

Dissertação de Mestrado

RELAÇÕES ENTRE JORNALISTAS E MEMBROS DO MINISTÉRIO PÚBLICO: ATUAÇÃO FISCAL E INTERESSE PÚBLICO

Guilherme Longo Triches



Guilherme Longo Triches

**RELAÇÕES ENTRE JORNALISTAS E
MEMBROS DO MINISTÉRIO PÚBLICO:
ATUAÇÃO FISCAL E INTERESSE PÚBLICO**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento parcial às exigências para obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rogério
Christofoletti

Florianópolis
2013

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Triches, Guilherme

Relações entre jornalistas e membros do Ministério
Público : atuação fiscal e interesse público / Guilherme
Triches ; orientador, Rogério Christofolletti -
Florianópolis, SC, 2013.

141 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

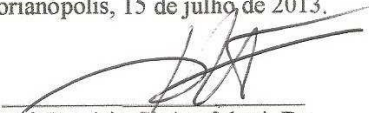
1. Jornalismo. 2. Interesse público. 3. Accountability.
4. Relacionamento com as fontes. 5. Quarto Poder. I.
Christofolletti, Rogério. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III.
Título.

Guilherme Longo Triches

**RELAÇÕES ENTRE JORNALISTAS E
MEMBROS DO MINISTÉRIO PÚBLICO:
ATUAÇÃO FISCAL E INTERESSE PÚBLICO**


Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 15 de julho, de 2013.



Prof. Rogério Christofoletti, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:



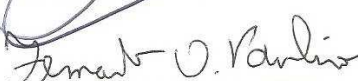
Prof. Rogério Christofoletti, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Francisco José Castilhos Karam, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Mauro César Silveira, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Fernando Oliveira Paulino, Dr.
Universidade de Brasília

AGRADECIMENTOS

Minha carreira acadêmica e profissional muito tem a ver com o caminho que trilhei até culminar com esta dissertação. Tive mestres. Conquistei amigos. Nunca parei de estudar. Agradeço a todos, professores e colegas de aula e trabalho, que me incentivaram a seguir pesquisando e trabalhando formas de aperfeiçoar-me nos meus campos de formação: Jornalismo e Administração Pública. À Universidade Federal e ao Ministério Público, com esta dissertação, presto uma espécie de retorno: a primeira viabilizou meus estudos, enquanto que o segundo oportuniza o trabalho em uma instituição de bom grado na sociedade.

Agradeço também a minha família e amigos próximos. Sempre me apoiaram. Agradeço ao meu orientador, Professor Doutor Rogério Christofolletti, por me guiar na execução deste trabalho. Agradeço também aos entrevistados que, entendendo a importância do estudo, disponibilizaram tempo para falar acerca da relação entre jornalistas e membros do Ministério Público.

Por fim, agradeço a Deus, cuja parceria diária tem me feito acreditar num amanhã melhor.

RESUMO

A redemocratização do Brasil na década de 1980 e a promulgação da Constituição Federal de 1988 viabilizaram maior participação da sociedade sobre as ações tomadas no âmbito da administração pública. Esta redemocratização, além de propiciar eleições diretas, permitiu que instituições fossem criadas ou remodeladas para assumir um papel de monitoramento da atividade estatal. Dentre estas, pode-se citar, por exemplo, os Tribunais de Contas, as agências reguladoras, o Conselho Nacional de Justiça e as organizações não-governamentais. Neste movimento criado em função da fiscalização do poder público, o Ministério Público e as empresas de jornalismo também encamparam ou reativaram sua atuação fiscal, sendo, muitas vezes, os organismos que trazem à tona as ilegalidades e as imoralidades, tais como os atos de corrupção. Assim, observa-se coincidência na atuação de ambos, sobretudo no que diz respeito à persecução do interesse público e da *accountability*. Esta última caracteriza-se por responsabilizar os entes – no caso, públicos – por suas ações. Além das semelhanças, notam-se igualmente diferenças orgânicas entre a atuação dos membros do Ministério Público e dos jornalistas. Para além das coincidências e discordâncias, observa-se que muito do trabalho de um decorre das ações promovidas pelo outro. Dessa forma, este estudo, através de entrevistas em profundidade com cinco jornalistas e cinco membros do Ministério Público, elenca concepções e situações que contextualizam e exemplificam as relações entre ambos, tais como as observadas nas relações ecológicas. Mapeando-as, o estudo visou contribuir com os dois campos, atentando, sobretudo, para as potencialidades atreladas à relação cooperativa destes dois agentes fiscalizadores chamados ao longo do tempo de “Quarto Poder”.

