratização da informação e da cultura e na formação da opinião pública.

Quanto à construção desse discurso midiático, Adriano Duarte Rodrigues, no livro *O jornal: da forma ao sentido* (DAYRELL, 1997), organizado por Sérgio Dayrell, define, quanto à diferença aos outros tipos de discurso, a aptidão do discurso jornalístico em “contaminar as outras modalidades de discurso e para se deixar por elas contaminar”. (RODRIGUES, 1997: p 219)

Portanto, a principal modalidade do jornalismo é participar como um todo da vida social, num movimento bilateral, no qual são coletadas e passadas as informações, com critérios de avaliação de fatos de pessoas para pessoas.

1.1 Funções da comunicação e relação com a sociedade

A questão das funções do discurso da mídia é vasta. Um destaque importante analisado por Adriano Duarte Rodrigues é a função especular do discurso midiático. Segundo ele, a mídia desempenha nas sociedades modernas, um papel estratégico para tornar mais homogênea a vida coletiva, não no sentido da massificação da sociedade, mas sim de os diferentes povos poderem

compartilhar um mesmo mundo. Ele ainda explicita que “a mídia pratica as modalidades de naturalização, reforço, compatibilização, exacerbação dos diferendos, transparência e alteração do regime de funcionamento.” (RODRIGUES, 1997: p 225)

Ao analisar as funções do jornalismo como instituição efetivamente integrante e participante da sociedade, Vera Veiga França considera e refuta as idéias do paradigma clássico da comunicação – que considera uma relação linear e previsível entre o emissor e o receptor, este como um simples ponto passivo da comunicação, capaz de decifrar e decodificar a mensagem passada pela mídia, mas sem fazer parte essencialmente dela, sem agir diretamente – e a do efeito metonímico, tese baseada na desprezada importância da informação como informação, por ela mesma, como se não fosse construída dentro do contexto social. Essa tese coloca a informação num campo superior, como algo acontecido fora de nossa realidade diária, que toma corpo por si só e é repassada pelos emissores jornalísticos à população. Partindo da simples análise de que o leitor sabe que lê um jornal ou assiste ou ouve algo produzido pela mídia, França coloca a relação dúbia, onde deve realmente estar, formando um campo de interação entre o interlocutor da informação e o cidadão que a recebe, ambos agentes passivos e ativos do contexto social.

Segundo essa perspectiva, a comunicação é um processo permanente de troca de informações, com participação de todas as esferas. França afirma que

“a sociedade existe enquanto relações sociais; e viver em sociedade significa, antes de tudo, a inserção e a construção cotidiana de interações de todo tipo. (...) Na vida social tudo faz sentido, tudo comunica, não nos defrontamos sempre com a mesma comunicação. (...) A noção é circular: a palavra nos envia às relações: as relações à palavra. (FRANÇA, 1998: p 44)”

1.2 A utilização da visibilidade como poder

Como o jornalismo confere visibilidade aos acontecimentos, idéias são disseminadas com mais facilidade e freqüência. Utilizando-se dos recursos midiáticos não é difícil encontrarmos pessoas ou instituições públicas interessadas em promover-se ou exercer influência através de pensamentos ou ações, por meio de estratégias de divulgação. Em alguns, ou diversos casos, a própria mídia, como veículo de comunicação, utiliza-se de sua capacidade de chegar a um grande número de pessoas para promover ou exercer uma influência direta ou indireta no decorrer dos acontecimentos sociais. Segundo Thopson, a visibilidade é mais uma maneira, e uma eficaz e eficiente maneira, de controle e manutenção de poder, ou até mesmo de obtenção de poder.

Mesmo que esteja hoje refutada a idéia de que os receptores de mensagens simbólicas provenientes de meios de comunicação sejam seres inertes, passivos, levados diante da capacidade jornalística de divulgação de fatos e expressão de opiniões, a questão da visibilidade que a imprensa confere aos acontecimentos e como ela trata tais situações pode influir diretamente na andar da vida social. Isso deve-se justamente pelo fato da bilateralidade das relação jornalismo/sociedade, considerando-se que todos estão envolvidos nas mesmas questões, participando de um mesmo mundo, tornado público exatamente pela ação da comunicação através dos meios técnicos.

Mais uma vez, a bilateralidade configura-se como ponto central do estudo de como o jornalismo e a visibilidade fazem parte e integram o andamento das sociedades. Ao citar e analisar a teoria desenvolvida por Michel Foucault, *Panopticon*, baseando-se na construção de Jeremy Bentham, Thompson faz uma avaliação mais profunda sobre a questão da implantação e manutenção do poder na sociedade. O *Panaphticon* é um modelo de penitenciária ideal, construída num modelo circular, com uma torre de observação no centro e muros alinhados em celas, cada

uma separada da outra por outros muros. Em função da estrutura arquitetônica, os detentos poderiam ser vigiados a todo momento, o que os torna visíveis a um monitor invisível. Como os presos sabiam disso, mesmo em situações que não eram controlados agiam como se estivessem sendo. Assim, eles são submetidos a um estado permanente de visibilidade que garante o funcionamento automático do poder. Essa tese resulta na conclusão de que comparando-se com o modelo social, várias pessoas estariam sendo vigiadas por outras poucas que exercem o poder. Neste ponto, a bilateralidade é clara, e explicitada por Thompson. Ele afirma que o efeito contrário pode ser facilmente observado por meio da mídia, que possibilita que a sociedade fique de vigília sobre atos públicos, de pessoas que estão no poder. Isso é defendido de acordo com a tese sobre a questão da visibilidade, em que os receptores, figuras passivas e ativas dentro do processo de comunicação mediada e quase mediada, assistem a opiniões e outras modalidades de discurso pelos meios de comunicação, e assim exercem sua possibilidade de vigília. Segundo Thompson,

“cada vez mais os indivíduos são conduzidos a novo sistema de poder no qual a visibilidade é um meio de controle (...), o desenvolvimento da comunicação mediada forneceu aos meios pelos quais muitas pessoas podem reunir informações sobre poucos e, ao mesmo tempo, uns poucos podem aparecer diante de muitos; graças à mídia, aqueles que exercem o poder é que são submetidos agora a um certo tipo de visibilidade, mais do que aqueles sobre quem o poder é exercido”. (THOMPSON, 1998: p 121)

Mais uma vez, como em qualquer estudo moderno sobre a interferência da mídia na sociedade, a bilateralidade é a chave da questão, porque mesmo tendo o poder de vigiar e fazer suas escolhas como seres sociais, as pessoas comuns – aquelas que não exercem nenhum tipo de poder político –, não podem ser consideradas como o ponto central simplesmente porque, em contrapartida, o poder da mídia em influir opiniões, definir diferenças e induzir escolhas também é um ponto que tem de ser analisado, mesmo que não possa ser exatamente estipulado.

Bom, ao reconhecer essa capacidade da mídia, em conferir visibilidade aos fatos e discursos a um número grande e indefinido de receptores, fatalmente os governantes políticos e demais pessoas ditas públicas, que zelam por uma projeção de imagem fantasiada diante da sociedade, utilizam-se deste meio de comunicação para promoverem validade pública a seus discursos. Desta forma e com o objetivo de manipular a própria imagem diante dos receptores, eles agem conforme a conveniência. De acordo com Thompson, que faz uma comparação com a visibilidade conferida aos governantes políticos em tempos remotos e atuais,

“não há nada de novo na preocupação dos governantes e líderes políticos em cultivar a imagem pessoal e controlar sua exposição ao público: a administração da visibilidade é uma arte política antiga, mas o desenvolvimento dos meios de comunicação, e a conseqüente transformação na natureza da visibilidade, mudaram as práticas dessa arte (...) Com o desenvolvimento dos novos meios de comunicação, como as formas iniciais da imprensa, os governantes políticos tiveram de se preocupar cada vez mais com sua apresentação diante de audiências que não estavam fisicamente presentes”. (THOMPSON, 1998: p 122)

Dessa forma, o que é possível afirmar com relação à visibilidade que os meios de comunicação conferem aos fatos, acontecimentos e discursos é que ela é real, e que muitos interesses estão por trás, já que milhares ou milhões de pessoas podem acompanhar algo ao mesmo tempo que são abordados principalmente pelos veículos eletrônicos. Sendo assim, pode-se afirmar a existência do emissor da mensagem midiática e os diversos receptores, de idades, raças, culturas, religião etc, diferentes. O emissor – a própria mídia, governantes etc – tem o poder de ter a mídia para usá-la a seu favor ou simplesmente tornar público algo de interesse, por qualquer que ele seja, e o emissor tem, por meio da comunicação midiática, a possibilidade de

participar, de modo indireto e/ou direto, do processo de poder. Esse jogo configura-se de maneira dúbia, com preocupações sociais em ambos os lados.

1.3 Teorias de agendamento

A maioria dos fatos, acontecimentos e discursos que não estão à nossa volta, somente podem ser conhecidos por meio da mídia. A partir dela é que podemos ter conhecimento de coisas que acontecem em espaços diferentes dos nossos. Por exemplo, alguém que mora em Belo Horizonte só pode receber notícias do resto do Brasil, e até mesmo da própria cidade, se forem veiculados pela mídia. Portanto, os veículos de comunicação tornam os cidadãos familiarizados com ocorrências e diversas situações em andamento, em todo o mundo. A partir disso, a única forma dos cidadãos estarem a par de coisas que acontecem fora de seu espaço é acompanhar informações passadas pela mídia. Considerando este fato, pode-se determinar que os veículos podem pautar a vida de cada cidadão. Mesmo que este tenha poder para fazer suas escolhas, ele ainda está limitado pelo que é de seu conhecimento, determinado, em grande parte, pelo jornalismo.

