

## **Ética no jornalismo político opinativo: estudo de caso sobre a cobertura do *impeachment* nas colunas políticas do Jornal do Commercio<sup>1</sup>**

Beatriz Camara Moreira de ARRUDA<sup>2</sup>

Nataly de Queiroz LIMA<sup>3</sup>

Faculdades Integradas Barros Melo, Olinda, PE

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo analisar a relação entre os preceitos éticos da profissão de jornalista e sua operacionalização nas colunas de política do Jornal do Commercio. Mais especificamente, buscou-se analisar como os elementos textuais e não-textuais, disponíveis nas três colunas, evidenciam os posicionamentos políticos e versões predominantes nesses espaços e como esses podem estar articulados com a linha editorial do veículo. As colunas se mostraram espaços privilegiados dos veículos para defender seus posicionamentos editoriais e os interesses do grupo empresarial em relação ao impedimento e seus desdobramentos, sendo assim, a ética profissional secundarizada em função dos interesses anteriormente citados.

**Palavras-chave:** Jornalismo político opinativo; Ética jornalística; *Impeachment*

### **1 INTRODUÇÃO**

Os anos de 2015 e 2016 ficaram marcados na história do país. No dia 02 de dezembro do primeiro ano, em meio a uma séria crise econômica e a inúmeros *lobbies* empresariais e políticos, o presidente da Câmara do Deputados, Eduardo Cunha aceitou o processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, iniciando um dos piores colapsos políticos do país. Denunciada por crime de responsabilidade (o qual depois foi

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º. semestre do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Barros Melo, email: [bia.camara2095@gmail.com](mailto:bia.camara2095@gmail.com)

<sup>3</sup> Jornalista, doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco e professora do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Barros Melo, email: [queiroz.nataly@gmail.com](mailto:queiroz.nataly@gmail.com)

negado por perícia do Senado) <sup>4</sup> pelo procurador da justiça aposentado Hélio Bicudo e os advogados Miguel Reale Junior e Janaina Paschoal, a presidente foi destituída do cargo no dia 31 de agosto de 2016. Tornando-se a segunda presidente da república a sofrer o impedimento no Brasil.

Nos países em que a democracia se faz presente e o sistema presidencialista está em vigor, existe a possibilidade de exonerar o presidente da República em casos de crimes contra o bem público. As acusações referentes ao processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff foram relacionadas à lei orçamentária e à lei de improbidade administrativa. As delações dividiram opiniões e a nação. Com a aceitação do pedido, foi formada uma comissão especial na Câmara dos Deputados, para deliberar sobre o tema. Em meio a isso, a população realizava manifestações de rua a favor e contra o impedimento. Não só os civis estavam segmentados, os representantes dos partidos políticos que se encontravam na Câmara e Senado também estavam tomando posições opostas.

Em meio a esta tensão político-econômica que despedaçou a nação, o papel social do jornalista também foi colocado em jogo. A população cada vez mais buscava um jornalismo livre de amarras governamentais, gerando uma crise de credibilidade em diversos veículos da imprensa brasileira. Neste cenário de acirramento político, nos detemos na análise das colunas políticas do Jornal do Commercio, um dos maiores e mais tradicionais periódicos de Pernambuco. Os problemas de pesquisa para os quais se buscou respostas foram: os fundamentos éticos do jornalismo foram considerados pelos colunistas na cobertura do impeachment? Como se articularam os interesses das empresas de comunicação e a prática do jornalista nos momentos decisivos do impedimento da presidente Dilma Rousseff?

## 2. A ÉTICA NO JORNALISMO POLÍTICO E OPINATIVO

Em meio à atual crise política na qual o país se encontra, o jornalismo vem, simultaneamente, passando por uma crise de credibilidade. Essa se fundamenta na crítica das audiências à parcialidade das informações mascaradas de imparciais, à

---

<sup>4</sup> Matéria disponível no site: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2016/06/pericia-conclui-que-dilma-nao-participou-de-pedaladas-fiscais.html>, acessado em 27 de abril de 2017, às 10h.

manipulação dos dados e da forma de apresentação dos produtos jornalísticos, assim como de um suposto partidarismo midiático.

A Pesquisa de Mídia realizada pelo Governo Federal em 2015 aponta o declínio na confiança do público em relação aos veículos de informação. Dentro dessa realidade, o jornal impresso é considerado pelos brasileiros um dos meios mais confiáveis. Em média 58% dos leitores disseram confiar sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas, na frente dos telespectadores e ouvintes, com 54% e 52%. Na pesquisa feita em 2016, esses números caíram, o jornal e o rádio ficaram empatados, com 29% de confiabilidade nas notícias veiculadas e a televisão com 28%.