Palavras-chave: Jornalismo. Interesse Público. *Accountability*. Relacionamento com as fontes. Quarto Poder.

ABSTRACT

The redemocratization of Brazil at 1980's and the promulgation of the Federal Constitution in the same decade, has made possible greater participation of society. This redemocratization, as well as existence of direct elections for public offices, allowed monitoring the activities of the State. Some organizations have been created or renovated for this purpose such as Audit Courts, Regulatory Agencies, National Judicial Council and non-governmental organizations. Public Ministry and journalism organizations were also renovated, and often, are the only ones that presents illegalities and immoralities to society. Thus, there is a coincidence in the performance of both, especially with regard to the pursuit of the public interest and accountability. Besides the similarities, there are structural differences between the performance of the Public Ministry and the work of journalists. On functional performance, much of the work done by one of them derives from the action of another. Thus, this study, through in-depth interviews with five journalists and five promoters, presents concepts and situations that contextualize and illustrate the variety of relationships between them, such as those observed in ecological relationships. Mapping them, the study aims to contribute to both areas, with particular attention to the potential of the relationship between these two enforcement agents called "Fourth Estate".

Keywords: Journalism. Public Interest. Accountability. Relationships with sources. Fourth Estate.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Interações da sociedade, jornalismo e Ministério Público	49
Figura 2: Casos célebres de revelações da imprensa (1)	56
Figura 3: Casos célebres de revelações da imprensa (2)	57
Figura 4: Mobilizações contrárias à PEC 37.....	64
Figura 5: Apoios à campanha “o que você tem a ver com a corrupção?” ...	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Comparação entre importância e interesse..	35
Tabela 2: Valores de membros do Ministério Público e jornalistas.	53
Tabela 3: Relações ecológicas e consequências para as espécies.....	80
Tabela 4: Exemplos hipotéticos das relações harmônicas.	81
Tabela 5: Exemplos hipotéticos das relações desarmônicas.....	82

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	17
2 INTERESSE PÚBLICO E <i>ACCOUNTABILITY</i> : DOIS CONCEITOS PRIMORDIAIS AO JORNALISMO DA ATUALIDADE.....	20
2.1 O interesse público e o ponto de vista jurídico-estatal.....	22
2.2 O interesse público e os pontos de vista mercadológico e da mídia.....	25
2.3 O interesse público e os pontos de vista jornalístico e da sociedade.....	28
2.4 <i>Accountability</i> : A transparência e a responsabilização como princípios e marcas da contemporaneidade.....	37
3 JORNALISMO E MINISTÉRIO PÚBLICO: CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS.....	51
3.1 Os pontos convergentes entre o Jornalismo e o Ministério Público.....	52
3.2 Os pontos divergentes entre o Jornalismo e o Ministério Público.....	58
3.3 O relacionamento com as fontes: Um paralelo com as relações ecológicas.....	62
3.3.1 Relações ecológicas harmônicas.....	67
3.3.2 Relações ecológicas desarmônicas.....	72
4 ESTUDO DAS RELAÇÕES ENTRE MEMBROS DO MINISTÉRIO PÚBLICO E JORNALISTAS.....	83
4.1 Aspectos Metodológicos.....	83
4.2 Os jornalistas.....	84
4.2.1 Aspectos Gerais.....	85
4.2.1 Aspectos Conceituais.....	92
4.2.2 Aspectos Metodológicos e Estruturais.....	97
4.2.3 Quarto Poder.....	103
4.3 Os membros do Ministério Público.....	106
4.3.1 Aspectos Gerais.....	107
4.3.2 Aspectos Conceituais.....	112
4.3.3 Aspectos Metodológicos e Estruturais.....	115
4.2.4 Quarto Poder.....	123
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	126
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	132
APÊNDICES.....	139

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por **objeto da pesquisa** as relações entre jornalistas e membros do Ministério Público, haja vista que o trabalho de ambos tem um foco comum: os interesses da sociedade.

