

V COMPOLÍTICA – Paraná/Curitiba – 08 a 10 de maio de 2013

Ética como morada do jornalismo político

Neuma Augusta Dantas e Silva

Faculdade de Comunicação Programa de Pós-Graduação
em Comunicação e Cultura Contemporâneas
Universidade Federal da Bahia – UFBA

E-mail: neumaugusta@gmail.com

Ética como morada do jornalismo político¹

JORNALISMO POLÍTICO - Neuma Augusta Dantas e Silva ²

Introdução

A preocupação com a ética sempre esteve presente no pensamento humano, confunde-se, pois, com sua própria história. Os filósofos gregos, os pensadores cristãos, modernos e os contemporâneos estudaram, falaram, ensinaram ou escreveram, e ainda o fazem, a respeito do tema.

Graças aos incontáveis debates sobre o assunto, a última década do século passado foi considerada a década da ética, principalmente pelos profissionais ligados aos meios de comunicação de massa. Nos últimos quinze anos, sobretudo, os jornalistas buscaram descobrir a verdade, denunciar o lado opaco, a corrupção política, econômica; os desvios financeiros e os escândalos envolvendo os agentes públicos (MATTOS, 2009, p. 245-246).

Faz-se necessário dissertar, de início, um pouco sobre o uso das denominações ética e moral, ainda hoje empregadas, muitas vezes, como sinônimos. Etimologicamente ética (*ethike*), a partir de Aristóteles, qualifica um tipo de saber. O termo grego, segundo Lima Vaz (1999), vem do grego *ethos* com duas grafias distintas (*ethos* e *éthos*) para explicar o mesmo sentido: “modo de ser”, “caráter”, “uso” ou “forma de conduzir-se”. *Ethos* (*eta* inicial) significa os usos e costumes de um grupo. *Éthos* (com *épsilon*) pode ser entendido como a constância do comportamento, “a realidade histórico-social dos costumes” (LIMA VAZ, 1999, p. 13).

¹ Texto apresentado ao Grupo de Trabalho Jornalismo Político (GT8) do V Encontro Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, V Congresso da Compolítica, na Universidade Federal do Paraná, Curitiba, de 08 a 10 de maio de 2013. O texto encontra-se expandido na dissertação de mestrado da autora intitulada *O Jornalismo político sob o aspecto ético: o escândalo do senado, de 2009, nas revistas Carta Capital e Veja*. UFBA/2012.

² Graduada em Letras Vernáculas e Comunicação Social-Jornalismo. Mestre em Comunicação e Política pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Pesquisadora do Grupo de Estudos de Comunicação, Política e Redes Digitais-CP-Redes, UFBA. E-mail: neumaugusta@gmail.com.

Prevaleceu o significado original do grego que denota a moradia, a morada habitual de alguém ou abrigo dos animais, que passou a designar a maneira de ser habitual, o caráter, a disposição da alma. Praticamente com o mesmo significado, em latim, “costume” corresponde a *mos, mores, moralis* originando a palavra moral e que corresponde ao grego *ethos*. Tanto para *ethos* ou *mos*, (caráter e costume) designam o mesmo objeto – costume – seja social ou hábito individual legitimado pela sociedade (LIMA VAZ, 1999, p. 13-14).

Em verdade, na contemporaneidade, as palavras são usadas indiscriminadamente, mas elas têm definições diferentes.

Moral conjunto de regras de conduta, ou hábitos julgados válidos para uma sociedade num determinado momento histórico. **Ética** é o produto do acordo entre a consciência e os preceitos morais consagrados. **Moral** se associa a regras que nos são impostas de fora para dentro, valores que aceitamos por terem sido padronizados pela sociedade a que pertencemos. Ao contrário, **ética** significa reflexão sobre esses valores o que nos leva à possibilidade de estabelecermos juízos e opções pessoais. Percorre, portanto, um caminho inverso, ou seja, de dentro para fora. Se a **moral** apresenta valores acabados, a **ética** convive com uma permanente elaboração subjetiva (SIQUEIRA; EISELE, 2000 apud GARCIA, 2008, p. 27, grifos do autor).

A ética influencia a moral no estudo do comportamento humano. O direito à informação e à liberdade de expressão, preceitos constitucionais, “são princípios éticos que devem nortear todas as leis reguladoras dos costumes na informação” (CHAPARRO, 2007, p. 36). A moral individual está aí representada, no caso dos jornalistas, conforme o autor acima, exemplificada pelo Código de Ética, mais que um código moral comportamental, do que de ética.

Através dos meios de comunicação a população brasileira tem tomado conhecimento de desvios éticos, descomposturas ou improbidades políticas e administrativas na vida pública. O desvelamento de transgressões ocorridas no proscênio do Congresso Nacional, graças às ações vigilantes dos *media*, tem ocupado as páginas, telas ou microfones do jornalismo político brasileiro transformando tais explosões em escândalos nacionais.

1. Democracia, ética e opinião pública

O respeito à liberdade de imprensa, de expressão, respeito à alteridade, à verdade; a autonomia e a transparência das ações governamentais fazem parte do

contexto democrático e jornalístico. Com a prerrogativa que a mídia tem de fiscalizar as atividades do poder governamental e seus representantes, os jornalistas podem apontar e responsabilizá-los pelos desvios, cumprindo os princípios éticos, se auxiliadas por outras instâncias que compõem o aparelho do Estado, partidos de oposição, conselhos de ética, comissões parlamentares de inquérito, Ministério Público, Defensoria Pública, o Poder Judiciário, a Polícia Federal, tribunais de contas e as corregedorias (SILVA, 2008).

Apesar da prerrogativa que tem a imprensa de vigiar o poder, a missão não é franqueada a todos os profissionais. Medina (1988) defende alguns traços fundamentais para o perfil de um produtor de informação na democracia, entre eles a ética profissional, capacidades técnicas para investigar a realidade presente e imediata, capacidade de relação com a realidade social, capacidade técnica e artística no domínio da linguagem, acúmulo de informações e vivências a serviço do enriquecimento profissional.

O produtor de informações, como qualquer cidadão ator político, também está submetido ao pensamento aristotélico de que a ética está subordinada à política, o bem individual condicionado ao bem geral. Aristóteles pensava a política em duas esferas: a ética como ação individual; a política, uma ação em sociedade. Para o filósofo, assegurar o bem de uma nação ou estado é uma realização maior que cuidar do indivíduo. Seu pensar aponta que o bem absoluto é autossuficiente. “Por autossuficiente não entendemos aquilo que é suficiente para um homem isolado, para alguém que vive uma vida solitária, mas também aos pais, os filhos, a esposa e em geral para os seus amigos e concidadãos, já que o homem é um animal político” (ARISTOTELES, 2007, p. 26).³

Centralizar a questão da política e da ética no bem comum também foi a ideia de Jean-Jacques Rousseau (2006) quando explicou a democracia no seu *Contrato Social* escrito em 1757, ainda atual. Alerta sobre o perigo da influência dos interesses privados nos negócios públicos, pondera que é um mal menor o abuso das leis pelo governo do que a corrupção do legislador, resultado infalível dos alvos particulares.