Já é lugar comum destacar que a função primordial do jornalista é trabalhar as informações com o máximo possível de imparcialidade, possibilitando o repasse da notícia ao leitor com os elementos que propiciem as condições para uma análise crítica da realidade e o deixando livre para construir sua própria opinião, bem fundamentada.

O jornalismo político se constitui em uma área do campo jornalístico que pauta assuntos referentes à política, tanto local como nacional, ao parlamento, aos partidos e a todas as esferas de poder formal na sociedade. No Brasil, esse viés passou por diversas mudanças nas últimas décadas. A maior e mais importante é que, nos dias atuais, a cobertura, inclusive pelo Código de Ética da profissão, deveria ser feita para informar o leitor e não persuadi-lo a seguir determinadas ideias.

Essa evolução é notória. É possível notar ao ler manchetes dos anos de 1950, como: “O V da Vitória, *com foto do Brigadeiro (Correio da Manhã, 6/10/1950)*” (MARTINS, 2005, p.14), no qual os influentes jornais não se preocupavam em isentar a sua opinião na cobertura “de modo geral, o tom das primeiras páginas era de franco engajamento eleitoral” (MARTINS, 2005, p.14).

Atualmente, inclusive para manter sua credibilidade junto às audiências, a imprensa separa claramente a informação e a opinião. Em tempo de campanha eleitoral, se isentando de apoios políticos, os jornais se esforçam para manter uma postura neutral, possibilitando o mesmo espaço para os principais rivais, não demonstrando preferências. Ao passar pela modernização, os custos de produzir um jornal diário aumentaram, o que levou diversos veículos a falência.

---

Só conseguiram sobreviver ao acelerado processo de concentração dos meios de comunicação, que no Brasil coincidiu, em termos políticos, com o período ditatorial, os jornais que lograram atingir e manter uma escala de triagem relativamente alta. (MARTINS, 2005, p.18)

Com o surgimento de um novo público consumidor, os jornais, na investida de cativá-lo e se manter no mercado, foram forçados a dialogar com diversas audiências. “Em vez de cativar o leitor partidarizado, como no passado, a estratégia passou a ser atrair um público plural, composto por leitores com as mais variadas simpatias políticas”. (MARTINS, 2005, p.19)

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

A análise das notícias é feita de forma mais nítida pelos editoriais e pelas colunas jornalísticas, espaços que combinam opinião especializada e informação. Normalmente essa é uma atividade considerada de confiança da empresa de comunicação, na qual se busca um perfil de profissional com notável conhecimento do tema de que trata e que tenha um vínculo com a linha editorial do veículo.

Assinadas por jornalistas experientes e talentosos, que têm grande número de fontes e boa capacidade de análise, as colunas tornaram-se tão importantes para o leitor que a maioria dos jornais geralmente publica mais de uma. Seus formatos, estilos e embocaduras variam, mas todas elas, de alguma forma, buscam cumprir a mesma função: ancorar o noticiário, tomar a temperatura do dia e farejar possíveis desdobramentos. (MARTINS, 2005, p.23)

O jornalista político que ocupa um espaço opinativo nas redações está em um campo permeado por muitas tensões e interesses, nem sempre convergentes. Por estar abordando temas que rebatem diretamente nas principais esferas de poder constituídos na sociedade, ele precisa ponderar entre o interesse social e a opinião pública, apesar de hegemônica e nem sempre representar grupos socialmente excluídos. Isto se dá “em especial na atualidade, quando a enorme rapidez na circulação da informação produz reações quase instantâneas” (MARTINS, 2005, p.35).

Aprovado no Congresso Nacional dos Jornalistas e em vigor desde 1987, o Código de Ética dos Jornalistas brasileiros é um conjunto de normas e procedimentos éticos que administram o exercício do jornalismo. Diz respeito ao comportamento desejável do profissional. Entre as punições esperadas, estão as de advertência até expulsão do sindicato.

Seguir os preceitos éticos é de extrema importância para todo profissional. Apresentar uma atitude pautada em valores éticos hoje está sendo cada vez mais valorizado. Pois no mundo extremamente competitivo, se torna difícil encontrar profissionais eficientes, que não estejam dispostos a qualquer coisa para alcançar resultados e obter vantagens.

### **3. A COBERTURA DO *IMPEACHMENT* DE DILMA ROUSSEFF NAS COLUNAS POLÍTICAS DO JORNAL DO COMMERCIO**

O caderno de política do JC publica três colunas ao longo da semana, as quais são estruturalmente diferentes. Antes de detalhá-las, é preciso explicitar que esta análise se debruçou sobre as colunas publicadas no período de 28 de agosto a 03 de setembro de 2016. A coluna Pinga-fogo, escrita pelo jornalista Giovanni Sandes, é local, com uma média de 8 a 9 notas por coluna, na qual foi possível identificar um equilíbrio na distribuição das notas nacionais e locais, apesar da grande relevância do *impeachment*, deixando metade da coluna direcionada para a temática e a outra metade focando nas questões da localidade. Nos dias em que aproximava a votação no Senado, o número de notas sobre o assunto aumentaram e em sequência voltaram ao seu ritmo normal, distribuindo a discussão em uma média de 2 notas para o nacional e 9 para o local.