O **problema de pesquisa** relaciona-se à redemocratização e à promulgação da Constituição Federal ocorridas na década de 1980. Ambas propuseram maior abertura e participação, haja vista, por exemplo, a volta de eleições diretas para Presidência da República. Tal participação implicou em maior fiscalização sobre as instituições públicas. De lá para cá, Alberto Carlos de Almeida (2012, p. 17) cita instituições e institutos que sobrevieram em nome do controle: Ministério Público, Justiça, Tribunais de Contas, Tribunais Regionais Eleitorais, Agências Reguladoras, leis, Conselho Nacional de Justiça, Cursos e Estudos Universitários, procuradorias, corregedorias etc. A Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) é um dos últimos destes institutos que reforçam a “cultura da fiscalização”.

Esta “cultura da fiscalização” ativada ao longo do tempo cria um ambiente que induz à coparticipação de vários atores, dentre os quais o membro do Ministério Público e o jornalista. Segundo o Guia do Ministério Público de Santa Catarina (2009, p. 4), Ministério Público e empresas jornalísticas tem um foco em comum: os interesses da sociedade, “uma cumprindo a função social de informar o cidadão sobre seus direitos, a outra exercendo o dever constitucional de garanti-los.” Este mesmo Guia, no entanto, levanta uma problemática: “justamente deste ponto em comum, que deveria aproximá-los, é que muitas vezes, surgem os mal-entendidos e as imprecisões.” (SANTA CATARINA, 2009, p. 5)

Na medida em que o Ministério Público é hoje uma das principais fontes de reportagens investigativas publicadas nas revistas de maior circulação do país¹, este trabalho apresenta a **justificativa** igualmente manifestada por Aldo Antônio Schmitz (2010, p. 126) quanto à relação

¹ Constatação feita pelo jornalista e pesquisador Solano Nascimento em sua tese de doutoramento. Tal trabalho redundou no premiado livro “Os novos escribas: O fenômeno do jornalismo sobre investigação no Brasil” (Prêmio Esso 2010 de melhor contribuição à imprensa). Solano Nascimento foi um dos entrevistados para esta dissertação.

entre os jornalistas e as fontes. Segundo ele, “essa relação está imbricada num processo complexo, simultaneamente conflitante e conveniente a ambos.”

Objetivo (s)

- Investigar como se configuram as relações entre jornalistas e membros do Ministério Público.
- Identificar as relações possíveis entre jornalistas e membros do Ministério Público, a exemplo do que acontece com a Biologia com as relações ecológicas.

Quanto à **metodologia**, após estudo teórico prévio, foi realizada pesquisa de campo. Foram instrumentalizadas entrevistas semiestruturadas em profundidade com cinco membros do Ministério Público cujo trabalho tem sido frequentemente veiculado na mídia. Considerando a característica de “Poder” atribuída ao Ministério Público, foram inquiridos cinco repórteres cujo trabalho se relaciona à cobertura dos três poderes constituídos. Subsidiariamente, para a seleção, também foram observadas matérias feitas pelos jornalistas em editorias que correspondem aos assuntos fiscalizados pelo Ministério Público, quais sejam: Moralidade Administrativa, Infância e Juventude, Meio Ambiente, Direitos do Consumidor etc.

Como dito, as entrevistas foram semiestruturadas. Estas, segundo Antonio Chizzotti, “fazem variar o grau de liberdade entre os interlocutores e o tipo de resposta do entrevistado”. (2006, p. 58) Como não se pretendeu estandardizar as contribuições dos inquiridos, as respostas foram registradas a partir de questões previamente elaboradas sobre as quais o entrevistado discorreu.

As entrevistas foram individuais e aplicadas de modo a buscar informações, percepções e experiências, que esclarecessem a relação entre jornalistas e fontes. As informações colhidas foram agrupadas, observando temas comuns, de forma que cada categoria criada fosse uma unidade de análise completa e única em si mesma. (DUARTE, 2008, P. 78-79) Na seção 4.1, a metodologia utilizada será mais bem detalhada.

No que diz respeito à **estrutura do trabalho**, o mesmo foi esquematizado em três capítulos. O capítulo inicial trata de dois conceitos primordiais ao jornalismo contemporâneo: O interesse público e a

accountability. No que diz respeito ao “interesse público”, este foi revisto no que tange ao seu entendimento jurídico, sua concepção relacionada à mídia e sua visão atrelada ao jornalismo. No que diz respeito à *accountability*, a análise também se deu pelo seu entendimento lato, convergindo ao viés jornalístico.

