

# O jornalismo brasileiro como ator político

[Brazilian press as political actor]

REVISTA  
com política

revista compolítica

2018, vol. 8(1)

compolitica.org/revista

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2018.8.1.160

 Open Access Journal

Resenha do livro “A grande imprensa e o PT (1989-2014)”, de Fernando Antônio Azevedo

**Lucy Oliveira**

NECI/CEBRAP

[NECI/CEBRAP]

## Resumo

O recém lançado livro “A grande imprensa e o PT (1989-2014)”, do professor titular Fernando Antônio de Azevedo (UFSCar), traz uma atual discussão sobre o viés político da imprensa brasileira diante de lideranças que representam projetos desenvolvimentistas. Para tanto, foram analisados os editoriais e manchetes dos três maiores jornais de circulação nacional, nos períodos eleitorais dos últimos 25 anos, identificando os enquadramentos sobre o Partido dos Trabalhadores (PT), lideranças, candidatos e governantes. Os dados da democracia de terceira onda brasileira são examinados à luz da relação da imprensa nos períodos de Vargas e João Goulart. Leitura obrigatória para quem estuda e pretende analisar a imprensa no Brasil – quer seja tradicional quer seja digital –, o livro traz uma nova contribuição ao campo tanto pelo conjunto de dados levantados, bem como pelas discussões que suscita. Longe de serem teses de consenso num campo que se divide em diferentes respostas para as mesmas questões, a obra aponta questões relevantes sobre as consequências democráticas no período recente.

Palavras-chave: grande imprensa, PT, jornalismo político.

## Abstract

The recent published book “The traditional press and PT (1989-2014)”, by the titular professor Fernando Antônio Azevedo (UFSCar), brings an current discussion about political Brazilian journalistic bias about historical national development presidents. The book’s analysis is based on highest circulation newspapers editorials and headlines during 25 years. The aim is identify the framings about the Partido dos Trabalhadores (PT) and its leaderships and governants. This datas are also analysed in a historical perspective that compares the recent democracy with the Vargas and João Goulart’s period (1940-1964). This review defines this book as an essential reading for the scholar and researches on political Brazilian journalism. The teses presented in the book are not consensual, but, because of this, lead to importants reflections and discussion about the consequences of the media political paralelism and democracy.

Keywords: traditional press, PT, political brazilian journalism.

## *O jornalismo brasileiro como ator político*

Lucy OLIVEIRA

**A** imprensa brasileira tem lado? Esta é uma pergunta de difícil resposta. Há anos, ela divide e alimenta diferentes pesquisas do campo da Comunicação e da Política, a fim de encontrar respostas plausíveis e empiricamente comprovadas para a questão. Isto porque, mesmo que a questão da imparcialidade seja teórica e reflexivamente insustentável, é sobre a égide deste princípio normativo que a imprensa brasileira se movimenta. Mesmo nas mais sinceras declarações de atuação “partidária” da imprensa, esta ação orientada ainda é nebulosa para as audiências e alvo de controvérsia entre pesquisadores, sem citar seus efeitos perversos para a democracia.

É nesse sentido que a questão torna-se ainda mais crucial. Com a atual conjuntura brasileira conformada pelo fim melancólico de um ciclo de presidências do Partido dos Trabalhadores (PT), aliado ao contexto de instabilidade política, social e econômica, advindo dos enfiamentos estabelecidos no processo, e, por fim, com um mercado protagonismo da mídia no período, pesquisas sobre a imprensa como ator político tornam-se urgentes, provocando questionamentos tanto da Ciência Política quanto da Comunicação.

Quem aceitou o desafio de “colocar o dedo” no assunto foi o professor titular da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) Fernando Antônio Azevedo, que lançou recentemente seu livro “A grande imprensa e o PT (1989 -2014)”. A obra é resultado de décadas de pesquisas e reflexões sobre jornalismo político no Brasil, capitaneadas pelo autor. Nessa trajetória, representada nas mais de 200 páginas da publicação, Azevedo consolida um modelo explicativo sobre a imprensa brasileira baseado na análise empírica de textos opinativos a partir dos conceitos de paralelismo político e sistema de mídias. No livro, o autor trabalha sobre um *corpus* de dados que cobre sete eleições presidenciais nos últimos 25 anos de democracia brasileira, permitindo, assim, uma capacidade continuada e ampliada de análise ainda inexistente no campo teórico.