Em análise de Nelson Traquina, no livro *O Estudo do jornalismo no século XX* (TRAQUINA, 2001), sobre o estudo de McCombs e Shaw a respeito do agendamento da sociedade por meio da mídia, está explicitado que apesar de cada cidadão fazer suas próprias escolhas, ele somente pode argumentar sobre o que tem conhecimento. No caso abordado por McCombs e Shaw, vários eleitores norte-americanos foram questionados sobre quais são os principais problemas que devem ser encarados pelos candidatos. As hipóteses sugeridas pelo eleitorado questionado foram levantadas após serem exploradas pelos veículos de comunicação, o que deu visibilidade às questões. Por exemplo, um indivíduo que mora em qualquer cidade norte-americana, onde não haja falta de empregos, fica informado sobre problemas na economia do

país por causa da falta de renda da população desempregada. Imediatamente, ele vai cobrar das autoridades que tomem uma providência, ou simplesmente vai desejar isso. O fato noticiado entrou em sua agenda de preocupações depois de ter sido abordado pela mídia. Se, ao mesmo tempo, ele fica sabendo que o governo federal decidiu aumentar algum dos preços administrados a partir do dia seguinte, ele pode tomar alguma atitude para diminuir seus prejuízos. Dessa forma, ele está agendando sua vida depois de acompanhar notícias veiculadas pela mídia. Em conclusão de McCombs e Shaw, “as provas deste estudo de que os eleitores tendem a partilhar a definição composta dos mídia acerca do que é importante sugere fortemente uma função de agendamento dos mass mídia”. (MCCOMBS E SHAW citado por TRAQUINA, 2001: p 18)

Neste tópico, considerando-se a intervenção do jornalismo na vida social e nas escolhas dos cidadãos, é possível voltar à questão da possibilidade da utilização da mídia para obtenção e/ou manutenção do poder. Nesse caso, o que é analisado é a tentativa dos líderes políticos, por exemplo, em entrarem na agenda jornalística. Ao conseguirem criar pautas para os veículos de comunicação, suas idéias, opiniões, denúncias, ficam à disposição pública, e são conhecidas pelo público receptor de mensagens midiáticas. Dessa forma, ele pode exercer a função de poder, a partir do princípio da visibilidade. De acordo com Traquina,

“no contexto da comunicação política, o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da ação estratégica dos diversos agentes sociais, em particular dos profissionais do campo político. Um objetivo primordial da luta política consiste em fazer concordar as suas necessidades de acontecimento com as dos profissionais do campo jornalístico”. (TRAQUINA, 2001: p 24)

Para exercerem tal influência sobre o agendamento da opinião pública, os próprios veículos de comunicação fazem estudos sobre o que seria de maior interesse da sociedade.

Novamente temos aí a questão da bilateralidade. Enquanto o jornalismo agenda a vida dos cidadãos, estes por sua vez e de acordo com suas aspirações, mesmo aquelas incentivadas ou promovidas pela comunicação midiática, determinam o que deve ser pautado pelos veículos.

Segundo Traquina,

“tanto os profissionais do campo político como os profissionais do campo jornalístico, mais os primeiros que os segundos, procuram tomar o pulso da opinião pública, sabendo de suas preocupações, atitudes, opiniões etc, através de sondagens de opinião. Todo o desenvolvimento do marketing comercial e o marketing político são sinais evidentes destas transformações na própria forma de fazer política e de estar na política; assim a agenda pública também pode influenciar a agenda das agendas políticas e a agenda jornalística”. (TRAQUINA, 2001: p 26)

A maioria das teorias, análises e textos modernos, que avaliam a questão da influência da mídia na sociedade, não desconsideram que esta influência realmente existe, mas também não caem no erro da teoria hipodérmica, de afirmar que os cidadãos receptores das mensagens midiáticas fazem parte de uma massa homogênea à mercê das imposições da mídia. Mais uma vez retornemos e reconhecemos a questão da dualidade, da bilateralidade, em que sociedade e mídia estão no mesmo campo de atuação, fazem parte de um mesmo contexto e se auto-pautam, se interagem. Assim como a mídia influencia a e na sociedade, como já abordado, os veículos são influenciados pelas necessidades, aspirações etc da sociedade, neste movimento giratório e constante que marca as relações entre mídia e sociedade/sociedade e mídia.

2 O jornalismo condicionado pela ética e pela responsabilidade social

Como abordado no capítulo anterior, o jornalismo confere visibilidade aos fatos, tornando-os acessíveis a um número grandioso de pessoas. Pois bem, portanto tamanha relevância na sociedade atual exige um alto grau de responsabilidade por parte do jornalismo, já que se for praticado de forma contrária pode causar vários danos. A visibilidade confere aos fatos e acontecimentos o caráter de público. O que é público cai no conhecimento popular, ou na avaliação popular. O perigo dessa questão está justamente aí: tornar algo de domínio público tira das rédeas do emissor da mensagem o controle desse algo. A sociedade, os receptores, passam a refletir a mensagem recebida e fazerem o que bem entenderem dela. Isso implica ao jornalismo uma série de normas que devem ser seguidas para que seja executado a partir do princípio de um bem social, de um integrante imprescindível do mundo moderno, e não para causar intrigas pessoais e coisas do tipo.

O emissor da notícia jornalística tem nas mãos o poder de tornar um fato ou um acontecimento público. Várias pessoas, de locais e culturas diferentes, vão saber, de forma imediata, do que ele está abordando – ou, em outros casos, esse tempo pode ser abolido, ou seja, mesmo que alguém não saiba simultaneamente, as notícias midiáticas podem ser guardadas no tempo. Tornar um fato público pode ter proporções enormes, nas mais variadas esferas, como o mundo político, econômico, social, esportivo etc. Uma das forças mais poderosas, comprovadamente, é a força do conjunto. Veja só: uma notícia implantada com irresponsabilidade – errada, mal apurada ou mesmo com má-fé, mentirosa – pode provocar

situações não previsíveis, pode prejudicar ou ajudar a vida de uma pessoa, um sistema, uma empresa em poucos minutos.

Exatamente aí, nessa amplitude social que o jornalismo assume é que entra a responsabilidade dos jornalistas, que são os emissores das mensagens passadas à população, e da mídia em geral. Os veículos de comunicação são os grandes espectadores do mundo, e ao mesmo tempo são o canal de interação entre a sociedade e o mundo em si, em sua amplitude. São eles que levam às mais variadas populações as informações sobre todo o resto, que não está à sua volta. São eles que detêm essas mensagens. Passam da maneira que quiserem, incluindo tempo, espaço e forma de emissão, teor da mensagem. Percebe-se, assim, que está nas mãos dos emissores o controle das informações, o que deve ser pautado ou não, ou seja, o que as pessoas devem saber e o que não devem saber, e como deve saber, a que horas e onde. Tudo isso, necessariamente, deve ser, e é, regido por uma ética maior, que segmenta, limita e rege o trabalho da mídia, o trabalho jornalístico.

No entanto, essa ética no jornalismo vem sendo debatida durante muito tempo, por muitos interessados. Que existe uma regra geral existe, mas mesmo ela é, em grande parte, causa de muitas dúvidas e discordâncias dos próprios jornalistas, teóricos e até mesmo da sociedade. As diversas teorias e práticas vistas e vividas dentro do mundo do jornalismo aumenta as distâncias do que deve ser considerado ético ou não, ou seja, cada vez mais, quanto mais teoriza-se sobre o assunto, verifica-se a impossibilidade de chegar a um denominador comum, a um senso unânime sobre como deve ser praticado o jornalismo. Segundo Francisco José Karam, no livro *Jornalismo, Ética e Liberdade*,

“há muitas perguntas a fazer e responder. As respostas exigem profundos debates e reflexões, antes de apressadas conclusões ou autoritárias certezas. Elas não cabem nas generalizações que comparam a ética jornalística com a ética de qualquer outra atividade, sem levar em conta, profundamente, a relação específica da atividade com a sociedade” (KARAM, 1997: p 47)

De acordo com Karam, ainda somente a prática do jornalismo, fazer jornalístico em si, e seus desdobramentos, podem dar credibilidade ao próprio jornalismo. O que o autor que dizer é que com o desenrolar do mundo e com a interferência da mídia é que é possível verificar a sua real importância, e como consequência, o que pode causar problemas, por meio de sua interferência, na sociedade. A partir daí passam a ser identificadas as proporções provocadas por uma prática irresponsável e medidas suas consequências, para depois poder ser evitada. Nas palavras de Karam,

“só mesmo a práxis jornalística, inserida no contexto geral dos desdobramentos sociais da humanidade, pode fazer com que o jornalismo tenha algum engrandecimento e tenha alguma potencialidade revolucionária diante do andar natural e espontâneo do mundo”. (KARAM, 1997: p 47)

Mesmo assim, afirmando que a melhor forma de considerar e pautar o jornalismo é dentro da prática jornalística, ele considera que a teorização e o debate, a reflexão e as contradições são imprescindíveis para o exercício da profissão e seu entendimento e discernimento por parte da sociedade. Esse posicionamento, afinal, reconhece que, apesar de serem abrangentes e tênues as linhas de definição do que é ético ou não dentro do jornalismo, existem algumas normas gerais teorizadas, depois de muitos anos de existência da mídia, que são dotadas de positivismo, e

mesmo as que não são, de uma responsabilidade consensual, com o objetivo do andar democrático e imparcial da imprensa.

Eugênio Bucci, no livro *Sobre Ética e Imprensa* (BUCCI, 2000), já enxerga de outra maneira a questão da ética no jornalismo. Ele considera com mais pessimismo, pegando com maior ênfase o caso brasileiro, a existência da ética dentro da profissão, que reflete em pormenores que afetam diretamente a sociedade. De acordo com ele, as empresas de comunicação estão, generalizadamente, mais preocupadas com interesses restritos que com o compromisso social. Segundo ele, ao questionar o porquê da discussão sobre a ética no jornalismo,

“a discussão ética só produz resultados quando acontece sobre uma base de compromisso. Se uma empresa de comunicação não se submete na prática às exigências de busca da verdade e do equilíbrio, o esforço de diálogo vira proselitismo vazio. E inútil. No máximo, um colóquio de direita”. (BUCCI, 2000: p 31)

Ele ainda argumenta sobre a superficialidade da discussão ética no jornalismo brasileiro, quando fala que

“debatem-se as boas maneiras dos repórteres, se eles tratam bem o entrevistado, se se apresentam corretamente como jornalistas, se ouvem os dois ou mais lados do tema que estão cobrindo, se invadem a privacidade da atriz que depois decide processar a revista – que por sua vez só vive de explorar detalhes da intimidade de pessoas famosas –, e assim por diante. Tudo isso é importante, mas é pouco diante das faltas éticas que vitimam a sociedade brasileira” (BUCCI, 2000: p 32)

Outro autor que discute a ética sobre o prisma da indefinição é Cláudio Abramo, que considera que o jornalismo deve se pautar das mesmas éticas que regem a sociedade em geral e seus cidadãos. Segundo ele, no livro *Regras do Jogo*, “não existe uma ética específica do

jornalista: sua ética é a mesma do cidadão. (...) Onde entra a ética? O que o jornalista deve fazer que o cidadão comum não deve fazer?” (ABRAMO, 1988: p 109).

Essa defesa de Abramo, que mais adiante em seu trabalho compara o trabalho do médico com o do jornalista, é contradita por Karam, que afirma que

“o jornalista não é um profissional que faz uma cirurgia do coração (...) Medicina não é igual ao jornalismo. Embora possa haver uma ética social que os aproxime, é preciso, no interior desta generalidade moral, desvendar as particularidades do trabalho de cada um. É indispensável, portanto, constituir o campo da ética jornalística (...) a ética jornalística, podemos dizer que só é possível constituí-la em bases reais, se levarmos em conta a necessidade de que, na particularidade do jornalismo, o que se desdobra é a própria complexidade crescente da humanidade, que carrega consigo não apenas atos, fatos, versões e opiniões, mas igualmente os valores embutidos na carga moral em que se configuram diariamente. (KARAM, 1997: p 41)

2.1 Problemas éticos no jornalismo

Esse tópico pode ser iniciado com outra frase de Cláudio Abramo, a que ele afirma que “evidentemente, a empresa tem a sua ética, que é a dos donos. Pode variar de jornal para jornal” (ABRAMO, 1988: p 109). A ética abordada pelo autor, no que refere-se aos donos de veículos de comunicação, é pessoal e cheia de interesses. Essa é a principal problemática da questão, que interfere diretamente na vida dos cidadãos, nas suas escolhas, preferências e atitudes.