Adepto da democracia direta, Rousseau (2006, p. 67) não acreditava na verdadeira democracia. Afirma que nunca existiu e talvez nunca existirá. “É contra a

³ Complemento da referência: 1097b-10.

ordem natural que um grande número governe e seja o pequeno governado”. Pensa dessa maneira visto a reunião de condições,⁴ instituídas por ele mesmo, para concretizar tal governo, principalmente pela dificuldade de agrupá-las. Em suma, para o suíço, o sonho democrático passa longe da imperfeição humana, “se houvesse um povo de deuses, seria governado democraticamente, mas aos homens não convém tão perfeito governo” (ROUSSEAU, 2006, p. 68).

Na democracia direta o termo democracia significa o poder (*krátos*), do povo (*démos*) porque o povo decide suas próprias questões; hoje, o poder é dado aos representantes do *démos*, na chamada democracia representativa. *Démos* é um radical grego entendido como “comunidade dos cidadãos”. Conforme descrição de Bobbio (2000a), a democracia como poder dos mais, dos muitos, do povo, da massa, dos pobres, dos ricos é definida de várias maneiras. O ponto nuclear, no entanto, é a igualdade de natureza baseada na ética cristã que dita serem todos filhos de Deus; trata-se da isogonía, que considera todos os indivíduos dignos de governar, portanto, o fundamento ideal da democracia.

A ideia da irmandade humana leva à corrente ética do Consequencialismo e sua versão mais familiar, o Utilitarismo. Fundada por Jeremy Bentham (1748-1832), a doutrina prega que uma ação só pode ser julgada boa ou má se forem consideradas suas consequências, boas ou más, para a felicidade de todos os envolvidos.

O deontologismo processual ou moderado é representado por nomes como John Rawls e Jurgen Habermas cujas teses contrariam o utilitarismo. A Teoria da Justiça moderna de Rawls traz os princípios da igualdade e da desigualdade. O primeiro defende os direitos humanos de participação política, de opinião, de consciência, religião etc.; o segundo refere-se à distribuição de bens, à repartição dos encargos públicos, dos deveres e vantagens sociais. As desigualdades são aceitas desde que beneficiem os mais desfavorecidos socialmente ou que tenham iguais oportunidades de acesso aos cargos públicos. Os critérios de ingresso são os da aptidão, formação e competência comprovadas por concurso público (RAWLS apud PEGORARO, 2008, p.126).

⁴ São elas: um Estado bem pequeno onde seja fácil reunir o povo e que todos se conheçam; grande simplicidade dos costumes; muita igualdade nas classes e nas fortunas e pouco ou nenhum luxo (ROUSSEAU, 2006, p. 67).

A ideia de consenso também foi contemplada por Habermas (2003) apresentando o Princípio de Universalização (U) como regra de argumentação moral. Afirma que as normas só serão válidas enquanto aceitas por todos os concernidos. Defende um princípio que força “cada um”, a adotar, na ponderação dos interesses, a perspectiva de “todos os outros”. Prenuncia que,

Toda norma válida deve satisfazer a condição que as consequências e efeitos colaterais, que (previsivelmente) resultarem para a satisfação dos interesses de *cada* um dos indivíduos do fato de ser ela *universalmente* seguida, possam ser aceitos por *todos* os concernidos (e preferidos a todas as consequências das possibilidades alternativas e conhecidas de regramento) (HABERMAS, 2003, p. 86, grifos do autor).

O filósofo introduz, através da ética do Discurso (D), o princípio validador das normas: “São válidas as normas de ação às quais todos os possíveis atingidos poderiam dar o seu assentimento, na qualidade de participantes de discursos racionais”⁵ (HABERMAS 1997, p. 142). Admite em particular, que a validade de uma regra existe apenas, quando todos os participantes do discurso prático chegam a um acordo.

Habermas entende a formação da opinião pública pela comunicação crítica enquanto condição para a opinião rigorosamente pública, o que só se dá com a participação de pessoas privadas nos processos formais de comunicação (HABERMAS, 2003, p. 287). Ou seja, para ser admitida como pública são necessárias vozes de diferentes públicos ou não concentrará “o juízo de valor formulados pelo povo” a respeito de um determinado fato (MELO, 1971, p. 51).

Hall e colaboradores (1993, p. 234) expressam-se sobre o papel geral dos *media* na formação da opinião pública. Para eles, onde a maioria da população não tem acesso direto nem poder sobre as decisões centrais que afetam suas vidas, onde a política oficial e opinião estão concentradas e a opinião popular está dispersa, os *media* desempenham uma função: a “ligação e mediação crítica na formação da opinião pública e na orquestração dessa opinião com as ações e perspectivas dos poderosos”.

Os meios de comunicação podem até não centralizar a opinião pública, mas é parte desse processo comunicativo, desde que a opinião centralizada existe como uma

⁵ E explica que por “normas de ação” entendem-se expectativas de comportamento generalizadas temporal, social e objetivamente. Por “atingido” é todo aquele cujos interesses serão afetados pelas prováveis consequências provocadas pela regulamentação de uma prática geral através de normas. “Discurso racional” envolve movimento livre de temas, contribuições e informações relacionados com temas morais, ético-políticos e pragmáticos (HABERMAS, 1997, p. 142).

decorrência da liberdade de expressão e pensamento dos indivíduos. O direito fundamental do cidadão à informação, que abrange o direito de acesso às notícias de interesse público, facilitado pelos jornalistas, é protagonizado pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros logo no Capítulo I, artigo 1º (FENAJ, 2007). Não cabe a esse profissional, conforme a deontologia jornalística, impedir que o indivíduo tenha conhecimento das informações por nenhum tipo de interesse (Art. 2º).

Para que haja opinião pública, é necessário, no entendimento de Bryce (1895 apud MELO, 1971), que os indivíduos de uma sociedade tenham acesso livre e total às informações, só assim poderão formular opiniões autoconscientes. Se o povo não discorda dos atos dos governantes, se não tem essa consciência, não existe a opinião pública, e sim, a “opinião da elite dominante” (BRYCE, 1895 apud MELO, 1971, p. 53-54).

O jornalista percebido como um produtor de opinião pública é o pensamento de Branco (ca.⁶ 2008). Há um constante debate dos *mass media* que inclui discussões desde a função dos órgãos de comunicação, o conteúdo das mensagens veiculadas, ideologia, efeitos e o papel dos jornalistas. A relação entre esses e o público é caracterizada por um acordo comunicativo e a confiança resultante do fato de que a construção de realidades coletivas importantes deva ser construída pelos mesmos jornalistas. Daí, o autor desenha a arquitetura entre o jornalismo, seu compromisso com a formação da opinião pública e a ética,

A valorização do papel protagonista dos jornalistas no sistema social cruza-se, por vezes, com os novos entendimentos desenvolvidos pela investigação em comunicação do conceito de opinião pública. De sublinhar que, no campo político, os meios de comunicação de massa e os jornalistas não se limitam a transmitir a política nem a convertê-la de forma mais perceptível, não detêm um papel meramente mediador entre o sistema social e o sistema político, mas definidor. É a partir deste quadro conceptual que os jornalistas devem ser considerados como produtores de opinião pública. [...] A ética deve estar presente em tudo que o jornalista faça (BRANCO, ca. 2008, p. 86).