O foco do livro é sobre como os editoriais e manchetes dos grandes jornais impressos nacionais – a saber, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, reunidos na chave de “grande imprensa” – enquadram lideranças e presidentes do Partido dos Trabalhadores (PT), bem como o próprio partido, colocando esses resultados à luz do tratamento que a imprensa deu a outros dois presidentes da história brasileira: Getúlio Vargas e João Goulart. O desafio do livro não é nada modesto: analisar um longo período recente e construir pontos de reflexão com o passado político brasileiro.

Assim, nesta resenha, buscaremos apresentar os principais pontos trazidos no livro divididos em cinco partes: na primeira, apresentamos a matriz teórica que fundamenta a análise; na segunda sessão, tratamos da metodologia utilizada; na terceira, apresentamos os dados e resultados agregados da análise; na quarta, são citadas e comentadas as três teses construídas ao longo do livro e, por fim, concluímos com considerações finais onde, além de refletir criticamente, apontamos para possíveis desdobramentos do texto. Esta divisão segue de forma livre o caminho proposto pelo autor na organização do livro e permite, a nosso ver, uma visão geral da obra.

### *O livro: bases teóricas para refletir o sistema de mídias brasileiro*

A liberdade de imprensa é um bem maior que não deve ser limitado. A esse direito geral, o contraponto é sempre a questão da responsabilidade dos meios de comunicação. E, obviamente, esses meios de comunicação estão fazendo de fato a posição oposicionista deste país, já que a oposição está profundamente fragilizada. E esse papel de oposição, de investigação, sem dúvida nenhuma incomoda sobremaneira o governo. (Brito, 2010 apud Azevedo, 2017, p. 23).

O trecho acima, transcrito de uma fala pública da então presidente da Associação Brasileira de Jornais e Diretora-Superintendente da *Folha de S. Paulo*, Maria Judith Brito, em 2010, abre a introdução do livro de Fernando Antônio de Azevedo e é elucidativa. Situa o leitor pelo que vai encontrar pela frente: uma reflexão sobre o partidarismo da imprensa brasileira, em especial, em momentos nos quais as lideranças políticas brasileiras representam projetos desenvolvimentistas.

Para construir sua reflexão, Azevedo recorre a dois conceitos: o de sistema de mídias, estabelecido por Hallin e Mancini (2004); e o de paralelismo político, tendo como referência originária Seymour-Ure (1974). O pressuposto de sua reflexão é que a mídia importa para o campo político, especialmente nos períodos eleitorais. No entanto, como bem ressalta Venício Lima na apresentação do livro, essa relação imbricada entre mídia e política é por vezes ignorada pela Ciência Política e pela Comunicação.

Do modelo de Hallin e Mancini (2004), o autor destaca as principais variáveis que caracterizam um sistema de mídia, entre eles o paralelismo político. Mas vamos por partes. Sem desconsiderar os críticos dos autores, Azevedo argumenta que os modelos propostos pelos pesquisadores americanos devem ser entendidos enquanto tipos-ideais. Ou seja, servem como instrumento de aproximação da realidade e não necessariamente sua expressão fidedigna. Assim, o modelo brasileiro de mídias estaria no grupo intitulado de “Mediterrâneo”: surgimento tardio, baixa circulação de jornais, centralidade da televisão e baixa diversidade interna e externa.

É neste último ponto que a estrutura teórica de Hallin e Mancini se encontra com os trabalhos de Seymour-Ure (1974). Os pesquisadores americanos utilizam o conceito de paralelismo político como uma das variáveis de caracterização dos sistemas de mídia. E aqui ela se relaciona com a questão da pluralidade.

A discussão sobre paralelismo político tem como pano de fundo o princípio liberal democrático de que a liberdade de expressão e a pluralidade de fontes e de informações é uma condição *sine qua non* para o real funcionamento do sistema (Dahl, 2005; Downs, 1999; Habermas, 1984). Neste sentido, para que o fluxo de informação funcione de forma democrática, é necessária a maior diversidade possível de veículos (pluralidade externa) e de vozes dentro destes (pluralidade interna). No sistema brasileiro, não ocorre nem uma coisa nem outra. Com um conjunto de veículos concentrados em quatro grandes conglomerados e com uma cobertura voltada para as elites econômicas, priorizando vozes que atendam a estes interesses, a diversidade necessária ao ambiente democrático fica comprometida.

Assim,

[...] o monopólio familiar, a propriedade cruzada dos principais meios de comunicação de massa, o controle de redes locais e regionais de TV e rádio por políticos profissionais e a inexistência de uma imprensa ligada à esquerda e a correntes e interesses sociais minoritários com peso nacional fazem com que nosso sistema de mídia ainda presente, quase três décadas depois do retorno à democracia, reduzida e precária diversidade externa [...] que não é compensada de forma adequada pela diversidade interna dos principais meios impressos e eletrônicos. Esse quadro adverso na oferta de fontes alternativas e diversificadas de informação e opinião, ao lado do paralelismo político, se converte num dos principais pontos cruciais no exame da articulação entre nosso sistema de mídia e o sistema político. (Azevedo, 2017, p. 76).