Não é difícil perceber a dificuldade em se definir, com exatidão, o que é e onde está pautada a ética jornalística e seus limites. Mas, daí a cair num relativismo total, fingindo ignorância, não pode ser a solução. As teorias existem, e por mais que elas possam não abranger de modo totalitário o que está dentro das normas éticas e o que não está, algumas situações,

meramente analisadas por qualquer leigo, podem ser classificadas e identificadas com a presença ou não da ética. Afinal, a maioria das pessoas sabe dos preceitos básicos da mídia, que são informar com neutralidade e respeitando o que é de domínio público e privado, em seus limites e variações – neste caso, muitas discussões são travadas. Em situações específicas, é óbvio separar o que é público e o que é privado, em outras não. Por exemplo, uma decisão parlamentar sobre a legislação no país é sem dúvida de interesse público, já o que o presidente da Câmara dos Deputados come na hora do almoço, é impreterivelmente de caráter privado. Já, pode haver discussão se considerarmos que ele almoçou com o líder de outro partido. Nesse caso, cabe a apuração e interpretação do emissor da mensagem, ou o jornalista. Aí entra um ponto da questão ética – e por isso, algumas práticas são definitivamente anti-éticas.

A relação entre a mídia e o poder é bastante estreita, e se não houver cuidados e responsabilidade por parte dos veículos, eles acabam ficando reféns de situações extras, que comprometem o andamento do bom jornalismo, considerado a partir do preceito de ser compromisso social. O que deveria ser o único interesse da imprensa era o cidadão, a sociedade, a razão de existir dos veículos de comunicação, e essa seria a base da discussão ética. Eugênio Bucci diz que

“discutir ética na imprensa só faz sentido se significar pôr em questão os padrões de convivência entre as pessoas, individualmente, e de toda a sociedade no que se refere ao trato com a informação de interesse público e com a notícia. A isso precisam se subordinar não apenas os jornalistas, mas também os seus patrões e as corporações em que funcionam os veículos de comunicação. Essa discussão só tem um interessado: o cidadão. Ninguém mais. É para ele que a imprensa deve existir – e só para ele.” (BUCCI, 2000: p 32)

No entanto, não é sempre esse compromisso com a sociedade que pauta o trabalho de jornalistas brasileiros, como é o caso. Várias situações de interesses e falta de compromisso com o cidadão, mas com empresas, instituições ou mesmo pessoas, muitas vezes pautam as coberturas jornalísticas.

Bernardo Kucinski, no livro *A síndrome da antena parabólica – ética no jornalismo brasileiro* (KUCINSKI, 1998) exemplifica o caso da não distinção do que é público e privado na pauta da imprensa. O relato de Kucinski sobre a conversa entre o jornalista Carlos Monforte e o então ministro da Fazenda Rubens Ricupero, mostra que não é somente identificar o que é privado e deixá-lo à margem do conhecimento da sociedade, que é o exercício ético do jornalista. Além disso, enxergar o fato público e torná-lo de conhecimento da sociedade, também é um compromisso irrevogável da mídia. No caso abordado, microfones estavam ligados sem que os interlocutores percebessem. Ricupero seria entrevistado por Monforte ao vivo, e antes, em um intervalo da transmissão do *Jornal Nacional*, eles estavam conversando aleatoriamente, nos bastidores. O então ministro comentou com o jornalista que estava, deliberadamente, utilizando-se da máquina administrativa federal para promover campanha para o então candidato à Presidência da República, Fernando Henrique Cardoso, que competia contra Lula. Os microfones captaram as informações e transmitiram via satélite, por antena parabólica, para milhares de receptores. Estes gravaram e encaminharam as fitas para diversos jornais brasileiros, o que provocou a demissão de Ricupero, mas nenhum ato contra Monforte. A discussão de Kucinski está exatamente aí.

O jornalista, de posse de uma informação pública, que interfere diretamente no andamento da vida social, tem a obrigação, segundo o autor, considerando a ética na profissão, de levar as informações ao domínio público, como foi o caso da antena parabólica. O questionamento do autor é que o profissional da comunicação envolvido no caso, Carlos Monforte, não sofreu

nenhum tipo de retaliação, saiu ileso, como se nada tivesse a ver com ele. A questão é: ele não noticiou a influência de Ricupero nas eleições, usando a máquina administrativa, o que é de interesse público. Ao ocultar a notícia, cometeu um grave deslize ético.

Outra falha grave do exercício da ética no jornalismo refere-se aos anunciantes, interessados na pauta da empresa de comunicação, para não ferir suas prerrogativas de lucro. Esse detalhe está, de forma intrínseca, ligado à independência financeira dos veículos, para que estes não se tornem reféns de vontades e planejamento estratégicos de grupos econômicos que estejam fora do alcance meramente publicitário, como propagandas comerciais. Bucci aborda da seguinte forma:

“A viabilização editorial requer medidas que vão além das declarações de princípios (...) Nas empresas comerciais que têm como negócio o jornalismo, é preciso adotar um método específico de administração pelo qual as redações sejam autorizadas oficialmente a decidir os assuntos editoriais sem ter de consultar os setores comerciais da companhia, ou ter de passar pelo seu crivo (...) Há nisso uma vantagem de ordem ética, que é evitar a contaminação do relato jornalístico por interesses estranhos àquele de quem é titular do direito à informação.” (BUCCI, 2000: p 61)

2.2 Responsabilidade social do jornalismo

A discussão ética em torno do exercício do jornalismo está intrinsecamente ligada à grande dimensão social que tem o jornalismo ao conferir visibilidade pública aos fatos. Com isso, uma grande responsabilidade social está inerente à mídia, na escolha do que será ou não noticiado, como já abordado em várias partes do estudo. Mas, ao entrar mais definitivamente na questão, consideremos o exemplo da família Matarazzo, vivido no Brasil no ano 2000. O

empresário Luis André Matarazzo e seu filho, então com 12 anos, foram seqüestrados em Indaiatuba/SP. O primeiro foi solto, para providenciar o dinheiro e pedir à imprensa que não entrasse no assunto, ou pelo menos não noticiasse o nome da família envolvida, de grande representatividade financeira no Brasil. No entanto, não atendendo às solicitações, a Rede Globo de Televisão noticiou o fato, oferecendo grande notoriedade, e ainda esclareceu o nome dos envolvidos.

Depois de muitas discussões, que foram parar na Justiça, acionada pelo pai do garoto, baseado que o risco de vida de seu filho aumentou depois da dimensão que o seqüestro ganhou. Segundo alegações dele, os bandidos sentiram-se pressionados e passaram a ameaçar a vida do menino, além de tê-lo deixado com fome e sede até que a poeira abaixasse.

Definir se algo deve ser noticiado ou não, é tarefa às vezes bastante complicada, justamente porque o jornalismo interfere diretamente na vida das pessoas, no quadro social, no destino de um país, do mundo. Nesse caso, por exemplo, não é equivocado pensar que realmente a vida do garoto foi comprometida com a denúncia da Globo, mas também defender que a própria mídia fique refém de bandidos é complicado. Se simplesmente o seqüestrador pedir e a imprensa calar-se vai triplicar o número de praticantes dessa modalidade de crime. Abordando a questão, o professor Luiz Martins escreveu no site do *Observatório da Imprensa* (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/iq290820013.htm>, 2001) que

“Pelo que se depreende, a família Marinho não adota para o tema seqüestro o mesmo princípio (tradição ou convicção) que a tem levado a não noticiar suicídio, fundamentado na hipótese de que o noticiamento – assíduo e detalhado –, de tal ação humana teria efeitos replicadores. Não noticiar seqüestro, ao contrário, seria fazer o jogo dos facínoras. Por atacado, a lógica se aplica. No caso a caso, há controvérsias, uma vez que as soluções para seqüestros não dependem, proporcionalmente, da solidariedade coletiva. Não há evidências de que esse tipo de situação se resolva mais facilmente se houver ressonância,

comoção, ansiedade geral e palpitação de todos os cantos. Não é, certamente, um dilema digno de popularidade, aos moldes do *Você decide (...)* A Globo pode estar certa, mas é preciso saber em que medida e em que proporção. Face a seqüestros, a imprensa se vê diante de algumas alternativas: saber e calar; saber e noticiar; investigar e esperar; investigar e noticiar imediatamente; cobrir em tempo real e até entrar pelo cenário adentro, a ponto de se tornar igualmente refém, como já aconteceu, ou mediadora – chegando a ser trocada por eles”. (MARTINS, 2001: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/iq290820013.htm>)

Esse caso dos Matarazzo entra no assunto mais amplo, que é a liberdade de imprensa: de acordo com as premissas democráticas, a mídia tem liberdade para noticiar tudo o que é de interesse público. Aí é que está: a responsabilidade é toda da própria mídia e a avaliação, dos profissionais envolvidos. O compromisso maior do jornalismo, portanto, não é simplesmente com as normas democráticas, mas com a população e conseqüentemente com ele mesmo. A avaliação de ética é determinada pela própria imprensa e o pacto de compromisso é com a sociedade, é por ela que a mídia deve prezar.

O maior problema dessas questões, do que deve ser ou não divulgado pela mídia, baseado na responsabilidade social do jornalismo e na ética que rege a profissão, é, como já abordado, que as definições estão em poder da própria mídia, já que dificilmente sociedade e governo, interferem de forma direta, em situações que não envolvem interesses da própria mídia, em suas decisões. Sobre essa discussão, Nelson Traquina escreveu um capítulo intitulado de *O Quarto Poder*, em que ele questiona essa liberdade da imprensa em definir suas próprias rédeas. Segundo ele,

“O conceito de uma imprensa livre como sentinela que guarda a democracia (Um Quarto Poder) tem raízes profundas na história da evolução proposta democrática que emerge nos séculos XVII e XVIII (...). Nenhuma democracia sobreviveu sem uma imprensa livre. Nenhuma ditadura pode permitir a existência de uma imprensa livre. A convicção básica tem sido (e continua a ser) que a censura prévia da liberdade de expressão ou a liberdade de imprensa era (é) o anátema (...) Mas os

mídia noticiosos, tanto os proprietários como seus profissionais, não devem continuar a enterrar a cabeça na areia, continuar a gritar “Olha o lobo” em resposta a toda e qualquer crítica, continuar a ignorar as suas profundas responsabilidades sociais enquanto participantes ativos na construção da realidade. E os próprios cidadãos precisam envolver-se nos seus próprios assuntos cívicos, e não esconder-se por trás de uma crítica generalizada, que é muitas vezes uma máscara que esconde a sua incompetência”. (TRAQUINA, 2001: p 187)

Aí, mais uma vez, segundo o autor fica evidenciada a questão da bilateralidade que o jornalismo deve seguir, em que a mídia, o governo e a sociedade em geral devem formar um triângulo para reger e gerir as informações de domínio público e as que não são. O problema citado por Traquina é que pela falta de participação da sociedade, ou pela falsa participação, quando ele cita que as pessoas escondem-se por trás de crítica generalizada, é que gera o entendimento de maior poder por parte da mídia, em decidir o que deve ser veiculado ou não, sem interferência e cobrança social. Somente é interpelada por interesses maiores, como de governo, mas geralmente entra em acordo com eles.