A opinião pública, para Maia (1971) é um “fenômeno dialético” resultante do choque entre opiniões divergentes; uma delas vai atrair as atenções da maioria dos indivíduos. Aí entram os veículos de comunicação de massa, com seu teor ideológico, agindo sobre as opiniões, regulando as formas de agir e pensar das sociedades.

⁶ A abreviatura “ca”, de acordo com as normas da ABNT, significa “data aproximada”.

A mesma interseção entre democracia, ética e sociedade é concernida pela economia política da comunicação, a qual atenta para os valores que ajudam a criar um comportamento social, “[...] é conhecida por seu compromisso com a filosofia moral”⁷ (MOSCO, 2009, p. 4, tradução nossa).

Em apreciação à diversidade de posições morais envolvidas na economia política voltada à comunicação, Vincent Mosco (2009) enaltece seu papel democrático, afirmando que a economia política contemporânea envolve uma variedade de posições morais, mas em geral, tende a favorecer o valor de estender a democracia a todos os aspectos da vida social.

2. Ética como morada do jornalismo

Explicita-se com merecida ênfase o esteio ético nas práticas jornalísticas. São acentuados os valores pertinentes a essa profissão como características de uma função social e do direito à informação. Chaparro (2007, p. 16) lembra os novos papéis que o mundo solicita dos jornalistas: papéis de “[...] narrador crítico, confiável, independente, radicalmente honesto e comprometido com projeto ético da sociedade”. Contudo, o papel ético não é devido só ao jornalista, mas às empresas, aos receptores e à própria sociedade, daí a necessidade de debater o tema em conjunto.

Parodiando Martin Heidegger (2008, p. 326) ao dizer que “a linguagem é a morada do ser”, pode-se afirmar também que a ética é a morada do jornalismo. O imperativo do direito pleno à informação está disposto na Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948)⁸ na Constituição Brasileira⁹ e no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.¹⁰

O citado direito gera a ética que deve reger os jornalistas, as empresas de comunicação e seus vínculos com as fontes, o público e o poder. Quando o poder

⁷ “The Political Economy is noted for its commitment to moral philosophy.”

⁸ Diz em seu Art. XIX: “Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (ONU, 2000).

⁹ Título II, Capítulo I, Art.5, inciso XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (BRASIL, 1988).

¹⁰ Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação (FENAJ, 2007).

subtrai ao cidadão a informação devida, corrói as bases do exercício do jornalismo ético e corrompe a sociedade. As faltas éticas que vitimam a sociedade são causadas em maior número pelas empresas; são, portanto, institucionais e não desvios pessoais (BUCCI, 2000, p. 32).

A ética na imprensa, na visão de Bucci (2000), é um demarcador de limites para o pragmatismo ilimitado concernente ao mundo empresarial. Ele alerta que, enfrentar a discussão ética é aceitar a possibilidade, ainda que numa perspectiva mais ou menos utópica, de buscar mecanismos que protejam valores coletivamente eleitos contra um regime do não-valor moral.

O contrário dessa proposta seria o vale-tudo generalizado, o que, aliás, ajuda a esconder o fato de que o ambiente de ausência de parâmetros éticos que orientem as empresas de comunicação “é uma situação social – não restrita, portanto, a um segmento profissional. [...] O problema ético é um problema estrutural e sistêmico” (BUCCI, 2000, p. 32-35). Diante dessa situação, o excluído e interessado na discussão ética é o cidadão beneficiado ou vítima do jornalismo.

Bucci (2000, p. 38) declara que os profissionais da imprensa não apreciam debater o assunto da ética: compreende que para eles, significa discutir generalidades, pode ser uma armadilha do inimigo da liberdade de expressão ou motivo para melindrar o chefe. O incômodo de discutir o tema nas redações, interpretado pelo autor, como um traço atávico, pode ser compreendido pelos caracteres nacionais. A atitude é coerente com a tradição da cultura política brasileira:¹¹

Esta não prima por valores universais como os direitos humanos nem cultiva critérios impessoais e objetivos na vida profissional e na vida política. Entre nós, os direitos humanos ainda são novidade, o clientelismo ainda é corriqueiro, e a palavra *ética*, quando aparece, surge mais na condição de adjetivo do que em sua dimensão substantiva (BUCCI, 2000, p. 39).

O gosto morno de discutir a ética no mundo midiático, fato refletido nos manuais de algumas publicações, provoca a dúvida se não seria procedente afinal, os desvios podem causar algum constrangimento no meio acadêmico, não no mercado. A

¹¹ Conforme GOHN apud BROTO (2009, p.10) “falar de cultura política é tratar do comportamento de indivíduos nas ações coletivas, os conhecimentos que os indivíduos têm de si próprio e de seu contexto”.

julgar por Chaparro (2007, p. 124-125), existem dois discursos: “o da fisionomia institucional, configurado nos manuais e na metalinguagem de cada veículo”; e o discurso-produto que resulta da prática desenvolvida no contexto complexo das relações sociais, culturais, políticas e econômicas, “de múltiplos intervenientes e conflitantes interesses”, e do quais jornalistas e editores fazem parte. Daí, o autor entender que “[...] o jornalismo brasileiro atravessa uma grave crise moral que se reflete nas ações jornalísticas”.

Lins da Silva entra neste debate através de Chaparro (2007) para explicar a relativa ausência das discussões sobre ética na imprensa brasileira. Lins atribui o desprezo a uma arrogância histórica, exacerbada durante a Ditadura Militar (1964-1984), que leva os jornalistas a rechaçar observações críticas sobre seu desempenho sob a alegação de censura e repressão.

Diante do exposto questiona-se como deveria atuar um profissional das notícias. Restrepo (2010) apresenta não como receituário, apenas sugere um decálogo com importantes características que devem ter o jornalista ético na sua atividade laboral, orientado pelo interesse e bem-estar públicos:

Decálogo sobre a Ética e o Periodismo¹²: 1) Não trabalhar sem receber o devido salário; 2) não ser idiotas úteis; 3) que se imponha a lógica do serviço; 4) fazer uso correto da linguagem; 5) não permitir o sequestro da linguagem¹³; 6) não alimentar o medo; 7) trabalhar unidos; 8) - conter a fome de escândalo; 9) ter agenda própria; 10) o jornalismo tem que passar pelo intelecto (SALAZAR, 2010).