E é seguindo alinha de interpretação apresentada acima que Azevedo desenvolve a análise dos editoriais e das manchetes dos três principais jornais impressos em circulação no país, estabelecendo, assim, pontes com os períodos Vargas e João Goulart. Ainda no capítulo 1, o autor reserva uma seção para uma breve retrospectiva histórica da atuação da imprensa nos períodos de 1945-1964 e também de 1964-1985. A conclusão que aponta é que o protagonismo da imprensa sobre o sistema político – em especial, no segundo período Vargas (1951-1954) – mostra sua longa tradição de participação e parcialidade política.

### *A metodologia: valência e pacotes interpretativos*

No capítulo 2, anteriormente aos dados, o autor apresenta uma caracterização dos veículos analisados, mostrando suas diferentes fases, bem como um balanço das pesquisas sobre cobertura jornalística das eleições. Este baliza a proeminência dos temas políticos, bem como reforça a importância da imprensa nesses períodos. Ao mesmo tempo, demonstra a ausência de estudos que considerem todo o período democrático recente, sendo comum os estudos de caso, por pleito.

Assim, Azevedo apresenta as condições de validade para uma análise que saísse dos casos para contemplar todo o período de democracia recente, tecendo um corpus que vai de 1989 a 2014, o que forma o capítulo 3 do livro. Para tanto, foram escolhidos os três principais

jornais de circulação nacional – O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e O Globo – que, por isso, também influenciam fortemente a audiência e os formadores de opinião.

Mas, por que analisar os editoriais e as manchetes? Além de haver poucos trabalhos que se dedicam a esses tipos de textos<sup>1</sup>, o autor argumenta que é nestes dois lugares que se encontra a “alma dos veículos” e a posição oficial dos jornais diante das alternativas políticas e ideológicas que circulam na sociedade. É nesse lócus que é possível caracterizar o apoio ou a oposição daquele media a determinado líder ou partido.

Ao todo, foram coletados 3.164 editoriais e 1.450 manchetes nos três jornais nos períodos eleitorais, perfazendo sete eleições. A escolha do período eleitoral segue a afirmação de Swanson e Mancini (1996) de que estes são momentos críticos das democracias, nos quais a agenda do debate público se torna mais visível e, por isso, um período “especialmente privilegiado para observar o posicionamento da mídia em relação ao debate público, aos atores políticos e às alternativas eleitorais em jogo” (Azevedo, 2017, p. 119). Assim, além de observar o tipo de texto que expressa a alma do jornal, o trabalho ainda escolhe o período politicamente relevante, onde o posicionamento da imprensa se torna mais visível.

A análise de dados da pesquisa utilizou metodologia quantitativa para identificação de valências e pacotes interpretativos. Este é um aspecto interessante: os dois tipos citados possuem suas controvérsias e exigem um refinamento de pesquisa para produzir resultados que se sustentem. Neste sentido, Azevedo não ignora essas questões. Destaca as críticas recentes de Miguel (2015) sobre o uso da Metodologia de Análise de Valências (MAV)<sup>2</sup> e aponta:

---

<sup>1</sup> Desde 2010, o Manchetômetro, projeto desenvolvido pelo grupo de pesquisa LEMEP (IESP-UERJ) e coordenado pelo prof. Dr. João Feres Júnior tem se dedicado ao exame sistemático das manchetes dos jornais. Entretanto, fora esse trabalho, não é conhecido pela autora outra pesquisa de fôlego dedicada à análise de manchetes, tampouco de editoriais.

<sup>2</sup> Esse tipo de metodologia, também conhecido como *slant analysis*, *sentiment analysis* ou *opinion mining*, tem como objetivo medir a valoração (positiva, negativa, neutra ou ambivalente) de uma comunicação em relação a um determinado objeto ou ator. Ela foi empregada, inicialmente, no Brasil pelas pesquisas lideradas por Marcus Figueredo, no grupo de pesquisa DOXA, do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), atualmente IESP, e criou uma tradição de estudos no país. Para saber mais, ver Aldé, Mendes e Figueredo (2007).

[...] sua crítica, em parte pertinente, refere-se ao uso do método para analisar as páginas informativas dos jornais. Não obstante, acreditamos que a ferramenta é útil e válida para avaliar conteúdos intrinsecamente valorativos, como os editoriais, bem como declarações sintéticas, como as manchetes (Azevedo, 2017, p. 122).