2.3 A ética do profissional

Assim como, e na mesma estada do compromisso social e ético do jornalismo com a sociedade, em um campo mais estreito, está o jornalista, que em nome da mídia e do direito à informação, é quem coloca sua cara frente a frente com a população. Esse profissional, acima de tudo, é quem tem que zelar por sua própria ética, que em conjunto, acaba refletindo na construção da ética na profissão como um todo.

Aqui cabe algumas perguntas: o jornalista é empregado de uma empresa, obviamente um veículo de comunicação, e ao mesmo tempo, é um servidor dos cidadãos, como prestador de informações valiosas e de domínio público, como reza a máxima jornalística. Portanto, a quem

ele deve atender de maneira primária? Quando surgir os conflitos de o que é de interesse da população e o que é de interesse do veículo, qual deve ser sua orientação? Basicamente, isso pode ser explicado por qualquer leigo, entrando no princípio conhecido de que o jornalista tem o compromisso social, de corresponder aos interesses da sociedade. Mas, considerando que este profissional é uma pessoa comum, com desejos, aspirações e objetivos particulares e que faz parte de um competitivo mercado de trabalho, aí sim como em qualquer outra profissão, é possível duvidar que ele vá escolher defender seu juramento e primar pela divulgação democrática e irrestrita de informações de interesse público a atender às ordens e interesses da empresa. Eugênio Bucci afirma que “os jornalistas são trabalhadores intelectuais. Vendem seu trabalho e talento, com ou sem vínculos empregatícios, para empresas capitalistas, na maioria (...) A sua ética tem muito a ver com essa condição”. (BUCCI, 2000: p 75)

Por outro lado ainda, o jornalista, sendo uma pessoa comum, também é dotado de opiniões, preferências e escolhas, que inclusive, às vezes, transpassam seus compromissos e vínculos, como é o caso em situações que envolvem influência da religião, partido político ou o mundo esportivo. Esse é um outro fato que pode comprometer o exercício da ética pelo jornalista. Segundo Cláudio Abramo, pegando o exemplo do profissional da comunicação dentro do mundo político,

“o jornalista não pode ser despido de opinião política. A posição que considera o jornalista um ser separado da humanidade é uma bobagem (...) Deve-se, sim, ter opinião, saber onde ela começa e onde acaba, saber onde ela interfere nas coisas ou não. É preciso ter consciência (...) O jornalista não deve ser ingênuo, deve ser cético. Ele não pode ser impiedoso com as coisas sem um critério ético”. (ABRAMO, 1988: p 109)

Sobre a atuação do jornalista dentro das redações, Judith Patarra, no livro *A Imprensa em Questão*, organizado por Alberto Dines, Carlos Vogt e José Marques de Melo,

“seja qual for o assunto, a redação envolve um esforço em defesa da liberdade, da procura pela verdade, da preocupação com a justiça social, e pela persistência da memória. A responsabilidade social é básica porque tem um sentido pedagógico e ético. E a ética é uma luz que projetamos para segui-la com nossos pés, do modo que pudermos, com acertos e erros, sempre e sem hipocrisia”. (PATARRA, in *A Imprensa em Questão*, organizado por Alberto Dines, Carlos Vogt e José Marques de Melo, 1997: p 73)

3 O Conselho Federal de Jornalismo nos jornais *Estado de Minas, Hoje em Dia e O Tempo*

De acordo com o que foi abordado nos capítulos anteriores, sobre as questões de que o jornalismo confere visibilidade aos fatos e que, a partir disso e baseado nessa proposição, ele deve ser praticado com critérios éticos e responsabilidade social, já que influi diretamente no agendamento da sociedade, analisaremos, neste capítulo, a abordagem de três jornais mineiros de grande circulação, *Estado de Minas, Hoje em Dia e O Tempo*, quanto à proposta do governo Lula em relação à criação do Conselho Federal de Jornalismo, em 5 de agosto de 2004.

3.1 Metodologia

O período analisado em questão será do dia 7 a 15 de agosto de 2004, semana de maior repercussão sobre o assunto. No caso, todas as seções dos jornais foram analisadas, como editoriais, colunas, matérias, reportagens etc. O objetivo é concluir, ao final, quantitativa e qualitativamente, sobre tudo o que foi veiculado no período citado sobre o Conselho Federal de Jornalismo, pelo fato de que o assunto mereceu, por parte da imprensa, uma consideração especial, principalmente porque a envolve diretamente, por ser uma normatização dos códigos de atuação que regem o jornalismo. Dentro desse objetivo, verificaremos o possível porquê que a proposta foi tão rapidamente retirada de discussão por parte do governo, limitado às abordagens dos três jornais em questão.

Portanto, o que espera-se com esse trabalho é fazer uma ligação entre os dois primeiros capítulos, teorizados sobre o exercício do jornalismo, sob a perspectiva de vários escritores sobre o assunto, e colocá-los como pontos de comparação à abordagem da imprensa mineira à proposta

de criação do Conselho Federal de Jornalismo, a fim de procurar relacionar as premissas éticas e responsáveis da mídia e as atitudes dela em relação a tal caso.

Para isso, os jornais serão analisados separadamente, caso a caso. Verificaremos se as abordagens coincidem-se, se cada matéria segue uma tendência, ou entra em uma totalização homogênea, se elas são necessariamente imparciais ou se ocultam algum tipo de opinião e se a imprensa mineira deu oportunidade de o assunto ser discutido no âmbito social.

No período de análise, foi verificado que os jornais *Estado de Minas* e *O Tempo* deram boa visibilidade à proposta, com matérias quase todos os dias, editoriais e colunas, além de chamadas nas primeiras páginas. O jornal *Hoje em Dia*, com exceção de uma coluna do diretor de Redação, Carlos Lindemberg, veiculada no dia 11 de agosto, não ofereceu nenhuma atenção ao assunto. Para explicar tal fato, ainda conversamos com o editor-adjunto de Política do jornal, Adriano Souto, que falou sobre a opção do veículo em não dar importância à discussão.

Esse capítulo será dividido ainda em uma explicação sobre a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo, por parte do presidente Lula e sua cúpula, com abordagem à sua história de discussões, em seguida a análise propriamente dita, com esclarecimento de tudo o que foi noticiado sobre o período citado e conclusão do pesquisador para encerrar o trabalho.

3.2 Sobre o Conselho Federal de Jornalismo

No dia 5 de agosto de 2004, o presidente Lula apresentou ao Congresso Nacional Projeto de Lei que previa a criação do Conselho Federal de Jornalismo. Em meio a alguns problemas com a imprensa, que à época, investigava casos de condutas indevidas ligadas ao governo, como os casos Meirelles e Casseb, integrantes da alta cúpula governista, que só entraram na pauta da mídia depois de serem, indevidamente, segundo o próprio Lula e seu companheiro José Dirceu, divulgadas por

funcionários públicos pressionados por jornalistas, a Presidência resolveu agir e criar uma solução para que a profissão de jornalista fosse regida por regras mais enfáticas, como o Conselho.

Entre outras propostas, o Conselho tinha a intenção de “orientar, disciplinar e fiscalizar o exercício da profissão de jornalista e da atividade de jornalismo, zelar pela fiel observância dos princípios de ética e disciplina da classe em todo o território nacional, bem assim pugnar pelo direito à livre informação plural e pelo aperfeiçoamento do jornalismo”. Objetivamente, a proposta era ao mesmo tempo acompanhar de perto os trabalhos de jornalistas e criar um conjunto de normas definitivas para o exercício da profissão, assim como garantir a normatização dos profissionais. Dessa forma, estavam previstas, em contra-partida, uma fiscalização da imprensa, o que contraria a idéia de liberdade de informação, e juntamente, uma maior profissionalização dos jornalistas, o que daria mais credibilidade à profissão, que deve estar necessariamente ligada aos interesses sociais. A criação do Conselho, nesse âmbito, ainda daria à sociedade a oportunidade de poder cobrar de forma mais precisa o compromisso ético dos jornalistas.

Outro detalhe que deve ser observado é que a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo não é uma discussão atual. Já há anos, a categoria de jornalistas defende tais proposições, com o objetivo de ter mais garantias em relação às empresas de comunicação e de poder, talvez, exercer um jornalismo mais ético. O Projeto de Lei veio à tona no ano passado também devido à pressão exercida pela Fenaj e por motivos políticos ligados ao governo Lula.

3.3 Análise quantitativa

Durante o período analisado, de 7 a 15 de agosto de 2004, o jornal *Hoje em Dia* abordou a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo apenas uma vez, em assunto do articulista Carlos Lindenberg, dia 11, na página 4 do veículo, com o título “Mais uma polêmica no ar”.

O jornal *Estado de Minas* considerou o assunto em quatro matérias, sendo que três delas foram claramente com teor contrário à proposta de criação do Conselho e uma neutra, em que a abordagem dá espaço a interpretações abertas. O impresso ainda publicou três retrancas, duas contrárias e uma neutra; duas notas de colunistas, todas contrárias, um quadro “Análise da notícia”, contrário e dois quadros explicativos, além de duas chamadas de capa, com teor neutro.

O Tempo publicou uma chamada de capa, notoriamente contrária à proposta de criação do Conselho, e outra que indicava a abordagem da articulista Dora Kramer sobre o assunto, também de maneira contrária. Ainda veiculou cinco matérias, sendo quatro que indicam contrariedade ao projeto e uma de tônica neutra, já no último que o assunto ainda estava em pauta; cinco retrancas, três neutras e duas contrárias, além de o assunto ter sido central em quatro dias pelos articulistas Vitório Medioli e Dora Kramer, com todos os textos mostrando retaliação à proposta de criação do Conselho. Por duas vezes, entrou na pauta de colunistas do jornal, ambas as notas sendo contrárias ao projeto. Ainda houve dois quadros explicativos.