O papel do jornalismo e do jornalista diante do Estado e da democracia, seus deveres enquanto cidadão, os quais devem refletir-se na profissão, é o papel de qualquer cidadão. Assim pensa Cláudio Abramo (1988) quando discorda de que o jornalista deva ter uma ética específica.

¹² Decálogo sobre la ética y el periodismo.1) No regalar el trabajo; 2) no ser idiotas útiles; 3) que se imponga la lógica del servicio; 4) hacer un uso correcto del lenguaje; 5) No permitir el secuestro del lenguaje; 6) no alimentar el miedo; 7) trabajar unidos; 8) contener el hambre de escândalo; 9) tener agenda propia; 10) el periodismo debe pasar por la inteligéncia.

¹³ Em tempos de violência há um sequestro das palavras, e se os meios o permitem, servem à lógica perversa dos criminosos. Restrepo exemplifica: ‘Quando se chama execução de assassinato dá-se-lhe legitimidade e remove a acusação criminal dos envolvidos’.

3. Mais que uma ética do cidadão

Abramo (1988) retoma certos valores morais básicos como a estima da palavra dada, o respeito ao próximo, não roubar ou mentir, itens mandatários que permeiam a honra cidadã, por isso argumentos gerais balizadores da conduta humana. De maneira direta, iguala os cidadãos de qualquer profissão no que diz respeito aos preceitos éticos. Vaticina que a ética do jornalista é a mesma do cidadão; em oposição, compreende que em relação às empresas de comunicação, existe, sim, a ética do dono.

Jornalista que é, não vê diferença entre sua conduta e a de um marceneiro. Trata a ética jornalística como um mito que precisa ser desfeito: o jornalista não tem ética própria “[...] o que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista” (ABRAMO, 1988, p. 109).

Tal afirmação encontra eco entre os padrões e de forma institucional, por exemplo, citado por Karam (2004), na decisão da juíza federal, Carla Rister, que em 2002,¹⁴ deliberou pela não obrigatoriedade da formação universitária para exercício do jornalismo, sentença depois derrubada. A juíza alega que os requisitos de ordem ética ou moral, argumentados no processo, são pressupostos em qualquer profissão, portanto, não são legitimadores da exigência de diploma.

Tal qual Abramo (1988), Rister aplicou o princípio da generalização, quando declara, não sem razão em certo sentido, que tanto a honestidade quanto a ética são atributos adquiridos não apenas durante um curso universitário, mas “[...] compõem o núcleo de personalidade e de caráter do indivíduo”, formado durante toda a vida, pelo exercício da atividade acadêmica, profissional propriamente dito, pela convivência familiar e até mesmo pelas demais formas de convivência em sociedade (CONJUR¹⁵, 2003, p. 7).

A sentença corrobora aspectos individuais em formação desde a infância, convívio na comunidade e o aprendizado acadêmico os quais formarão o caráter, esse indissociável dos atos sociais e históricos como o exercício de uma profissão. Menciona

¹⁴ Processo N° 2001.61.00.025946-3, Ação Civil Pública. Autor: Ministério Público Federal e Sindicato das Empresas de Radio e Televisão no Estado de São Paulo. Réu: União Federal, Federação Nacional dos Jornalistas e Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo. 16ª Vara Cível de São Paulo. Juíza Federal Substituta: Dra. Carla Abrantkoski Rister. São Paulo, 18 de Dezembro de 2002.

¹⁵ Revista Consultor Jurídico - CONJUR (http://www.conjur.com.br/2003-jan-10/nao_preciso_diploma_jornalista_brasil?pagina=7).

uma ética privada, que não pode ser descartada por qualquer trabalhador no seu agir diário, porém o que estava em jogo era uma decisão de ordem pública no âmbito profissional.

A generalização deontológica em favor de uma ética única do cidadão advogada por Abramo, assim como os argumentos da juíza têm provocado manifestações de desagrado e contendas entre estudiosos que analisam a natureza ética na prática jornalística.

Gentile (2001, p. 2), por exemplo, discorda da igualdade imposta, entendendo que se trata de desconhecimento ou ignorância citar Abramo, já que “a Publicidade e as Relações Públicas – ao contrário do Jornalismo – se incorporam à ética do cidadão”. Essa certamente é a mesma para todos, mas no que pertence às profissões do tronco das comunicações, cada uma tem sua própria deontologia voltada para as funções e/ou os papéis profissionais.

Por sua vez, o pesquisador Francisco Karam (2004) considera as observações descontextualizadas, as quais auxiliam menos e prestam mais um desserviço ao jornalismo. Ressalta o autor que toda referência sobre ética, comunicação e jornalismo é, sempre, humana; sendo assim, a perspectiva possível será situar os temas no próprio âmbito da história. Mattos (2009), em contrapartida, fica mais ao lado do pensamento de Abramo, acredita na igualdade ética para todos apesar das particularidades de cada ofício. Admite que a integridade seja a base fundamental da credibilidade de todo profissional independente do campo de atuação.

Quando se defende caminhos ou condutas humanas exercita-se o debate de valores. Como é do conhecimento geral, o papel ético, repetindo, é devido não ao jornalista isolado, mas às categorias sociais diversas, cada um com sua ética e demandas próprias. Torna-se difícil a compreensão de se reivindicar uma ética única, considerando-se que a sociedade é multifacetada, complexa, com vários grupos e interesses. Cada segmento, pois, tem sua moral e exerce sua política de forma diferente e divergente.

Naturalmente que esses valores morais e éticos mudam através dos tempos, tais princípios de conduta ligados a uma determinada sociedade, vivem certo momento histórico e atendem às necessidades de um grupo social naquele período. Atos que foram considerados imorais ou antiéticos no passado hoje são normalmente valorados, o

que se constitui numa diacronia,¹⁶ num processo histórico. Habermas (2003, p. 135) destaca a propósito da universalização de normas aceitas por todos, afirma que um sociólogo ou historiador descreve as regras morais como “específicas de cada época e cultura que valham como tais aos olhos de quem pertencem à época e cultura em questão”. Entretanto, considera que há normas morais que são certamente universalizáveis, que não variam segundo os espaços sociais e os tempos históricos.

Os valores éticos, principalmente aqueles voltados às profissões, despertam algumas curiosidades como indagar quem os constrói, afirma e define; seriam os sujeitos que fazem a vida, a história, e onde estão eles?, questiona Karam (2004). “No indivíduo, no governo, no Estado, nas culturas, nas religiões, nas etnias, no intercâmbio entre tudo isso?” (KARAM, 2004, p. 124). Poderiam ser valores/procedimentos transformados em patrimônio da humanidade, responde, aqueles que constituem a história de cada atividade laboral ou comunidade, e não de algum grupo específico ou alguém.