Isto porque um texto opinativo editorial é sempre uma tomada de posição em relação a um assunto, ator, ação ou organização, por exemplo. Assim, identificar o viés positivo ou negativo *em relação a*, neste tipo de mensagem, é tanto possível quanto válido. No caso das manchetes, esse viés pode ser puxado pelos “fatos” em si, como no caso das manchetes negativas ao PT e ao governo, no período do mensalão e da operação Lava-Jato. Neste sentido, o apanhado histórico – ou seja, com mais de um caso – serve para identificar se esse viés se sustenta também em momentos de aparente tranquilidade, que é o que acaba sendo revelado a partir da análise dos dados.

Outra crítica frequente a este tipo de análise é a subjetividade da codificação. Isto em parte se resolve no argumento acima de que os textos opinativos já se referem a uma tomada de posição a ser identificada pelo pesquisador. Além disso, o perigo da subjetividade de codificação atravessa qualquer pesquisa que trate da criação e da atribuição de categorias sobre mensagens, como a *grounded theory* ou a análise de conteúdo categorial. Neste sentido, procedimentos claros e exaustivos de discussão de categorias, bem como testes de concordância e validade já têm sido massivamente desenvolvidos para minimizar os “efeitos do pesquisador” sobre as codificações e garantir a replicabilidade. Só para citar alguns exemplos, há os testes de *Alpha de Krippendorff* e de *Kappa de Cohen* (Lima, 2013; Oliveira, 2017), que permitem que, antes mesmo do desenvolvimento da pesquisa, seja possível refinar as categorias e verificar sua validade e replicabilidade por meio de testes estatísticos simples sobre uma amostra aleatória dos textos. No livro, Azevedo também recorre a esse tipo de ferramenta de validação das categorias por meio da codificação em pares e teste de divergência com terceiro juiz.

Outro conceito utilizado na análise é o de Pacotes Interpretativos. Oriundo dos estudos sobre *framing*, Gamson e Modigliani (1994) definem enquadramento como “uma ideia organizadora central ou um enredo que proporciona o sentido para o desdobramento de uma série de eventos, promovendo uma conexão entre eles [...] e qual é a essência da

questão” (Gamson; Modigliani, 1994, p. 376 *apud* Azevedo, 2017, p. 125). Essa definição difere-se da clássica de Entman (1993), principalmente, porque está baseada numa perspectiva cultural. Estes pacotes ultrapassam relatos episódicos e tomam como referência a cultura em que estão inseridos, permitindo uma interpretação mais ampla e duradoura.

### *Os dados e resultados*

Com esse caminho metodológico estruturado, seguiu a análise. No primeiro momento, foi realizada uma análise de agenda, a fim de identificar os temas que receberam mais atenção em cada um dos periódicos. Essa confirmou a tese de pesquisadores do campo de que a eleição de 1998 passou quase que despercebida, auxiliando o candidato à reeleição FHC.

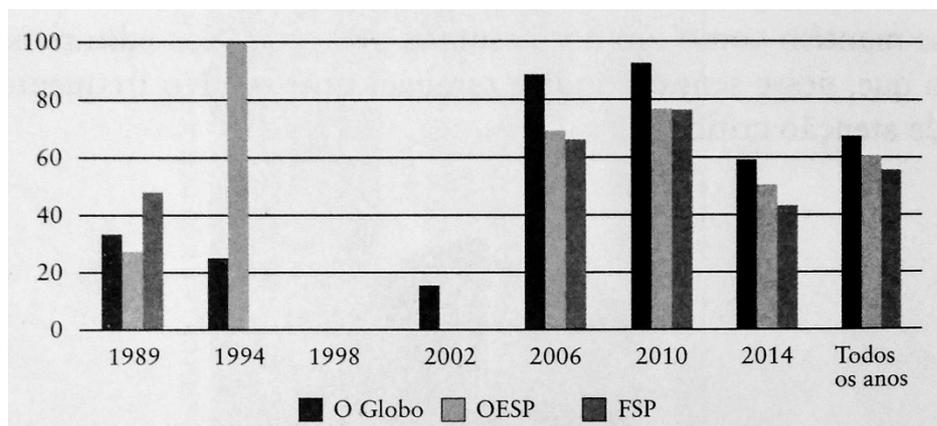
Além disso, para a análise específica sobre o Partido dos Trabalhadores, seus líderes e governantes, foi construído um *subcorpus* com o conjunto de editoriais e manchetes que fizeram referência direta a eles. Assim, restaram 937 editoriais (29,6%) e 429 manchetes (30%), nos quais as análises de valência e pacotes interpretativos foram aplicadas.