3.4 Análise Qualitativa

3.4.1 O primeiro dia de repercussão na mídia

De forma geral, o que pode ser observado, levando em conta a imprensa de todo o Brasil, é que a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo, da mesma maneira que entrou subitamente em discussão, saiu das pautas tanto da mídia quanto do meio político e nem chegou a ser debatido pela sociedade. A proposta foi apresentada pelo governo Lula no dia 5 de agosto de 2004. depois de ser discutida internamente, mereceu as atenções da imprensa dois dias depois. Portanto, em 7 de agosto de 2004, o *Estado de Minas* trazia a primeira matéria, de página inteira,

sobre o assunto. Sem merecer chamada de capa, a matéria, conduzida para o a editoria *Nacional* estampava o sugestivo título “Conselho já é condenado” (EM, página, 7/8/04). No bigode, o texto é o seguinte “Criação da entidade federal de jornalismo é bombardeada por lideranças e profissionais de todo o país. Proposta só recebe o apoio da Fenaj, que terá maioria na futura organização”. Notoriamente, é possível observar nessa primeira abordagem sobre o assunto pelo jornal *Estado de Minas*, a posição contrária do veículo à proposta.

Na continuação da matéria, o *lead* destaca novamente a condenação geral por jornalistas de todo o país e termina com essa frase: “contém uma série de normas que são apontadas como tentativa de controle da imprensa”, o que mais diretamente induz à idéia de que o objetivo da proposta seria o de rechaçar a liberdade de informação, um mártir da democracia atual. A primeira fonte ouvida pelo jornal foi Alberto Dines, que à época foi um dos mais veementes profissionais contrários à criação da entidade, publicamente. Em seguida, a matéria apresenta o depoimento de mais dois jornalistas que rechaçam a possibilidade de criação do Conselho e o de um político, também contrário. Nota-se que esse político é José Carlos Aleluia, então líder do PFL na Câmara dos Deputados, partido de oposição ao governo do PT. Não que opositoristas não podem ir de acordo a algumas propostas do governos, mas é mais comum que isso não aconteça. O membro governista ouvido na matéria principal foi o então líder na Câmara, Professor Luizinho, que manteve-se isento, somente admitindo que se algo estivesse errado, o Congresso faria mudanças.

Na continuação, o subtítulo “Poder” abre um texto que começa falando que a única entidade que apóia a criação do Conselho, incondicionalmente, seria a Fenaj – lembre-se que o bigode apontava a instituição como detentora de maioria no comando da organização, caso viesse a ser efetivada. Mesmo assim, a fonte ouvida, a então presidente da Fenaj, Beth Costa, admite, adiante, “que o projeto concentra o controle do futuro conselho nas mãos do grupo que hoje

domina a Fenaj”. Na sequência, outros três jornalistas são ouvidos, todos contrários à proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo.

A retranca da matéria trazia o título “Supremo pode barrar proposta do governo”. É observável que a tônica foi levada para o campo político e jurídico, já com a idéia de arquivamento da proposta. Veja o lead:

“Se for aprovado pelo Congresso Nacional, o Conselho Federal de Jornalismo (CFJ) corre o risco de ser declarado inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal. Ministros do STF afirmaram, ontem, em caráter reservado, que o projeto de lei que propõe a criação do CFJ é questionável porque dentre as atribuições do órgão está a de orientar, disciplinar e fiscalizar a atividade jornalística”. (ESTADO DE MINAS, 7/8/04: 1ª p Caderno Nacional)

No restante da retranca, nenhum dos ministros anunciados no título foi identificado, e a frase que é destacada no lead “orientar, disciplinar e fiscalizar a atividade jornalística” é apenas uma pequena parte da proposta apresentada pelo governo. Mais à frente, na retranca, é ouvido o então ministro da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, Luiz Gushiken, em defesa da proposta de criação do Conselho, mas o fechamento da matéria traz, em palavras dele, que o projeto de lei estaria sujeito a modificações.

As outras partes que compõem a matéria são um quadro “Saiba mais”, de tônica neutra e um “Análise da Notícia”, escrito por Denise Mendes, que já começa com a seguinte frase: “Retrocesso. Apenas uma palavra define a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo”.

No mesmo dia de badalação da notícia, o jornal *O Tempo* traz na capa, em letras garrafais, a seguinte chamada: “Jornalistas condenam projeto de Lula”. Logo abaixo do título, segue um

texto de quatro colunas e cinco linhas cada uma, todas contrárias à proposta de criação do Conselho. A primeira frase é essa: “Profissionais e lideranças da imprensa condenaram com ênfase o projeto de criação do Conselho Federal de Jornalismo (...) O texto contém uma série de normas que são apontadas como tentativa de controle da imprensa”. Na seqüência, frases de quatro fontes contrárias ao Conselho, todas também ouvidas pelo *Estado de Minas*, e no final *O Tempo* esclarece a posição da Fenaj, favorável à criação.

Na matéria interna, caderno *Geraes*, o jornal *O Tempo* traz o seguinte título: “Jornalistas condenam criação de conselho” e o bigode escancara o antagonismo entre a Fenaj e o resto da categoria: “Para ABI e profissionais da área criação de órgão vai ferir liberdade de imprensa, enquanto Fenaj defende projeto”. A primeira frase do lead é a seguinte: “Uma ampla condenação de profissionais e lideranças da imprensa desabou sobre o projeto de criação do Conselho Federal de Jornalismo”, e no mesmo lead, o jornal volta a sugerir o possível controle da informação, direito básico de todo cidadão. Ainda no primeiro parágrafo, três fontes dão opiniões taxativas contra a proposta. A seqüência da matéria, com exceção de alguns detalhes, é a mesma do *Estado de Minas*. Ouve-se o político opositor, o governista isento, a presidente da Fenaj e outros jornalistas.

A matéria de *O Tempo* ainda traz duas retrancas. A primeira, com o título “Proposta levanta questões polêmicas”, tem um tom mais ameno, mas mesmo assim, faz algumas alusões a possíveis motivos repressores que estariam fazendo Lula a propor a criação do Conselho. A segunda retranca “Fenaj fará lobby para a aprovação” dá espaço para a possibilidade de criação do Conselho ser uma boa causa para a categoria de jornalistas. Sem meias palavras, a repórter esclarece a posição da Fenaj e do Sindicato em Minas Gerais, também favorável à criação. Oferece ainda espaço para palavras do então presidente do Sindicato, Aloísio Lopes, defender com coerência o projeto.

Outro detalhe da matéria são as frases ilustrativas de três jornalistas, profissionais respeitados e conhecidos de veículos nacionais, todas ofensivas à criação do Conselho, sempre exaltando a possibilidade do controle da informação e da liberdade de imprensa.

No dia 7, o jornal *Hoje em Dia* nem sequer citou a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo. Durante todo o período analisado, de 7 a 15 de agosto de 2004, o veículo fez somente uma alusão ao fato, em coluna do diretor de Redação, Carlos Lindemberg, no dia 11 de agosto, sutilmente contrária à criação do Conselho. O texto revela uma tônica mais amena, mas não por isso favorável à proposta. O título “Mais uma polêmica no ar” tira a responsabilidade de opinar do jornal, e no olho gráfico “A impressão que se tem é que o governo parte para a retaliação”, percebe-se um movimento contrário ao projeto. O jornalista Carlos Lindemberg faz uma ligação entre a proposta de criação do Conselho, para fiscalizar a atividade jornalística, com as notícias que movimentavam o cenário nacional à época, sobre acusações feitas a membros fortes do governo, como os então presidente do Banco Central e do Banco do Brasil, investigados após denúncias feitas por meio da imprensa. Lindemberg ligou esses dois fatos e sugeriu que o governo poderia estar dando uma resposta à mídia brasileira pelos apertos que ela estava oferecendo há semanas. Na mesma semana, foi enviado ao Congresso outro projeto que pedia o credenciamento de pessoas que podiam dar declarações à imprensa, não seria liberado qualquer pessoa falar em nome do governo. Isso devido ao caso de que servidores públicos estavam passando informações sigilosas à imprensa, o que acabou comprometendo dois políticos do alto escalão à época, os presidentes do Banco Central e do Banco do Brasil.

Verificando os possíveis motivos que fizeram o jornal *Hoje em Dia* a quase isentar-se das discussões sobre a criação do Conselho, com exceção única dessa coluna de Carlos Lindemberg, conversamos com o editor adjunto de Política do veículo, Adriano Souto, que à época ocupava o mesmo cargo. Segundo ele, a opção do jornal foi simplesmente por julgar que o fato não merecia

a atenção devida. “O projeto já nasceu morto e não vimos porque retirarmos outras matérias para dar espaço a essa discussão. Foi simplesmente uma decisão jornalística”, explicou Adriano Souto.

3.4.2 O Estado de Minas e O Tempo nos demais dias

Voltemos então às abordagens dos jornais *Estado de Minas* e *O Tempo*, que apresentaram diversas matérias sobre o assunto, inclusive com chamadas na capa. A análise em seguida será feita sobre cada um dos jornais, separadamente. As únicas observações conjuntas que destacaremos será que *O Tempo* já voltou a destacar o assunto no dia 8 de agosto, com outra chamada na capa, alusiva a uma análise que a articulista Dora Kramer faria na página A4, outro do Vitório Medioli, o dono do veículo, e uma matéria de $\frac{3}{4}$ de página. O *Estado de Minas* só voltou a tocar no assunto em 11 de agosto. Além disso, os dois veículos passaram a dar espaço para o assunto no caderno *Política*, no lugar da editoria *Geral*, de *O Tempo*, e *Nacional*, do *Estado de Minas*.

– **Jornal O Tempo** – O jornal *O Tempo* já volta à carga contra a proposta do governo em criar o Conselho Federal de Jornalismo no dia seguinte. Logo na capa, um destaque sobre o artigo de Dora Kramer traz a expressão “Grande companheiro”, em alusão à ficção de George Orwell, sobre o controle da sociedade pelo Estado, por meio do “Grande Irmão”. No seu artigo, Kramer já abre com essa referência. O olho desse artigo é o seguinte: “O cerne do autoritarismo, ainda que bem disfarçado quando há pudores a serem preservados, não tem ideologia”. No meio do texto, ela utiliza a frase “O meio é o Conselho Federal de Jornalismo, mas o fim é o controle da informação”. Durante todo o artigo, a articulista ataca veementemente o projeto de lei.

No mesmo dia, Mediolli é ainda mais enfático quando compara a proposta de criação do Conselho aos jacobinos Saint Just e Robespierre, que no final do século XVIII, instalaram, na França, O Terror e a Lei dos Suspeitos, sistemas autoritários de imposição de poder. No texto, ele compara o então ministro do Trabalho, Ricardo Berzoini, que encaminhou a proposta ao presidente Lula aos dois algozes franceses. No olho gráfico do artigo, define: “Não é apenas uma afronta à liberdade de opinião, é uma gravíssima tentativa de demolir o ordenamento democrático”.