Para o autor, as profissões são construções históricas humanas e uma luta política de afirmação de valores morais específicos a cada profissão. Sempre em defesa da existência de uma ética jornalística e considerando que sua reflexão clarifica o comportamento prático diário, o autor acredita que

O exercício ético das profissões está vinculado às situações morais que enfrenta e às escolhas que necessita fazer a partir da relevância social da área; a partir de uma teoria de determinada atividade; a partir da história de tal área – para afirmá-la, negá-la ou redimensioná-la. A especificidade é fundamental (KARAM, 2004, p. 128).

A existência de um código de ética na área faz com que o processo de informação jornalística, complementa o autor, se aproxime do processo da ação política - com P maiúsculo, do gesto cotidiano à representação parlamentar e ao interior do exercício das profissões. Compreende a luta ética também como uma luta política em virtude do “[...] esforço de superar as fronteiras de ordem política, econômica, financeira e mercadológica a serem removidos, e não a ética que os tensiona” (KARAM, 2004, p. 129).

¹⁶ O termo aqui usado não se refere aos fenômenos linguísticos como indica o significado original do vocábulo. Quer pontuar a “evolução” dos valores através dos tempos, o que de certa forma assemelha-se a dinamicidade da língua que segue as mudanças sociais.

Essas fronteiras de ordem econômica, sobretudo são apreciadas pela Economia Política da Comunicação (EPC). A propósito do assunto, Serra (2007) atenta para tais estudos associados ao Jornalismo, trata-se de uma linha de análise ou orientação metodológica para pesquisas nesse campo. Conforme Serra (2007, p. 68) a opção de pesquisa “caracteriza-se por focalizar fatores estruturais e processos de trabalho na produção, distribuição e consumo da comunicação”.

McChesney (2000 apud SERRA, 2007) resume a corrente em duas dimensões, uma delas volta-se para o estudo da relação entre a mídia e os sistemas de comunicação; a outra analisa como a propriedade, as formas de financiamento e as políticas governamentais podem influenciar o comportamento e o conteúdo da mídia. A produção de notícias é explicada pela EPC pela sua relação com a estrutura de poder na sociedade capitalista. Daí a importância da audiência.

Tais estudos consideram que nos meios de comunicação estão contidas as extensões políticas, culturais e a lógica econômica. Essa lógica considera livros, discos, cinema, TV ou publicações jornalísticas etc. como “indústrias culturais” com foco no lucro. Serra (2007, p. 69) apresenta o canadense Smythe, o pioneiro que, na década de 1950, já acreditava que “[...] o principal produto dos meios de comunicação de massa comerciais era o poder da audiência”.

A vertente da economia política crítica é detalhada por Serra (2007) através das pesquisas de Golding e Murdock (2000). Eles assinalam que os sistemas de comunicação públicos também são “indústrias culturais” e como “sua organização econômica gera efeitos na produção e circulação de sentidos” (GOLDING; MURDOCK, 2000 apud SERRA, 2007, p. 72). Os mesmos estudiosos desta vertente reconhecem que a produção midiática também depende dos profissionais que “[...] trabalham em um contexto influenciados por códigos e ideologias profissionais” (SERRA, 2007, p. 74). Daí pergunta: até que ponto os jornalistas podem exercer a autonomia profissional diante dos condicionamentos da estrutura econômica?

Como resposta, os autores ingleses deduzem a necessidade de examinar o direcionamento das verbas publicitárias e estudar o trabalho dos jornalistas, das fontes e contexto do mercado para avaliar as consequências desses padrões na “[...] atividade de coleta e processamento das notícias, recrutamento dos jornalistas e ideologia profissional” (SERRA, 2007, p. 74).

A economia política instrumentalista é outro modelo da EPC, este moldado pela propaganda. Para Noam Chomsky e Edward Herman (1979), os pesquisadores que propuseram o modelo de análise da mídia, as notícias (“propaganda” que sustenta o sistema capitalista) passam por cinco filtros principais: a propriedade privada que visa o lucro, o poder dos anunciantes, as fontes de elite, a pressão do Estado e o anticomunismo como ideologia dominante. A perspectiva permitiria, ainda segundo Serra (2007), que discute os autores americanos, aos interesses dominantes passar suas mensagens ao público, através da mídia, marginalizando as visões diferentes.

A versão de esquerda da teoria instrumentalista ou teoria da ação política jornalística é descrita por Traquina (2005, p. 164), a partir da existência de um “diretório dirigente da classe capitalista que dita aos diretores e jornalistas o que sai nos jornais”. O autor português critica a visão determinista do campo jornalístico, no modelo proposto por Chomsky e Herman, em que os profissionais ou “colaboram na utilização instrumentalista dos media noticiosos ou são totalmente submissos aos desígnios dos interesses dos proprietários” (TRAQUINA, 2005, p. 167). Eles foram considerados teóricos da conspiração.

Mais constrangimentos a que são submetidos os profissionais nas redações são analisados por Javier Restrepo¹⁷ como elementos impedidores à concretização de uma ética jornalística, considerando-a função idealizadora. Presente no Congresso Extraordinário para atualização do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), o jornalista colombiano pautou sua apresentação sobre o jornalismo e a utopia ética. Sabedor do problema em toda a América Latina reconhece que um jornalista com baixos salários encontra-se à beira do suborno para sobreviver, e obrigado ao heroísmo diário. E mais, quando o meio é conduzido por políticos, por candidatos em campanha ou por ativistas políticos que transformam a informação em propaganda ou então quando o jornalista se propõe a fiscalizar os atos de um governo que sustenta financeiramente seu meio através da publicidade oficial, em ambos os casos não há escolha possível, a ética aparece como uma utopia¹⁸ (RESTREPO, 2007).

¹⁷ Javier Darío Restrepo é Diretor do Consultorio Ético, coluna do sítio Fundación Nuevo Periodismo Ibero Americano (FNPI), uma organização criada, em 1994, pelo escritor e jornalista colombiano Gabriel García Márquez (<http://www.nuevoperiodismo.org/>).

¹⁸ Utopia é um vocábulo que devemos a Tomas Morus (1478-1535) que uniu duas palavras gregas para significar o lugar que não existe ou não existe porque deve ser construído (RESTREPO, 2007).

O especialista em ética na mídia dissecou certas dificuldades na produção de notícias ao ponderar que a ética se distancia mais ainda quando o dever da verdade para com os leitores expõe e põe em questão a publicidade comercial que mantém os veículos:

A publicidade é o reino das meias verdades onde as bondades de produtos, instituições ou pessoas se magnificam, e suas fraquezas ou defeitos se disfarçam. O jornalismo, ao contrário, é ou deve ser o reino das verdades completas. Quando em nome dessa verdade e dos direitos do leitor, o meio ou o jornalista devem optar pela verdade-serviço ou pela meia verdade publicitária que paga ao meio, o mandato ético que privilegia como dever à verdade completa soa como utopia (RESTREPO, 2007, p. 2).