A coluna do Estadão, de cunho nacional, dá muito destaque a temática do *impeachment*, com uma média de 11 a 14 notas, 70% do espaço foi voltado para discussão. No dia 01 de setembro, quando Dilma foi oficialmente deposta da presidência, a coluna publicou 13 notas sobre o assunto. Em continuidade, a coluna passou a não focar em demasia na presidente destituída, mas nos atos de Michel Temer, Rodrigo Maia, Renan Calheiros e Eduardo Cunha.

A coluna de Cláudio Humberto, também de caráter nacional, foi a que mais deu destaque ao *impeachment*, com cerca de 12 notas, normalmente 90% do espaço foi voltado sobre a questão. Todas as colunas possuem posições políticas claras, mas esta em especial faz o uso desmedido das palavras. Um curioso fato observado, é de que nos

dias 01 e 02 de setembro, sete notas e a frase *aspeada*, que é característica da sua coluna, se repetem. Na nota muda apenas o título, adotando uma fotografia de Dilma na *segunda publicação*. Após a votação do Senado, as demais colunas voltaram ao seu ritmo habitual, porém essa ainda continua destinando mais da metade do seu espaço para questões relacionadas ao *impeachment*.

No geral, durante os sete dias analisados, foram identificadas 154 notas sobre o assunto, discutido nas três colunas.

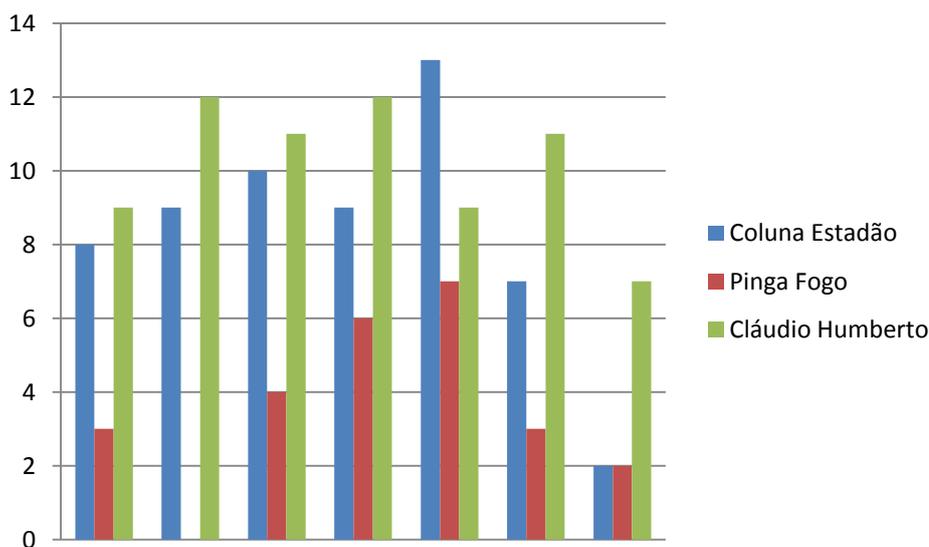


Figura 1 - Notas sobre o impeachment



Figura 2 Fotografia de Dilma, na coluna de Cláudio Humberto, dia 02 de setembro

É possível constatar que a posição das colunas no caderno seguem um padrão, no qual a de Cláudio Humberto vem primeiro, seguido pela Pinga-fogo e por último, a do Estadão. A não ser no dia 28 de agosto, quando a Pinga-fogo foi colocada em primeiro lugar. Nas colunas, as notas que versavam sobre Dilma estavam sempre em posição de destaque. No período analisado não houve espaço para os

comentários dos leitores.

Esta pesquisa entende os elementos não textuais como importantes, não apenas para complementar as mensagens, mas também como produtores, em si, de sentidos. No

caso das colunas, os elementos não textuais encontrados foram 22 fotos e uma charge. A coluna de Cláudio Humberto foi a que deu mais espaço para esse tipo de publicação, diferentemente das outras, sua estrutura conta com um espaço dedicado à frase do dia, que no período analisado, eram de pessoas pró-*impeachment*.