Outro destaque dado por *O Tempo*, no dia 8 de agosto, foi uma matéria na editoria *Política*, que traz o título “Dirceu defende controle da imprensa”. Nessa frase, está clara que a proposta nada mais é que um controle de imprensa, além de colocar a responsabilidade somente do lado governista, representado por José Dirceu, o então ministro-chefe da Casa Civil. Seria o mesmo que dizer: somente o governo quer essa proposta, todos os sensatos são contrários. No teor da matéria, Dirceu é exposto como alguém que quer omitir possíveis declarações sigilosas que envolvem o governo. Dá a transparecer que o que ele deseja é que o governo faça o que bem entender e a sociedade não tem que ficar sabendo de nada. Uma frase da matéria – “As declarações de José Dirceu foram dadas dois dias depois do o governo federal propor a criação do Conselho Federal de Jornalismo (CFJ), que gerou polêmica por instituir meios de controle ao trabalho da imprensa” – deixa clara a intenção de ligar as declarações do ministro ao projeto. Uma retranca, com o título “Conselho reacende temor de censura”, mantém a reação contrária à proposta. Cita adiante que o histórico do governo Lula com a mídia não é favorável, exemplificando com outras situações, como a do jornalista que teve seu visto revogado depois de dar declarações que macularam a imagem do Presidente da República. Há ainda na matéria um quadro “Saiba mais”, com informações editadas sobre o projeto.

Nos dias seguintes, até 15 de agosto, o último dia de análise, *O Tempo* continuou destacando o assunto durante todas as edições do jornal. Mereceu ainda outra alusão de Vitório Mediolli, em 10 de agosto, que compara o regime de Lula ao de Fidel Castro, autoritário presidente cubano, na tentativa de criar espaços para “apaniguados do PT assumir a normatização e controle das atividades de opinião e expressão cultural”. E outra de Dora Kramer, dia 11, que faz uma ligação à onda de denunciismo explorada pelo governo, o que segundo a articulista não passava de desculpa para o controle da imprensa.

Outros espaços particulares do jornal que destacaram o assunto foi o de Nelson de Sá, na coluna “Toda Mídia”, em 10 de agosto, que destaca a repercussão negativa na imprensa internacional da proposta de criação do Conselho e Antônio Siúves, que analisa a mídia mineira, dia 9. Veja o que escreve Siúves: “Dos jornais mineiros, apenas *O Tempo* entrou com tudo na polêmica proposta do governo Lula, com apoio da Federação Nacional dos Jornalistas, de instituir um Conselho Federal de Jornalismo, com – pasmem! – poderes para fiscalizar e punir jornalistas. Ainda é tempo de todos se unirem para rechaçar o quanto antes esta ignomínia”. Além da posição contrária ao projeto, esse texto ainda convoca a todos os leitores a rechaçarem tal idéia.

O veículo *O Tempo* ainda abre espaço para matéria no dia 11 de agosto, que aborda a preocupação do ministro Gushiken com as possíveis formas de fabricação da notícia por parte da mídia. O texto da matéria dá a entender que o entrevistado defende o controle da imprensa, por causa de deslizes causados por jornalistas. Segundo a matéria, o ministro fala em fabricação e interpretação de notícias e ao “comentar a liberdade de imprensa, afirmou que nada é absoluto numa sociedade”, contrariando assim a idéia de que a liberdade de informação, e portanto de imprensa não é um assunto sem discussão.

No dia 12 de agosto, a matéria é “Magistrados são contra Conselho” também sugere o teor contrário à proposta de criação do Conselho. O corpo da notícia aborda as opiniões da Associação Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho, que na ocasião divulgou nota contrária ao projeto, com pedido de retirada da proposta, e da Ordem dos Advogados do Brasil, que defendia a criação do Conselho caso deixasse de ser ligado ao governo e interesses partidários. Ainda traz ao final a opinião do então ministro da Educação, Tarso Genro, a favor da questão também desde que “não atinja a liberdade de imprensa”. Uma palavra do ministro sugere que a idéia do governo não é o cerceamento à liberdade de informação.

No dia 13 de agosto, *O Tempo* toma uma atitude interessante. A chamada da matéria da matéria principal é sobre a proposta do governo em calar os funcionários públicos quanto ao vazamento de informações, que segundo a cúpula governista estavam divulgando notícias confidenciais, que só poderiam ser expostas pelo alto escalão ou pessoas determinadas. A criação do Conselho Federal de Jornalismo só foi abordada na retranca, com o título “João Paulo critica projeto do governo”. A retranca traz o repúdio do então presidente da Câmara, indicado pelo governo à proposta – devido à pressão, a estas alturas, o lado governista já esquivava-se da iniciativa pelo rebuliço causado pela imprensa –, mas, curiosamente, no mesmo quadro da matéria principal, com outro enfoque, o jornal traz, mais uma vez, informações gerais sobre o Conselho Federal de Jornalismo, com mais detalhes. Bom, a matéria foi sobre a intenção do governo em restringir as informações passadas por servidores públicos e *O Tempo* faz então uma ligação direta entre esse assunto e a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo. Quer dizer que tudo fazia parte de um mesmo pacote elaborado pelo governo com o objetivo de restringir as informações que deve ser passadas à sociedade, ou seja, contra a liberdade de imprensa. O contexto da matéria traz o presidente do Superior Tribunal de Justiça, Édson Vidigal,

que classificou como terrorismo o ato do governo em querer colocar rédeas nos funcionários públicos, assunto já explicado anteriormente.

No dia 14, *O Tempo* já considera que o governo voltou atrás e traz o título “Governo quer evitar desgaste”. Veja o lead: “A repercussão negativa em torno da proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo levou o Palácio do Planalto a articular ontem um recuo, que seria retirar o projeto do Congresso. A avaliação é que o governo está sofrendo desgaste por uma bandeira que não é sua”. O título da retransmissão é o seguinte: “Fenaj admite mudar proposta”. A leitura dos destaques e do corpo da matéria induz à questão: o governo apresentou a proposta, foi atacado fortemente pela mídia, recuou e agora a própria imprensa reconhece a vitória e, já num clima mais ameno, trata o projeto como uma possível proposta a ser discutida, desde que não a atinja, como no texto apresentado.

No dia 15, vem à tona o escândalo que envolveu a revista *Veja* e a cassação do deputado federal Ibsen Pinheiro, falsamente acusado por um político ligado ao PT em 2004, Waldomiro Diniz. A matéria tem a intenção mais de comprometer o governo, traz citações relacionadas à liberdade de imprensa, mas volta a carga quando cita parte da reportagem de *Veja*, reconhecendo o erro: “A imprensa erra, mas os erros acabam aparecendo quando não são corrigidos em seguida pela apuração correta dos fatos”.

– **Estado de Minas** – Ao contrário de *O Tempo*, o jornal *Estado de Minas* somente voltou a abordar a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo no dia 11 de agosto. Notoriamente, o veículo é mais ameno nas críticas que *O Tempo*, e cria espaço mais abrangente para a discussão do assunto, na própria mídia e entre a sociedade.

Esse maior distanciamento pode ser observado já na chamada de capa, “Conselho vira batalha entre governo e oposição”, e no título da matéria do dia 11, a seguir. Depois de três dias

sem tocar no assunto, o destaque é esse: “Liberdade em discussão”. É possível observar a isenção do jornal no âmbito da discussão, procurando simplesmente sugerir que existe uma polêmica no ar. O bigode confirma a tese que o *Estado de Minas* está no caso menos engajado que *O Tempo*, claramente na luta contra a instalação do Conselho: “Criação de Conselho de Jornalismo é defendida pelo governo, que não admite censura, mas oposição ataca, vê cerceamento da expressão e fará esforço para barrar proposta”. Observa-se que o veículo jogou a discussão no campo político, ao excluir a reação da própria mídia, que rebateu de forma veemente a proposta. No corpo da matéria, o lead também é mais aberto: “A liberdade de imprensa está no centro da discussão sobre a criação do Conselho federal de Jornalismo”. No decorrer do texto, existem ainda algumas ponderações dos repórteres Thiago Vitale Jayme e Érica Andrade sobre a questão da liberdade de informação e a procura de decifrar com isenção quais são as verdadeiras motivações que fizeram o governo sugerir o projeto. Mostra alguns pontos negativos e outros que poderiam ser positivos, e em que a proposta pode ter escorregado. Mais adiante, com o subtítulo “Autoritário”, o jornal cita algumas análises contrárias ao projeto, a maioria da oposição governista. Ainda há um quadro explicativo, simplesmente informativo.

Mais uma vez, o *Estado de Minas* deixa passar, nesse caso apenas uma edição, sem tocar no assunto, e volta a destacar a proposta de criação do Conselho no dia 13 de agosto. Com matéria de uma página, a pauta merece uma chamada de capa: “Governista admite erro sobre Conselho”. Na matéria, o sugestivo título “Uma falha de comunicação” já denuncia a tônica contrária à proposta, mas o bigode novamente torna o assunto uma discussão política, a abordagem mais comum do *Estado de Minas*, depois do ataque no primeiro dia de publicação, 7 de agosto: “Presidente da Câmara, João Paulo (PT-SP), admite que governo errou ao enviar projeto sem dialogar com Congresso. PFL volta a atacar e proposta para servidores é criticada”. A última frase é referente à situação que os servidores estavam dando declarações à imprensa, conforme já relatado no estudo.

Já no lead da matéria principal é possível notar o teor de crítica embutido, como opinião do próprio jornal, nessa frase: “As propostas do governo de criar mecanismo para controlar a imprensa e as informações passadas por servidores voltaram a ser criticadas ontem”. A citação “controlar a imprensa” é de responsabilidade do veículo, já que claramente o governo nunca explicitou que seu objetivo era esse. O restante do texto explora palavras de João Paulo, que desde antes conforme as próprias matérias revelam, já estava contrário à propostas, para evitar desgaste. Mais adiante, há o esclarecimento de um embate político entre a oposição e a situação, além de uma retranca que explora outros governistas já acuados, contrários à decisão de encaminhamento do projeto. Outra retranca, já que a matéria é de uma página, no caderno *Política*, traz o título “STJ faz alerta sobre mordaza”. O teor é claro: sugere como que a criação do Conselho vai amordaçar a imprensa. No olho gráfico da retranca, o então ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos, afirma: “A liberdade de imprensa teve um papel muito importante na história do Brasil. Eu não aceito a carapuça de sensor e nem de inimigo da liberdade de imprensa”. A frase parece dar mais uma voz considerável contrária à proposta.

No dia 14 de agosto, o assunto mereceu destaque na coluna de Baptista Chagas de Almeida, na página 2 do jornal: “Mordaza, censura, autoritarismo. O governo apanhou bem nos últimos dias. Sabe por que? Porque ainda existe liberdade de imprensa”. Fica clara a posição do jornalista, que fala por meio do veículo.