São apresentadas outras tantas dificuldades na batalha entre a fantasia e a realidade no cotidiano das redações que o autor esboça sempre com o mesmo mote final. O *deadline* não permite muitas vezes confrontar várias fontes. A “cara amável e dignificada da ética” nas conferências e manuais difere brutalmente daquela vista na resposta dos envolvidos após a publicação de atos corruptos. A voz delicada da ética é abafada pelo tom imperativo da ameaça: ou se cala ou morre. Aí se descobre que a ética é uma utopia (RESTREPO, 2007).

Seguem outros exemplos reais, que de acordo com o jornalista, são situações adversas para quem quer exercer um jornalismo ético: as fontes que mentem, os editores-ditadores que não enxergam além de suas ordens, colegas de trabalho que ruminam suas inseguranças e frustrações, instrumentos de trabalho desestimulantes e um ambiente rotineiro e adverso a qualquer iniciativa de mudança ou de superação. Colocadas algumas das verdades, conclui-se angustiadamente, que o “constante chamado à excelência pela via da autocrítica e do melhor serviço ao leitor”, ecoa como uma voz estranha, e exótica, nesse ambiente onde a ética aparece como uma utopia (RESTREPO, 2007).

As teorias jornalísticas vão corroborar o discurso de Restrepo, diagnosticando o ambiente organizacional onde as condições de produção das notícias acontecem e podem determinar ou influenciar os profissionais midiáticos na demarcação dos limites no uso da liberdade de expressão e no atendimento aos ditames deontológicos da área jornalística.

4. Critérios, categorias e atributos

Seguindo os caminhos metodológicos, foram escolhidas as categorias de análise a partir dos enquadramentos mais enfatizados na leitura temática das reportagens sobre as questões éticas nas publicações pesquisadas sobre o *escândalo dos atos secretos*. Optou-se por formar tais categorias como questões nucleares: investigam o julgamento dos desvios éticos de agentes envolvidos; as causas, consequências e as contribuições apresentadas pelos jornalistas, agentes políticos, especialistas e leitores para diminuir o impacto da crise.

Para ajudar na medição de conceitos na análise de conteúdo fez-se necessário estabelecer atributos do que se quer aferir. Escolhemos medir o conteúdo crítico dedicado aos *frames* pelos atributos favorável/desfavorável, concernente aos partidos, à cultura política, aos senadores, aos ex-diretores, ao senador José Sarney e ao presidente Lula no âmbito das categorias. Procedeu-se também a uma comparação das narrativas sobre os acontecimentos – analisando a polarização referente à acusação ou atenuação aos mesmos envolvidos pelos equívocos cometidos, então publicadas pelos jornalistas das revistas *Carta Capital* e *Veja*.

No que concerne às respostas para as questões propostas para a análise das categorias e seus atributos dos enquadramentos à primeira delas, os desvios éticos, aponta, de maneira abrangente, para uma forma de julgar os envolvidos voltada a enquadramentos negativos. Os itens aparecem sob a rubrica do descrédito no país e pessimismo relativo a melhorias das práticas professadas. Práticas essas que não se revelam novas em nossa história.

A *Veja*¹⁹ exibe reportagem de seis páginas escrita por Otávio Cabral, Alexandre Oltramari e Diego Escosteguy, e traz um infográfico explicativo dos benefícios concedidos ao Senado na vida da “Brasilha” da fantasia.²⁰ O título dado é *A farra é deles. A conta é nossa. O Senado foi dominado por uma máquina que trabalha continuamente para burlar as leis em benefício próprio. O resultado é uma estrutura perdulária e improdutiva.*

¹⁹ Edição n. 2106, de 01 de abril de 2009.

²⁰ Os dados mostram como funciona o reembolso médico, horas extras, farra das gratificações, comissões e conselhos, 15 salários, quintos, falta de transparência e controle.

O *frame* dominante é de cariz ético e moral, a malversação de recursos da União, temática do julgamento de desvios éticos. O jornalismo político desfralda as mazelas administrativas de Brasília revelando que a parte mais nobre do Parlamento funciona como “um sultanato onde se podem infringir leis, desde que em benefício dos senadores e funcionários”. [...] “Sem fiscalização e funcionando de maneira autônoma, o Senado é administrado como se fosse uma confraria – uma confraria com o meu, o seu, o nosso dinheiro” (p. 57).

Na segunda categoria, as causas foram enquadradas sob o signo histórico, modeladas de acordo com nossas condutas socioculturais e políticas herdadas dos colonizadores portugueses.

Na publicação da *Carta Capital* ²¹ sob o título *Casa-grande e senzala sempre*, Mino Carta ressalta o *frame* de conteúdo histórico nacional, refere-se a “crise específica, de nítida marca brasileira,” vinculando a situação às qualidades históricas do país. Interpreta o descrédito moral que transcende o Congresso como resultante de “uma inesgotável trajetória de predações variadas e crescentes”(p.18).

A citação abaixo justifica as práticas políticas e sociais obsoletas em território brasileiro, as quais adoecem a democracia: [...] *o Brasil continua atado à cultura da escravidão, a da casa-grande e da senzala. A prepotência, a desfaçatez, a empáfia dos predadores baseiam-se na certeza da impunidade e na resignação popular* (CARTA CAPITAL, 2009, p. 18).

Buscou-se saber também de que maneira os jornalistas que cobriram o escândalo político do Senado selecionaram as consequências da crise senatorial de 2009. O repórter investigativo, Leandro Fortes, ²² traz uma narração das mais contundentes e reveladoras em termos das consequências do escândalo, expondo as vísceras do Parlamento,

Para o cidadão comum, bombardeado pelos noticiários da tevê, internet, jornais, revistas e rádio, o Congresso é um antro de vagabundos interessados, pura e simplesmente, em trabalhar pouco, usufruir de mordomias e locupletar-se à custa do contribuinte (CARTA CAPITAL, 2009, p. 26).

²¹ Exemplar n. 544, de 06 de maio de 2009, seção A *Semana*.

²² Exemplar n. 545, de 13 de maio de 2009.

Através da cobertura que salienta a decadência do Congresso causada pela cobiça de seus membros, o repórter lamenta não mais poder olhá-lo como fórum de debate público por excelência.

A última das questões-problemas ou categorias investiga como e quem apresenta as sugestões para minimizar os problemas salientados pelo escândalo pesquisado. Os atores políticos, os veículos impressos *Carta Capital* e *Veja*, legisladores, os especialistas e os leitores que apresentaram algumas saídas, o fazem, em princípio, com o fito de contribuir com a modernização dos métodos de gerir o Estado. Da parte dos políticos, soa como as costumeiras promessas ou revanches aos adversários por um lado; por outro, a proteção à classe exige a tática do silêncio a certas arbitrariedades.

Os repórteres assinalam em diversas situações narradas, a dramatização do desejo de moralizar as práticas na arena política, a exigência da ética pelas legendas que atacam umas às outras em nome da moralidade e criticam acidamente os adversários pelo papel hipócrita de guardião da ética. Contudo, esse discurso²³ moralizante é tratado como demagógico.