O capítulo segue detalhando a análise por jornal (*O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*), por tipo de texto (manchete e editorial) e por tipo de análise (valência e pacotes interpretativos). Aqui, não iremos nos deter nesta explicação detalhada, mas apresentar os dados já agregados, destacando a análise comparativa entre os veículos que conclui o capítulo.

Nos três veículos analisados, a quantidade de atenção dada ao PT, seus líderes e governantes aumenta consideravelmente pós-2002, momento em que o partido e seu candidato se tornam competitivos, de forma que resulta na eleição de Lula à Presidência da República. Este mesmo movimento se observa no aumento das valências negativas nas manchetes dos três jornais. Excetuando-se o caso do *Estadão*, em 1994, onde 100% dos textos analisados tiveram valência negativa (cinco manchetes); após 2002, percebe-se um aumento das valências negativas em todos os jornais analisados. A média de todos os anos

observados fica acima de 50%, mesmo na *Folha de S. Paulo*, jornal que aparece, ao longo do período, com uma cobertura mais equilibrada do que os outros dois analisados.

Gráfico 1: Percentual de manchetes com valências negativas por Jornal



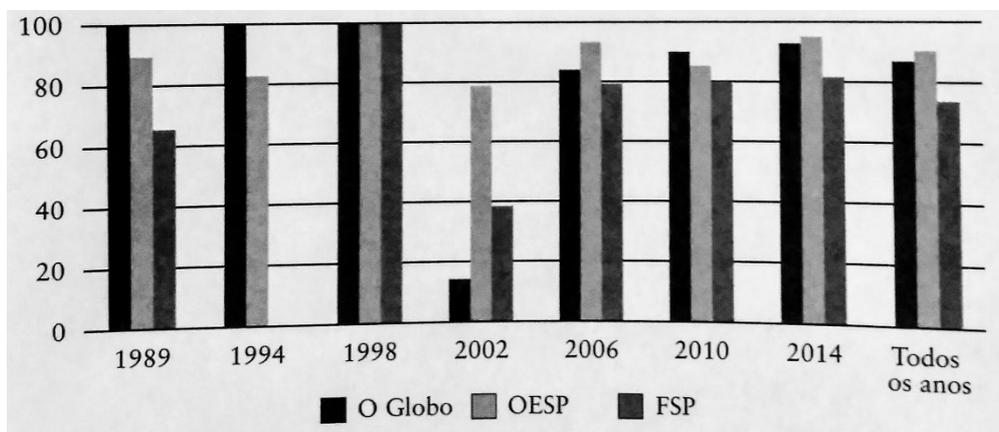
Fonte: Azevedo, 2017, p. 162

Um aspecto destacado pelo autor é que as manchetes negativas poderiam sofrer influências dos fatos, tendo, assim, uma maior frequência de valência negativa nos anos marcados por escândalos, como 2006, quando a eleição se desenvolve no meio das denúncias do mensalão. Entretanto, percebe-se uma magnitude das manchetes negativas por todo o período analisado, o que aponta, de acordo com o autor, “uma cobertura predominantemente desfavorável, sugerindo viés negativo no enquadramento das notícias” (Azevedo, 2017, p. 162).

Por fim, vale destacar a ausência de manchetes, em 1998, com foco no PT e seus atores. Como é possível verificar nas tabelas acima, apenas duas manchetes, nos três jornais, trataram diretamente do partido ou de suas lideranças/candidatos e, nos dois casos, foram valências neutras, reforçando o achado inicial de que estes passam a receber atenção da imprensa quando se tornam eleitoralmente competitivos.

No caso dos editoriais, apesar de ainda representar a menor amostra do período – apenas 12 editoriais relacionados –, estes já foram todos identificados com valência negativa, como demonstrado no quadro abaixo.