Ainda no dia 14, entrando em acordo com o jornal *O Tempo*, por exemplo, o *Estado de Minas* também dá como que encerrado o assunto. A matéria, de uma página, leva o título: “Governo vai retirar proposta”. O bigode “Planalto estuda a melhor saída para deixar de lado, pelo menos por enquanto, o projeto que cria o Conselho Federal de Jornalismo. Fenaj admite mudar texto que está gerando polêmica”. Em seguida, uma foto de um ícone governista, José Genuíno, com os dizeres “José Genuíno defende a retirada do projeto que cria o conselho de

jornalismo do Congresso, por entender que o governo vem sendo submetido a um desgaste desnecessário”. Todo o texto considera que o governo estava pensando em retirar a proposta, por não ter sido bem aceito dentro da própria mídia.

No dia seguinte, 15 de agosto, Elio Gaspari, respeitado articulista do jornal, trata com ironia a idéia do controle da imprensa, além de ponderar sobre atos do jornalismo, na sua tentativa de denunciar casos.

3.4.3 Por dentro do caso

É importante lembrar que, à época que foi apresentada a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo, o governo vivia algumas situações incômodas, justamente pelo fato de informações sigilosas terem sido divulgadas pela imprensa. Destacava os jornais brasileiros, no mesmo momento, as denúncias contra autoridades representativas do governo do PT, como os presidente do Banco do Brasil e do Banco Central. As denúncias foram feitas por servidores públicos a jornalistas, que colocaram a boca no trombone. Dessa forma, já existia, portanto, o desgaste entre o governo e a imprensa, que explorava detalhes das denúncias. Pois bem, é necessário considerar que logo em seguida a essas informações passadas por funcionários públicos, o pólo governista tratou de arranjar rapidamente uma maneira de apresentar à mídia e à sociedade um poder de manipulação, que seria a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo e de calar os servidores não autorizados a falarem em nome do alto escalão. É um ponto de vista. Mas não é correto afirmar também que o apoio da Fenaj, uma entidade ligada diretamente aos jornalistas, deu crédito ao projeto, uma luta antiga da classe.

Ouro fato que explodiu à época da proposta foi o caso Ibsen Pinheiro. O então deputado federal foi cassado anos atrás exatamente por denunciamento da imprensa. O político ligado ao PT

no momento da proposta de criação do Conselho utilizou do jornalismo para instalar informações falsas sobre a conduta de Ibsen, o que foi bastante explorado, na ocasião, pela revista *Veja*, até provocar a cassação do deputado. Mais uma vez entrava em pauta a discussão da necessidade de haver um órgão controlador da imprensa.

4 Conclusão

Analisaremos três aspectos na conclusão do trabalho: como foi, de maneira geral, a abordagem dos jornais *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo* sobre a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo, feita pelo governo no ano passado; o porquê da mídia ter abordado de tal forma e as possíveis relações extras feitas pelo governo e pela imprensa. Isso tudo ligado à parte teórica abordada nos dois primeiros capítulos, com relação à forma ética e certa de fazer jornalismo

Notoriamente, tanto de forma quantitativa quanto qualitativa, os jornais analisados abordaram, de forma geral, a proposta, de maneira negativa, o que já pode ser evidenciado nas primeiras veiculações sobre o assunto do *Estado de Minas* e *O Tempo*, condenando o projeto veementemente, sem procurar ver um retorno da sociedade quanto à criação do Conselho, diante de uma primeira matéria explicativa. O *Hoje em Dia* é ainda mais enfático ao omitir completamente o assunto dos seus leitores, apresentando-o apenas na coluna do diretor de Redação, Carlos Lindemberg, com posicionamento claramente contrário à implementação da proposta. Isentou-se, como se não houvesse nenhuma relevância tal proposta, como se não fosse de interesse da sociedade. Dessa forma, desconsiderou mais ainda o posicionamento independente da sociedade.

As outras matérias, em seqüência, do *Estado de Minas* e de *O Tempo* são na maioria quase que claramente opinativas, com títulos sugestivos, formatados para atacar a possível criação do Conselho. O *Estado de Minas* é um pouco mais ameno, mas nada que o coloque de fora da discussão, posicionando-se majoritariamente de maneira contrária à proposta. As matérias são reforçadas com colunas e textos de articulistas, todos, sem exceção, contrários ao projeto.

Em algumas vezes, o contexto das matérias são mais imparciais, precisamente quando levam a discussão para o âmbito político, como um embate entre situação e oposição, e quando dão como encerrado o assunto – proposta engavetada –, nos últimos dias de abordagem.

Porque os jornais analisados tomaram tal atitude? Provavelmente porque viram no projeto de criação do Conselho Federal de Jornalismo uma saída para o governo para ter controle sobre a imprensa. A questão é que o texto do projeto não tratava apenas disso, desse possível controle, e também de outras diretrizes para o exercício do jornalismo, diretrizes essas que são até procuradas pela categoria há bastante tempo. A mídia só abordou o fato de cerceamento da liberdade de informação, mesmo assim depois de julgamento próprio, já que não foi clara a intenção do governo em obter controle sobre as informações. A imprensa então permitiu-se o direito de tirar conclusões absolutas sobre a proposta e passar essas conclusões, à sua maneira, para a sociedade. Deixou de considerar aspectos importantes do projeto, como regularização da profissão de jornalista e de veículos.

Alicerçada na afirmação de que democracia deve ter como parâmetro básico a liberdade de imprensa, a mídia brasileira atacou veementemente a proposta, mas cegou-se assim em seus próprios interesses, aliás deixou talvez até de considera-los, com tamanho repúdio ao projeto. Isso porque a categoria de jornalista poderia ganhar um aspecto mais profissional e organizado, o que poderia ser benéfico para os profissionais da área.

Um pouco antes da proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo, funcionários do alto escalão do governo, os então presidentes do Banco Central e do Banco do Brasil foram alvos de denúncias por parte da imprensa, que estavam manchando a imagem da Presidência da República. As informações obtidas pela imprensa foram por meio de servidores públicos do baixo escalão. Pouco tempo depois o governo lançou dois projetos: de limitar a divulgação de informações à imprensa aos funcionários credenciados e a proposta de criação do Conselho.

Imediatamente, é possível, por outro lado, ligar os fatos, e sugerir que o governo, acuado com a divulgação das denúncias, pensou, com os projetos, que poderia ter um controle sobre a imprensa, com apoio da Federação dos Jornalistas, a Fenaj. Possivelmente essa foi a ligação que a imprensa fez, e um dos motivos para retaliar de tal maneira as propostas, principalmente a de criação do Conselho, que interferiria mais diretamente no andamento da liberdade de informação.

Bom, o que é possível concluir dentro desse emaranhado de situações é que possivelmente cada um, mídia e governo e ainda a Fenaj, tinha seus motivos para aprovar ou desaprovar a proposta de criação do Conselho. A única parte que não fez parte da discussão foi a mais interessada, a sociedade.

Levando a discussão para o fazer jornalístico, conforme é o tema dos dois primeiros capítulos do trabalho, a conclusão não poderia ser outra, a não ser q que a mídia ignorou seu principal objetivo como imprensa: a responsabilidade social. De acordo com o que argumentou Nelson Traquina, abordado no estudo, com relação à mídia exercer um papel em que é independente, exercendo praticamente um Quarto Poder dentro do parâmetro social, podemos considerar esse fato de apresentação da proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo como um exemplo disso, já que, sem ninguém para “vigiá-la”, a mídia simplesmente tomou como sua a discussão, como se fosse somente sua, e não colocou o assunto abertamente para a análise da sociedade, de maneira isenta e imparcial, ao atacar dessa maneira o projeto.

A questão de conferir visibilidade ao fato, a imprensa cumpriu somente assim: conferindo visibilidade à sua maneira. Portanto essa visibilidade foi de certa forma manipulada e não simplesmente esclarecedora, como deve ser o trabalho jornalístico.

Considerando a análise de Vera Veiga França, sobre a bilateralidade entre jornalismo e sociedade, poderia ser dada mais atenção aos interesses sociais. No caso, fazer a divulgação da notícia, abordá-la de maneira isenta e imparcial e deixar a sociedade reagir perante a novidade,

verificar qual seria o posicionamento das pessoas frente à proposta, ao simplesmente conhecê-la. Mas, ao contrário, a imprensa já jogou as informações, no primeiro dia de veiculação, de forma arbitrária, com opiniões e sugestões, com o objetivo de direcionar a opinião pública para um caminho de que a meta do governo era controlar o repasse de informações e nada mais.

Aí entra ainda um confronto entre duas análises apresentadas, de Eugênio Bucci e Cláudio Abramo. O primeiro, ao considerar o jornalismo contaminado pelo poder e pela ganância dos profissionais e dos veículos, como simplesmente elementos do capitalismo, assume esse exercício antipático da imprensa, de simplesmente fazer valer suas aspirações e desejos, em detrimento da discussão social, no que a atinge diretamente. O segundo, ao considerar que o jornalista deve ter suas concepções políticas sociais admite que informações não necessariamente devem vir desprovidas de opinião. A chave da questão é que, no caso de Bucci, ele, verdadeiramente, promove uma crítica a esse tipo de atitude capitalista, e Abramo não coloca a questão no âmbito de que o profissional da mídia deve ser somente uma máquina de rapasse de informações, mas deve ser um ser humano acima de tudo. Ótimo, mas essa atitude autoritária da mídia, em abordar seus assuntos da forma que entende, sem levar os fatos para a discussão social não é o objetivo da análise de Abramo.

Novamente, entra a discussão de Traquina, sobre a questão da mídia exercer o papel de Quarto Poder, sem vigílias por parte de ninguém. Esse tipo de jornalismo, praticado somente sob o âmbito dos interesses da imprensa não cumpre com o principal objetivo da mídia, que é intermediar a relação entre poder e sociedade, acaba sendo somente mais um plano de arbitrariedade, em que a população é apenas colocada em uma situação de aceitabilidade com o que está sendo veiculado, por parte da imprensa, e imposto, por parte do governo. Esse estilo de democracia deve ser revisto e discutido dentro do próprio ambiente jornalístico, que não deve, segundo frase de Traquina, “continuar a enterrar a cabeça na areia, continuar a gritar “Olha o lobo”

em resposta a toda e qualquer crítica, continuar a ignorar as suas profundas responsabilidades sociais enquanto participantes ativos na construção da realidade” com relação aos cidadãos, “precisam envolver-se nos seus próprios assuntos cívicos, e não esconder-se por trás de uma crítica generalizada, que é muitas vezes uma máscara que esconde a sua incompetência”.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- FRANÇA, Vera Veiga. *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- ROSSI, Clóvis. *O Que é jornalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *O Jornal, da forma ao sentido*. Brasília: Editora Paralelo 15, 1997.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001
- KARAM, Francisco José. *Jornalismo, Ética e Liberdade*. São Paulo: Editora Summus, 1997
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2000
- ABRAMO, Cláudio. *A Regra do Jogo*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1988
- KUCINSKI, Bernardo. *A síndrome da antena parabólica – Ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998
- DINES, Alberto; VOGT Carlos e MELO, José Marques de. *A Imprensa em Questão*. São Paulo: Editora da Unicamp, 1997
- MARTINS Luiz. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/iq290820013.htm>, 17 de abril de 2005
- Jornal Estado de Minas, 7 de agosto de 2004
- Jornal Estado de Minas, 8 de agosto de 2004
- Jornal Estado de Minas, 9 de agosto de 2004
- Jornal Estado de Minas, 10 de agosto de 2004
- Jornal Estado de Minas, 11 de agosto de 2004
- Jornal Estado de Minas, 12 de agosto de 2004
- Jornal Estado de Minas, 13 de agosto de 2004

Jornal Estado de Minas, 14 de agosto de 2004

Jornal Estado de Minas, 15 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 7 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 8 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 9 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 10 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 11 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 12 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 13 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 14 de agosto de 2004

Jornal Hoje em Dia, 15 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 7 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 8 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 9 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 10 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 11 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 12 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 13 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 14 de agosto de 2004

Jornal O Tempo, 15 de agosto de 2004

Projeto do Conselho Federal de Jornalismo, apresentado pelo governo Lula dia 5 de agosto de 2004, na íntegra

Anexo

Projeto de Lei do Conselho Federal de Jornalismo

Íntegra do projeto de lei, assinado pelo presidente Lula, que foi encaminhado ao Congresso Nacional no dia 5 de agosto de 2004.