Por que o Senado parece eternamente em crise? [...] Talvez pelo fato de as ondas moralizantes que volta e meia abatem o Congresso atenderem exclusivamente ao rasteiro jogo dos interesses políticos imediatos e eleitorais (CARTA CAPITAL, 2009, p. 15).

Todos os agentes apresentam medidas consideradas urgentes para o Senado sair do “fundo do poço da ética”. As alternativas demandam a tomada de consciência e vontade política para promover a recuperação ética no Congresso Nacional e o clamor pela transparência.

As recomendações vão desde a valorização da educação para facilitar o maior acesso à informação, a extinção de privilégios, salários extras, funcionários fantasmas, irregularidades administrativas, corte de terceirizados até a valorização do voto como arma contra os maus políticos.

²³ Edição n.557, de 05/08/09, seção A Semana

Os jornalistas ²⁴ aplicam um *frame* de contribuição para a faxina ética recomendando três passos para sanar as distorções do Parlamento: O primeiro, a caminho, é abrir a caixa-preta da instituição; o segundo, mais complexo, seria uma reforma administrativa em que as funções burocráticas, a exemplo do cargo de primeiro-secretário, gerência política transformada em foco de fisiologismo e corrupção, fossem exercidas por servidores concursados, com mandato limitado a poucos anos. A última medida pede a promoção de “uma lipoaspiração geral na burocracia, cortando funcionários terceirizados, extinguindo gratificações a acabando com mordomias” (VEJA, 2009, p. 61).

Da parte dos legisladores, conferiu-se o empenho dos envolvidos para “solucionar” a crise, para o bem e para o mal. Leandro Fortes relata aos leitores ²⁵ que o senador Cristovam Buarque (PDT-DF) fez uma provocação que mexeu com os brios dos colegas, insinuando o fechamento do Congresso,

A reação é tão grande hoje contra o Parlamento, que talvez fosse a hora de fazer um plebiscito para saber se o povo quer ou não que continue aberto. [...] Estamos hoje em situação de total disfunção diante do poder, somos quase irrelevantes (CARTA CAPITAL, 2009, p. 26).

O cantor lírico paulista, leitor Paulo Szot (30) respondendo à pergunta da *Veja*²⁶ sobre os motivos das denúncias não darem em nada, no Brasil, afirma que é interesse do mau político que não haja apurações e alerta através da sugestão: “o cidadão brasileiro deve lembrar-se do poder que tem seu voto para corrigir os erros e desvio” (VEJA, 2009, p.60-67).

Interessa ao artigo comparar as coberturas das publicações *Carta Capital* e *Veja* sobre os episódios críticos, observando a polarização concernente, se favorável ou não aos envolvidos no escândalo do Senado e o nível de atenuação ou acusação (atributos) no julgamento dos desvios éticos e causas da crise enquadrados pelos jornalistas.

Pelo observado, em sua maioria, os enquadramentos aparecem de forma acusatória e desfavorável ao Senado, aos senadores, ex-diretores, à cultura política, ao senador José Sarney e ao presidente Lula.

²⁴ Matéria de Otávio Cabral, Alexandre Oltramari e Diego Escosteguy na edição de 01 de abril, título *A farra é deles, a conta é nossa*.

²⁵ Edição n° 545, de 13 de maio de 2009.

²⁶ Edição n° 2118, de 24 de junho de 2009.

O enquadre de ataque ao senador Sarney e sua família é mais categorizado sob a rubrica do desfavorecimento através de acusações constantes. Ele é considerado o símbolo das forças mais retrógradas do país por Otávio Cabral ²⁷: *Político há mais tempo em atividade no país, Sarney entronizou-se agora como símbolo do patrimonialismo, coronelismo, e clientelismo que dominam a vida pública brasileira desde tempos imemoriais* (VEJA, 2009, p. 78).

Quando ocorre a tendência de favorecimento ao presidente Lula a opção é explicada como defesa à governabilidade, à natureza da política, ao jogo natural de defesa dos aliados e à necessidade de fazer alianças. O crédito ao presidente da República é um quadro presente na matéria de Maurício Dias: ²⁸ *Diante da popularidade de Lula e do apoio da sociedade à administração lulista, a oposição precisa fazer o governo sangrar* (CARTA CAPITAL, 2009, p. 36).

Partindo-se da premissa de que as razões do escândalo do Senado são de ordem ética (privada) dos indivíduos que representam os brasileiros no Congresso Nacional e de ordem moral (pública), enquanto representa a conduta coletiva do país, a polarização não se mostra intensa na análise textual das reportagens que cobriram os eventos atinentes. É compreensível que as duas revistas não façam concessões aos erros que significam descumprimentos às leis e códigos que regem as instituições e os servidores públicos. Entretanto, há sim diferenças, visto os contrastes na política editorial dos veículos. Apresentam-se também semelhanças.

As duas publicações encontram-se em diversos pontos. As coberturas manifestam-se contra os desmandos e julgam tais desvios com rigor mesmo que seja de maneira diferente. A crise passa a ser do interesse de todos, uma vez que os eleitores e leitores vêm sendo lesados, o que provoca ações vigilantes do *Quarto Poder* atribuído ao jornalismo e a própria missão social e ética dos jornalistas – informar a verdade que se espera.

5. Conclusão

Após recorte, escolheu-se 26 exemplares, 12 da *Carta Capital* e 14 da *Veja* para aprofundar o estudo. O material contém os recursos de 19 *boxes*, 13 infográficos e seis

²⁷ Exemplar n.2119, de 01 de julho de 2009.

²⁸ Edição, n.554, de 15 de julho de 2009.

entrevistas realizadas durante o período de cinco meses (de 18 de março a 26 de agosto de 2009).

A imagem do Senado não é bem vista pelos jornalistas, e mais grave, sem nenhuma perspectiva de mudança. Os fatos escandalosos até levaram ao questionamento da sua existência. Impera o fisiologismo na votação das matérias, numa prática viciada. O distanciamento entre a política e o mundo real também foi apontado como grave implicação das descobertas dos atos intoleráveis e sigilosos; em suma, a crise corroeu a reputação da Casa a ponto do repórter lastimar que a instituição do Congresso Nacional não possa mais ser vista como um bom exemplo que exige uma casa de leis, em virtude da desmoralização atual, o que resultou na incapacidade de se impor.

De uma forma geral, o artigo percebe que as coberturas avaliam as ações e declarações dos agentes políticos de maneira sofrível, à base da indignação²⁹:

*A opinião pública brasileira [...] está indignada com os comportamentos dos parlamentares federais entregues a uma mamata sem precedentes. [...] E sem falar na leniência mais ou menos generalizada em relação a valores éticos, em nome do célebre **jeitinho**,³⁰ praticado em quaisquer níveis com a celebração do lema: aos amigos tudo, aos inimigos a lei (CARTA CAPITAL, 2009, p. 18).*

Os enquadramentos da certeza da impunidade, do célebre “jeitinho brasileiro” praticado nas várias classes, da indignação popular frente ao comportamento dos parlamentares e da leniência em relação aos valores morais conectam as enfermidades éticas no cenário político, às raízes históricas e socioculturais dadas. A leitura da pesquisa exhibe a dominação dos atributos desfavoráveis e a avaliação negativa atinente às categorias do julgamento dos desvios éticos e das causas provenientes dos *frames* observados.