Gráfico 2: Percentual de editoriais com valências negativas por Jornal



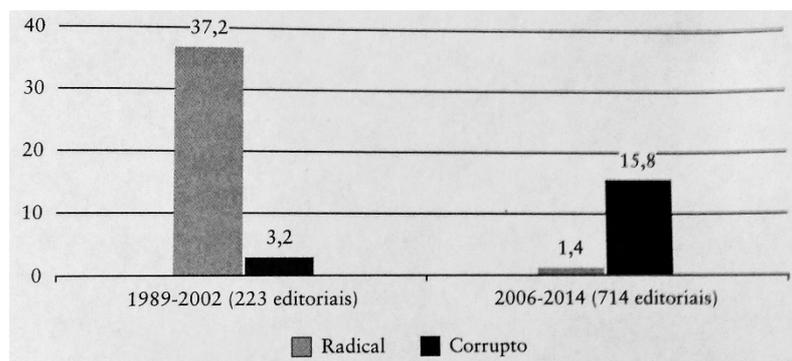
Fonte: Azevedo, 2017, p. 163

Interessante destacar, ainda, que a média de editoriais negativos com relação ao PT, seus líderes, candidatos ou presidentes teve um percentual maior do que o de manchetes. Como destaca Azevedo (2017, p. 163), “independente de estar fora ou dentro do poder, os editoriais sobre o petismo se mantêm majoritariamente críticos, com a exceção já referida de 2002”. Azevedo se refere, neste sentido, a uma trégua entre mídia e petismo, em 2002, eleição que marca a primeira vitória petista na disputa pela Presidência. Esta teria sido quebrada com o escândalo do mensalão, que

[...] trincou e estilhaçou a imagem ética do PT – que era fortemente associada ao partido desde sua fundação [...] É interessante notar e enfatizar que esta trégua informal estava em linha com parte da classe média urbana e leitora da grande imprensa, que, desiludida com o segundo governo de FHC, votou em Lula, em 2002. (AZEVEDO, 2017, p. 185).

Após este primeiro panorama sobre as valências identificadas, o autor segue o livro apresentando, no capítulo seguinte, os dados e as análises sobre os pacotes interpretativos. Para isso, foi feita uma leitura prévia dos editoriais publicados nos três jornais, a partir da qual foram identificados dois pacotes interpretativos predominantes: “O PT é um partido ideologicamente negativo” (radical, populista, autoritário, antidemocrático) e “O PT é um partido corrupto”. Neste sentido, torna-se relevante destacar que a predominância desses pacotes se alternou conforme o período analisado. Antes da primeira eleição de Lula, em 2002, há uma frequência maior do primeiro pacote, enquanto, no segundo período – com o PT já chefe do governo –, o segundo enquadramento ganha proeminência.

Gráfico 3: Editoriais e pacotes interpretativos FSP, OESP, e O Globo (%)



Fonte: Azevedo, 2017, p. 191

Interessante destacar que outros pacotes com menor proeminência também foram identificados na análise, como “Projeto de poder/aparelhamento do Estado”, fortemente presente no *Estadão*, com 69 editoriais. Entretanto, a análise deu destaque aos dois principais que, além de indicar um repertório crítico e desfavorável independentemente de estar ou não no governo, estes pacotes “reproduzem essencialmente os mesmos acionados no contexto dos anos de 1950 e 1960 para enquadrar o varguismo e o governo Jango: populismo e/ou radicalismo político [...] e corrupção” (Azevedo, 2017, p. 187).

## *As teses: três conclusões sobre o jornalismo brasileiro como ator político*

No livro, Azevedo apresenta, por fim, três grandes teses:

***Tese 1:*** *A grande imprensa brasileira, nos momentos democráticos, tanto no passado como no presente, atuou e atua no campo da mídia, de forma paralela às forças políticas de centro-direita;*

Para tanto, Azevedo retoma o resgate histórico do papel político dos grandes jornais – como *JB* e *Correio da Manhã* – durante o período pré-64, que foi inibido pela repressão e censura do período autoritário. Com a retomada da democracia pós-1985, durante as eleições presidenciais, há um posicionamento editorial de *O Globo* e do *Estadão*, a favor de candidatos de centro-direita. Mesmo a *Folha de S. Paulo* – que sustenta uma posição editorial de neutralidade – apresentou um posicionamento editorial fortemente negativo em relação aos petistas e ao partido.

***Tese 2:*** *O alinhamento da grande imprensa com as coalizões de centro-direita, tanto no passado quanto no presente, expressa um alinhamento histórico de fundo ideológico que contrapõe o liberalismo VS o nacional-desenvolvimentismo;*

Para sustentar essa tese, Azevedo argumenta que, tanto no período do passado, quanto no presente, as disputas presidenciais se polarizavam entre representantes de forças liberal-conservadoras e forças do nacional-desenvolvimentismo (Lamounier, 2005). E que, neste sentido, os editoriais dos jornais, naquele e neste momento da democracia, apoiam abertamente os candidatos liberais.

Contudo, os jornais da atualidade têm maior caráter de organizações comerciais voltadas para a autonomia financeira, o que serviria de substrato para a tese de que esse apoio se

daria mais por interesse de fidelizar o cliente-leitor, reproduzindo ideais que comungam (Lattman-Weltman, 2016), do que necessariamente um alinhamento ideológico. “(...) estamos diante de um dilema do tipo Tostines: ‘o biscoito vende mais porque é fresquinho ou é fresquinho porque vende mais?’” (Azevedo, 2017, p. 204).