Ementa: Cria o Conselho Federal de Jornalismo-CFJ, institui o Código de Ética e altera a legislação sobre o exercício da profissão de jornalista.

Art. 1º Ficam criados o Conselho Federal de Jornalismo - CFJ e os Conselhos Regionais de Jornalismo - CRJ, autarquias dotadas de personalidade jurídica de direito público, com autonomia administrativa e financeira.

§ 1º O CFJ e os CRJ têm como atribuição orientar, disciplinar e fiscalizar o exercício da profissão de jornalista e da atividade de jornalismo, zelar pela fiel observância dos princípios de ética e disciplina da classe em todo o território nacional, bem assim pugnar pelo direito à livre informação plural e pelo aperfeiçoamento do jornalismo.

§ 2º O CFJ terá sede e foro em Brasília e jurisdição em todo o território nacional.

§ 3º Cada CRJ terá sede e foro na capital do Estado ou de um dos Estados de sua jurisdição, a critério do CFJ.

Art. 2º Compete ao CFJ:

I - zelar pela dignidade, independência, prerrogativas e valorização do jornalista;

II - representar em juízo, ou fora dele, os interesses coletivos ou individuais relativos às prerrogativas da função dos jornalistas, ressalvadas as competências privativas dos sindicatos representativos da categoria;

III - editar e alterar o seu regimento, o Código de Ética e Disciplina, as resoluções e os provimentos;

IV - estabelecer as normas e procedimentos do processo disciplinar;

V - supervisionar a fiscalização do exercício profissional em todo o território nacional;

VI - colaborar com o aperfeiçoamento dos cursos de jornalismo e comunicação social com habilitação em jornalismo;

VII - autorizar, pela maioria absoluta dos seus membros, a oneração de bens imóveis;

VIII - promover diligências, inquéritos ou verificações sobre o funcionamento dos CRJ em todo o território nacional e adotar medidas para a melhoria de sua gestão;

IX - intervir nos CRJ em que se constate violação a esta Lei ou às suas resoluções, nomeando composição provisória para o prazo que fixar;

X - cassar ou modificar, de ofício ou mediante representação, qualquer ato de órgão ou autoridade do CFJ contrário a esta Lei, ao regimento, ao Código de Ética e Disciplina ou às resoluções e provimentos, ouvida a autoridade ou órgão em causa;

XI - reexaminar, em grau de recurso, as decisões dos CRJ nos casos previstos no regimento;

XII - definir e instituir os símbolos privativos dos jornalistas;

XIII - resolver os casos omissos nesta Lei e nas demais normas pertinentes ao CFJ, assim como aqueles relativos ao exercício da profissão de jornalista e da atividade de jornalismo;

XIV - fixar e cobrar de seus inscritos as anuidades e os preços por serviços;

XV - fixar normas sobre a obrigatoriedade de indicação do jornalista responsável por material de conteúdo jornalístico publicado ou veiculado em qualquer meio de comunicação;

XVI - definir as condições para inscrição, cancelamento e suspensão da inscrição dos jornalistas, bem como para revisão dos registros existentes; e

XVII - estabelecer as condições para a criação e funcionamento das seções dos CRJ.

Parágrafo único. A intervenção de que trata o inciso IX deste artigo depende de prévia aprovação de dois terços dos membros do CFJ, garantido ao CRJ o amplo direito de defesa.

Art. 3º Compete aos CRJ:

I - editar seu regimento e resoluções;

II - criar e regulamentar o funcionamento das suas seções, nas condições estabelecidas pelo CFJ;

III - reexaminar, em grau de recurso, as decisões dos respectivos presidentes;

IV - exercer a fiscalização do exercício da profissão de jornalista e da atividade de jornalismo;

V - fiscalizar a aplicação da receita, deliberar sobre o seu balanço e as suas contas, bem como sobre os das suas seções;

VI - fixar tabelas de honorários válidas nas respectivas jurisdições;

VII - deliberar sobre os pedidos de inscrição, cancelamento e suspensão da inscrição dos jornalistas, bem como de revisão dos registros existentes;

VIII - manter cadastro atualizado de jornalistas inscritos; e

IX - emitir a carteira de jornalista, válida como prova de identidade para todos os fins legais em todo o território nacional, na qual serão efetuadas anotações relativas às atividades do portador.

Parágrafo único. Os CRJ exercerão supletivamente, nas respectivas jurisdições, as competências e funções atribuídas ao CFJ nesta Lei, nas resoluções e nos provimentos.

Art. 4º Todo jornalista, para exercício da profissão, deverá inscrever-se no CRJ da região de seu domicílio, atendendo às condições estabelecidas pela legislação.

Art. 5º No exercício da profissão, o jornalista deve pautar sua conduta pelos parâmetros definidos no Código de Ética e Disciplina, mantendo independência em qualquer circunstância.

Parágrafo único. O Código de Ética e Disciplina deverá regular também os deveres do jornalista para com a comunidade, a sua relação com os demais profissionais, o dever geral de urbanidade e, ainda, os respectivos procedimentos disciplinares, observado o disposto nesta Lei.

Art. 6º Constituem infrações disciplinares, além de outras definidas pelo Código de Ética e Disciplina:

I - transgredir seus preceitos;

II - exercer a profissão quando impedido de fazê-lo, ou facilitar, por qualquer meio, o seu exercício aos não inscritos ou impedidos;

III - solicitar ou receber de cliente qualquer favor em troca de concessões ilícitas;

IV - praticar, no exercício da atividade profissional, ato que a lei defina como crime ou contravenção;

V - deixar de cumprir, no prazo estabelecido, depois de regularmente notificado, determinação emanada pelos CFJ ou CRJ, em matéria de sua competência; e

VI - deixar de pagar aos CRJ as anuidades a que esteja obrigado.

Art. 7º As penas aplicáveis por infrações disciplinares são as seguintes:

I - advertência;

II - multa;

III - censura;

IV - suspensão do registro profissional, por até trinta dias; e

V - cassação do registro profissional.

Parágrafo único. O CFJ estabelecerá os procedimentos administrativos para aplicação das penas previstas neste artigo.

Art. 8º O poder de punir disciplinarmente os inscritos no CFJ compete, exclusivamente, ao CRJ em cuja jurisdição tenha ocorrido a infração.

Art. 9º O processo disciplinar pode ser instaurado de ofício ou mediante representação de qualquer pessoa interessada ou entidade de classe dos jornalistas.

§ 1º O processo disciplinar tramitará em sigilo, só tendo acesso às informações e documentos nele contidos as partes e seus defensores.

§ 2º Ao representado será assegurado amplo direito de defesa, podendo acompanhar o processo em todos os termos, pessoalmente ou por procurador.

§ 3º Após a defesa prévia, caso se convença do descabimento da representação, o relator deverá requerer fundamentadamente o seu indeferimento e conseqüente arquivamento ao Presidente do respectivo CRJ.

§ 4º Compete exclusivamente aos Presidentes dos CRJ a decisão de arquivamento nos termos do § 3º.

Art. 10º Caberá recurso ao CFJ de todas as decisões definitivas não unânimes proferidas pelos CRJ, ou, sendo unânimes, que contrariem esta Lei, o Código de Ética e Disciplina, decisão ou resolução do CFJ ou dos CRJ, bem como seus regimentos.

Parágrafo único. Além das partes, o Presidente do CRJ é legitimado a interpor o recurso previsto neste artigo.

Art. 11º Todos os recursos têm efeito suspensivo, exceto quando se tratar de processos relativos a eleições ou a inscrições obtidas com falsa prova.

Art. 12º Os Presidentes do CFJ e dos CRJ prestarão, anualmente, suas contas ao Tribunal de Contas da União.

§ 1º Após aprovação pelo respectivo plenário, as contas dos CRJ serão submetidas ao CFJ para homologação.

§ 2º As contas dos CRJ, devidamente homologadas, e as do CFJ serão submetidas à apreciação do Tribunal de Contas da União.

§ 3o Cabe aos Presidentes do CFJ e de cada CRJ a responsabilidade pela prestação de contas.

Art. 13º Constituem rendas dos CFJ e CRJ as doações, legados, rendimentos patrimoniais ou eventuais, taxas, anuidades, multas e outras contribuições.

Parágrafo único. Constitui título executivo extrajudicial a certidão passada pelo CRJ competente relativa a crédito previsto neste artigo.

Art. 14º Os empregados do CFJ e dos CRJ são regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho.

Art. 15º A organização, estrutura e funcionamento do CFJ e dos CRJ, bem assim as normas complementares do respectivo processo administrativo serão disciplinados em seus respectivos regimentos.

Parágrafo único. Cabe ao CFJ dirimir as questões divergentes entre os CRJ, no que respeita ao processo disciplinar, baixando normas complementares que unifiquem os procedimentos.

Art. 16º Até noventa dias após a posse da primeira composição do CFJ, a competência para a emissão da carteira de identidade profissional, prevista na Lei no 7.084, de 21 de dezembro de 1982, permanecerá com a Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais - FENAJ.

Art. 17º A primeira composição do CFJ será provisória, contando com dez jornalistas profissionais efetivos e dez suplentes, indicados pelo Conselho de Representantes da FENAJ, e tomará posse em até sessenta dias após a publicação desta Lei.

§ 1o O mandato dos conselheiros provisórios a que se refere este artigo terá a duração necessária para organizar a eleição de cinco CRJ.

§ 2o Caso o mandato provisório ultrapasse dois anos, o Conselho de Representantes da FENAJ indicará nova composição, nos moldes do caput, para ultimar a eleição dos cinco Conselhos Regionais.

Art. 18º Enquanto não instalados os CRJ, suas atribuições serão exercidas pelo CFJ.

Art. 19º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.