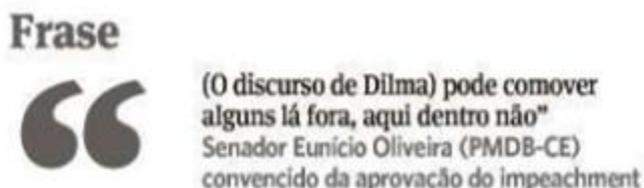


Figura 3 frase da coluna de Cláudio Humberto, dia 30 de agosto

Em sua maioria, os conteúdos das colunas foram favoráveis ao impeachment, com claras clivagens ideológicas. Como por exemplo:

### **Certeza**

O núcleo mais íntimo do presidente Michel Temer fez e refez as contas e está seguro: ao menos 61 votos dos senadores colocarão Dilma Rousseff, a presidente ré, no olho da rua. Um aliado um pouco inseguro perguntou ao presidente Michel Temer se ao menos será repetida a votação da pronúncia de Dilma, aprovada pelos votos de 59 senadores. Ele respondeu sem hesitar: “Serão 61”.

### **Ponto para Temer**

Pesquisa da Câmara de Comércio Brasil-Estados Unidos indica que 24% dos diretores financeiros brasileiros veem a retomada concreta da economia, em razão da nova agenda e dos ajustes do governo Temer.

### **Já era**

O apoio a Dilma diminuiu desde a primeira votação no Senado e ela terá dificuldades para reunir 20 votos.

### **Segue o roteiro**

Petistas admitem que perderam a guerra contra o impeachment, mas seus pronunciamentos no julgamento não refletem isso. Mais parecem leituras de roteiros para o documentário do “golpe”.

Figura 4 Notas da coluna de Cláudio Humberto, no dia 28 de agosto

### “Quase” conta?

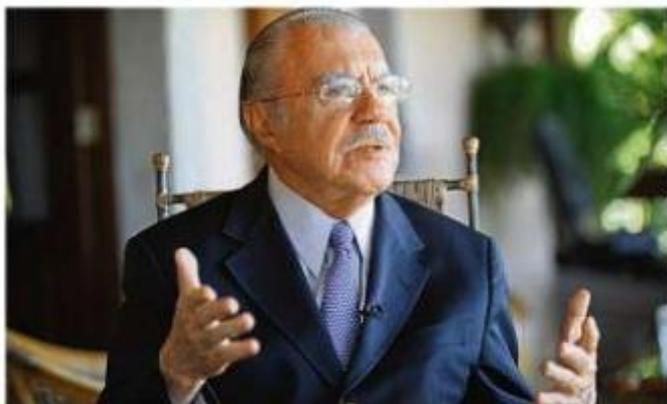
A tese pró-Dilma de Silvio Costa é de que ela reverteu quatro votos. Ou quase. Pois os senadores que estariam prestes a virar-casaca ainda esperariam três adesões antes de se mostrar contra o impeachment.

### Temer: 61 votos

A base de Temer prevê 61 votos pela saída definitiva de Dilma. A última votação deu 59 a favor do impeachment. Um dos dois novos votos seria do presidente do Senado, Renan Calheiros (PMDB), após o entreviro com o PT.

Figura 5 Notas da coluna Pinga-Fogo, dia 30 de agosto

## Caça-votos



A ala pró-Dilma busca os votos de senadores de Alagoas, Maranhão e Tocantins. Nos dois primeiros, encontrou foco de insatisfação com Temer acusado de valorizar apenas Renan Calheiros e o ex-senador José Sarney (foto).

### Vale-tudo

Já em Tocantins, Lula tenta ajuda de Valdemar da Costa Neto, condenado no mensalão, para virar o voto do senador Vicentinho Alves (PP). Os governistas, contudo, contabilizam 60 votos pelo impeachment.

### Lupa

O governo Michel Temer mapeia as insatisfações do empresariado sobre a insegurança jurídica para investimentos no País. Quer definir, com base nisso, as mudanças na legislação.

Figura 6 Notas da coluna Estadão, no dia 30 de agosto

A pluralidade de vozes e versões não foi evidenciada nos três espaços, o que pode estar vinculado à política editorial do periódico, afinal ao manter duas colunas de caráter nacional, o veículo reitera seu alinhamento político com seus produtores. Os resultados encontrados no presente estudo mostram como o exercício da ética é necessário, principalmente em uma área tão relevante como a política, mas, também evidenciam como pode ser secundarizado em decorrência de outros interesses que não o interesse público.

#### 4. REFERENCIAS

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na Comunicação**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003. 180 p.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. 2.ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008. 138 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: a saga dos Cães Perdidos**. 2.ed. São Paulo: Hacker Editores, 2000. 171 p.

BRASIL, **Lei nº 1.079, de 10 de abril de 1950**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L1079.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L1079.html)>. Acessado em: 15 mar. 2017

WIKIPEDIA. **Processo de impeachment de Dilma Rousseff**. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Processo\\_de\\_impeachment\\_de\\_Dilma\\_Rousseff](https://pt.wikipedia.org/wiki/Processo_de_impeachment_de_Dilma_Rousseff)>. Acesso em: 07 fev. 2017.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <[http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros-1.pdf](http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros-1.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2017.