Ilustram os exemplos de enquadramentos do desinteresse dos parlamentares pela causa pública, a imagem de Brasília como a ilha da fantasia, a baixa reputação do Senado como “antro de vagabundos”, o temor da opinião pública, a fiscalização dos negócios do governo etc.

²⁹ Matéria de Mino Carta no exemplar n.544 de 06 de maio de 2009.

³⁰ Grifo nosso para lembrar à referência feita ao jeitinho brasileiro como uma “entidade nacional”. estudada por Livia Barbosa (1992) e referenciada no primeiro capítulo.

Em vários momentos, as revistas *Veja* e *Carta Capital* assumiram a posição de um cidadão, ator político protagonista³¹ que luta e aspira por um Brasil mais equitativo; pode-se constatar essa postura através dos enquadramentos pouco controvertidos. As controvérsias presentes surgem no nível das linhas editoriais justificadas pelas escolhas partidárias divergentes. A *Veja* contra o governo petista, com textos mais sarcásticos, irônicos e acusativos. A *Carta Capital* mais analítica e embasada na necessidade de manter a governabilidade.

Ambas as publicações apontam para uma tendência consensual quanto aos conteúdos, visto a natureza pouco antagônica das origens desse escândalo político midiático. É retratada uma polarização menos intensa nos níveis de atenuação e acusação frente às responsabilidades dos envolvidos na crise política durante a cobertura do noticiário.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ALBUQUERQUE, Afonso de. A três faces do Quarto Poder. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Fátia (Org). **Mídia, representação e democracia**. Local de publicação? Editora Hucitec, 2011. ISBN: 9788579700316.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. 2. ed. Tradução de Edson Bibi. Bauru, SP: Edipro, 2007.

BARBOSA, Livia. **O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. São Paulo: Paz e Terra, 2000a.

BRANCO, Alberto Manuel Vara. **A ética e a informação: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa**. [2009]. Disponível em: <<http://www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2011.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 28.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

³¹ Esta ideia da imprensa como ator protagonista é bastante discutida inclusive por Mattos (1993) e Soares (2006).

BRASIL. Senado Federal. **Resolução n. 20, de 1993**. Institui o código de ética e decoro parlamentar. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=115307>>. Acesso em: fev. 2012.

_____. **Regimento Interno**: Resolução n. 83, de 1970. Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/legislacao/regs/RegInternoSF_Voll.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2012.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CABRAL, Otávio; OLTRAMARI, Alexandre; ECOSTEGUY, Diego. A farra é deles. A conta é nossa. **Veja**, São Paulo, 01 de abril de 2009, n. 2106.

CABRAL, Otávio. Hora de fazer a faxina. **Veja**, São Paulo, 015 jul. 2009. n. 219, p. 78.

CARTA, Mino. Casa grande e senzala sempre. **Carta Capital**. São Paulo, 06 maio 2009, n. 544, p. 18. Seção A Semana.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3.ed. Ver. São Paulo: Summus, 2007. (Novas buscas em comunicação, v. 44).

CONFECOM - CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO. 2009, Brasília. Caderno de Propostas Aprovadas. Brasília: Ministério das Comunicações, 2010.

DIAS, Mauricio. A oposição infla a candidata Dilma. **Carta Capital**, São Paulo, 15 jul. 2009. Coluna Rosa dos Ventos, p. 36. n. 554.

ESCÂNDALO dos atos secretos do Senado. [entre 2004 e 2012]. Disponível em: <http://www.muco.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=707:escandalo-dos-atos-secretos-do-senado&catid=34:sala-dos-escandalos&Itemid=53>.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, 04 de agosto de 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: maio 2011.

_____. **Em defesa da Conferência Nacional de Comunicação**. Disponível em: <www.fenaj.org.br/.../as_propostas_dos_jornalistas>. Acesso em: 21 out. 2011.

FORTES, Leandro. De olho em Liliput. **Carta Capital**. São Paulo. 13 de maio 2009, n.545, p.26.

GENTILLI, Victor. Lei, ética e deontologia. **Observatório de Imprensa**, v. 16, n. 667, ago. 2001. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/da010820011.htm>>. Acesso em: 04 maio 2011.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. 2.ed. Tradução de Guido A. de Almeida. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. (Biblioteca Tempo Universitário, n. 84: Estudos Alemães).

_____. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Tradução de Flávio Beno Siebeneichler – UGF. 4 ed. revista e complementada. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. v. 1.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos mídia. In: TRAQUINA, Nelson (Org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. p.224-248.

HEIDEGGER, Martin. Carta sobre o humanismo. In: _____. **Marcas do caminho**. Tradução de Ernildo Stein. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

KARAM, Francisco José Castilhos. Ética, deontologia, formação e profissão: observações sobre o Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 1, 2004. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2206/1844>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

LIMA VAZ, Henrique C. de. **Escritos de Filosofia IV**. Introdução Ética Filosófica 1. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MATTOS, Sérgio. O contexto midiático. Salvador: Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. **Comunicação, opinião e desenvolvimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1971.

MOSCO, Vincent. Overview of the Political Economy of Communication. **The Political of Economy of Communication**. 2.ed. Canadá: SAGE Publications, 2009. Capítulo I, p. 1-20.

NÃO é preciso diploma para ser jornalista no Brasil, decide a Justiça. **Revista Consultor Jurídico (CONJUR)**, São Paulo, 10 jan. 2003. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2003-jan-10/nao_preciso_diploma_jornalista_brasil>. Acesso em: 10 nov. 2011.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Rio de Janeiro: UNIC Rio, 2000. Disponível em: <http://unicrio.org.br/img/DeclU_D_HumanosVersoInternet.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2012.

PEGORARO, Olinto. **Ética dos Maiores Mestres através da História**. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RESTREPO, Javier Darío. O jornalismo e a utopia ética. **Observatório da Imprensa**, n. 446, 2007. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-jornalismo-e-a-utopia-etica>>. Acesso em: 06 out. 2010.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Do contrato social ou princípios do direito político**. Tradução de Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2006. (Coleção A obra prima de cada autor). Título original francês: Du contrat Social (1762).

SALAZAR, Ricardo. **El decálogo de Restrepo**. 2010. Disponível em: <<http://impreso.milenio.com/node/8874199>>. Acesso em: 13 nov. 2011.

SERRA, Sonia. Vertentes da economia política da comunicação e jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 67-83. (Coleção Fazer jornalismo).

SILVA, Vevila Junqueira da. **O Escândalo do mensalão em revistas semanais: uma análise de enquadramento**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

VAZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. Tradução de João Dell’Anna. 30.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.