Neste sentido, destaca o autor, é a perspectiva histórica que permite que a hipótese mais robusta e de maior amplitude explicativa seja a da afinidade da grande imprensa com o ideário liberal-conservador, mais forte no caso d’*O Globo* e *Estadão*, embora não se ausente também no caso da *FSP*. Esse paralelismo político de grau médio (Blumer;Gurevitch, 1975) não seria necessariamente produto de conspiração entre dirigentes partidários e donos dos meios de comunicação, mas de caráter estrutural derivado da tensão entre os valores ideológicos antagônicos da grande imprensa tradicional e o projeto petista. Tanto que este tensionamento foi “atenuado” no momento “em que o PT se deslocou para o centro político e se transformou num partido da ‘ordem’, para usar uma expressão gramsciana, se redefinindo como um partido socialdemocrata, integrado ao sistema político e admitindo a ortodoxia econômica (Carta aos Brasileiros)” (Azevedo, 2017, p. 205).

***Tese 3:*** *Tanto no passado quanto no presente, os pacotes interpretativos principais acionados pela grande imprensa contra as forças de centro-esquerda (varguismo/governo Jango/petismo) foram os temas do radicalismo/populismo e da corrupção.*

Por fim, o autor ressalta que os pacotes interpretativos identificados na análise dos editoriais, apesar de englobar processos conjunturais, demonstram, de fato, uma linha de continuidade histórica das críticas aos representantes que estão no espectro ideológico contrário dos jornais. Os dois pacotes mais predominantes e negativos ao Partido dos Trabalhadores, bem como a seus líderes, candidatos e governantes, foram enquadramentos utilizados também de modo predominante pela grande imprensa nos anos 1950 e 1960. E conclui:

Há, portanto, uma notável linha de continuidade na narrativa que estrutura a postura política nos três grandes jornais nacionais diante de partidos, lideranças e governos de centro-esquerda e no acionamento dos pacotes interpretativos baseados nos enquadramentos de fundo ideológico e moralista, reproduzindo, desta maneira, as armas retóricas usadas pelas forças liberais na luta partidária. (Azevedo, 2017, p. 207).

### *Considerações finais*

O livro “A grande imprensa e o PT (1989 a 2014)” tem como um dos seus pontos fortes a qualidade de ser uma contribuição atual e vigorosa, com um trabalho empírico de fôlego, sobre a grande imprensa brasileira no período recente. Além disso, apresenta-se realmente como resultado de décadas de reflexão, trazendo um arcabouço teórico de referência para as pesquisas na área, sem se esquivar de enfrentar os debates teóricos e metodológicos do campo.

Ao mesmo tempo, como toda pesquisa e trabalho acadêmico, tem suas lacunas. Acreditamos que um dos pontos controversos pode estar nas conclusões e teses apresentadas, que estão longe de ter consenso no campo. E, neste sentido, o alinhamento ideológico – com o qual concordamos – poderia ser mais fortemente blindado ao trazer dados de pesquisa nas redações, junto aos atores-emissores de notícias, como proposto por trabalhos que consideram variável independente as representações e percepções dos jornalistas sobre temas gerais da política e os enquadramentos dos textos. De toda forma, a escolha de editoriais minimiza essa lacuna, já que, nos editoriais, os jornais se posicionam. Mas, ainda assim, toma o pressuposto de que o texto é a expressão sincera dos interesses e posicionamentos dos jornais, o que pode ser atravessado, por exemplo, por outras questões. Considerando que os barões da mídia são atores racionais, essa expressão de posição é orientada por cálculos de perdas e ganhos e, nesse processo, nem sempre ganha a ideologia.

Ao mesmo tempo, a sugestão de trazer para a análise a fala de editores a fim de sedimentar o argumento sobre os posicionamentos ideológicos das empresas também não foge a limitações e críticas. Isto porque a admissão de posicionamentos ideologicamente orientados iria “ferir de morte” as bases normativas que orientam a prática jornalística

nacional: a sustentação de neutralidade e imparcialidade dos veículos. Assim, seria difícil imaginar editores admitindo que as empresas às quais estão ligados criticam determinadas lideranças por diferenças ideológicas e não por estarem fazendo seu papel social e cidadão de *watchdog*. Entretanto, é possível realizar investigações interessantes a partir da análise interna dos processos que permeiam o jornalismo e suas expressões ideológicas. Por fim, importante ressaltar que a análise proposta no livro instiga novas questões, como a verificação desta mesma postura de forma histórica em outros *medias*, como a televisão ou mesmo a Internet; bem como o cruzamento dos dados sobre o PT com dados sobre o PSDB, seus presidentes, candidatos e lideranças, que ainda não foram analisados num espectro temporal amplo. Sabemos, neste sentido, que dos sete pleitos presidenciais, apenas no de 1989, o PSDB não teve candidato competitivo. Temos, então, um conjunto de seis eleições que podem servir de *locus* para confirmar ou refutar achados da literatura. De toda forma, essas são apenas algumas das várias tendências que o trabalho de Azevedo aponta, demonstrando como o tema ainda é fértil de investigações.

### *Referência do Livro*

AZEVEDO, F. A. *A grande imprensa e o PT (1989-2014)*. Edufscar, São Carlos, 2017.

### *Referências*

ALDÉ, A; MENDES, G; FIGUEIREDO, M. Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006: In LIMA, V.A. (Org.) *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, p. 65-87, 2007.

ALBUQUERQUE, A. O Paralelismo político em questão. In: *Revista Compolítica*, v. 2, n. 1, p. 6-28, jan-jun, 2012a.

\_\_\_\_\_ On models and margins: Comparative media models viewed from a Brazilian perspective. In: HALLIN D; MANCINI P. (eds.) *Comparing Media Systems Beyond Western World*. Cambridge: Cambridge University Press, p.72-95, 2012b.

BLUMLER, J.G; GUREVITCH, M. Towards a comparative framework for Political Communication research in: BLUMLER J.G. E GUREVITCH, M. (eds), *The crisis of public communication*, p. 59-72, London: Routledge, 1975.

BRITO, M. J.. Entidades de imprensa e Fecomercio estudam ir ao STF contra plano de direitos humanos. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/mat/2010/03/18/entidades-de-imprensa->

fecomercio-estudam-ir-ao-stf-contra-plano-de-direitos-humanos916107358.asp> Acesso em: 16 de maio de 2016.

DAHL, R. *La Poliarquia: Participación y Oposición*. Madrid: Editorial Tecnos, 1989.

DONSBACH, W; PATTERSON, T. E. Political news journalists: Partisanship, professionalism, and political role in five countries. In: ESSER, F; PFESCH, B. (ed.) *Comparing political communication: Theories, cases, and challenges*. p. 251-270, Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

DOWNS, A. *Uma teoria econômica da democracia*. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

FERES JÚNIOR, J. “*Em defesa das valências, ou como verter vícios privados em virtudes públicas*”. Paper apresentado ao 39º. Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, 2015.

ENTMAN, R. *Framing toward a clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication, vol. 43, nº 4, p. 51-58, 1993.

GAMSON, W; MODIGLIANI, A. *Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach*. American Journal of Sociology, vol. 95, p. 137, 1989.

HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALLIN, D; MANCINI, P. *Sistemas de mídia: Estudo comparativo (três modelos de comunicação e política)*, Lisboa: Livros Horizontes, 2010.

LAMOUNIER, B. *Da independência a Lula: dois séculos de política brasileira*, São Paulo: Augurium Editora, 2005.

LATTMAN-WELTMAN F. “*Fidelidade ou credibilidade? Desafios políticos ao jornalismo brasileiro contemporâneo*”. Paper apresentado no X Encontro Anual da ABCP, 22 f; Belo-Horizonte, 2016.

LIMA, J. A. Por uma análise de conteúdo mais fiável. In: *Revista portuguesa de Pedagogia*. Ano 47, vol. I, 2013, p. 7-29

MANCHETÔMETRO. Metodologia. Disponível em <  
<http://www.manchetometro.com.br/metodologia/>>. Acesso em: 09 de Abril de 2016.

MIGUEL, L. F. Quanto vale uma valência. *Revista Brasileira de Ciência Política*, no 17. Brasília: maio-agosto de 2015, p. 165-178.

OLIVEIRA, G. *Relações de agenda e enquadramentos entre a imprensa e a propaganda negativa eleitoral nas eleições presidenciais de 2014*. Tese (Doutorado). 2017. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.

SEYMOUR-URE, C. *The political Impact off Mass Media*, Londres: Constable, Sage, 1974.

SWANSON, D. L; MANCINI, P. *Politics, media, and modern democracy: International study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. London: Praeger, 1996.

***A autora***

Lucy Oliveira é pós-doutoranda em Ciência Política – NECI/CEBRAP. Doutora em Ciência Política – PPGPol/UFSCar. [lucyjorn.al@gmail.com](mailto:lucyjorn.al@gmail.com)