No capítulo seguinte foram trabalhados dois atores fundamentais à sociedade contemporânea brasileira: jornalistas e membros do Ministério Público. Além de suas atuações dissociadas, buscou-se também entremeá-los, na medida em que um é fonte do outro. Algumas relações possíveis entre jornalistas e membros do Ministério Público foram vislumbradas e comparadas às relações ecológicas. Estas são um parâmetro pré-existente às relações humanas.

O capítulo final apresenta excertos das entrevistas com os jornalistas e membros do Ministério Público selecionados, mostrando experiências e percepções acerca da relação entre eles. Complementando a análise, a seção “Considerações Finais” traz as impressões deste pesquisador sobre as informações obtidas.

2 INTERESSE PÚBLICO E ACCOUNTABILITY: DOIS CONCEITOS PRIMORDIAIS AO JORNALISMO DA ATUALIDADE

Um dos temas recorrentes nos manuais de redação e códigos de ética dos jornalistas é o chamado “interesse público”. Tal conceito, assim como baliza a atuação jornalística, está – ou deve estar – inserido no “agir” de outras profissões que tem o público como alvo de sua atividade-fim. Assim, as autoridades e funcionários dos poderes executivo, legislativo, judiciário, do Ministério Público e de outras estruturas do Estado devem sucumbir a este interesse. Inicialmente, pode-se dizer que dois principais fatores aproximam o conceito de “interesse público” utilizado no serviço público e no jornalismo.

O primeiro diz respeito à submissão precípua às leis gerais do País². Apesar da existência de códigos e manuais próprios do jornalismo, tais regramentos não devem afrontar, por exemplo, a Constituição Federal. Pelo lado dos servidores públicos, estes só podem fazer o que está descrito nas leis, ou seja, a lei não é facultativa. Estando os códigos, manuais e ações práticas coadunando com as leis maiores do Brasil, o “interesse público” constante neles não pode divergir em grande escala.

O segundo fator diz respeito à atividade jornalística ser equiparada a um serviço público propriamente dito. Denis McQuail (2012, p. 96) fala da existência de um “status semipúblico da mídia.” Dessa forma, enquanto serviço público, o jornalismo não poderia afrontar o “interesse público”, da mesma forma como o Estado não pode agir caso tal interesse não seja o balizador da ação.

Além destes dois fatores estruturais (submissão às leis e status público), há aproximações entre jornalismo e serviço público decorrentes da readequação das áreas ao período histórico vivenciado. O jornalismo, por exemplo, mesmo em períodos ditatoriais, encampou sozinho a função de

2 Segundo o manual de redação de O Globo, “a atividade jornalística – além de, obviamente, obedecer às leis do país – tem critérios éticos próprios. É a própria imprensa que, por sentimento de dever e interesse próprio (uma vez que não sobrevive sem a estima e o respeito da coletividade), escolhe suas regras específicas de conduta”. (GARCIA, 1997, p. 83)

“cão de guarda”³ dos poderes executivo, legislativo e judiciário. Assim, protagonizava – bem ou mal – o monitoramento das ações efetivadas em âmbito público.

Após os governos militares, em contextos mais democráticos, a própria administração pública passou a ser fiscalizadora, equiparando-se e fomentando a fiscalização jornalística. Segundo Solano Nascimento (2010, p. 11), a retomada das eleições diretas e o avanço da redemocratização “ampliaram a liberdade de imprensa e reforçaram a estabilidade e a independência entre os poderes, fator capaz de estimular a vigilância recíproca e favorecer a descoberta de irregularidades”.

Esta vigilância – recíproca e por parte da imprensa – relaciona-se à democracia. Com a redemocratização, a população foi “autorizada” a conhecer da gestão pública. Além disso, a tecnologia tem instrumentalizado à participação da sociedade no âmbito público através das interações que proporciona.

Segundo Michael Schudson (2010, p. 58), na década 1830, os Estados Unidos foram transformados a partir da democracia. Os valores aristocráticos deram lugar a uma “democracia de mercado igualitária, em que o capital tinha uma nova influência, o indivíduo, um novo status e a corrida pelos interesses pessoais, uma nova reputação”.

Com a democracia, os interesses individuais e o mercado provocaram nova configuração de forças na sociedade. Aspectos mercadológicos passaram a influenciar o modo de fazer jornalismo e de governar. Assim, tanto o “interesse público”, quanto o “interesse do público” enquanto consumidor, passaram a ser considerados pelas empresas jornalísticas.

Relevante reparar que a democracia só é possível com a parcimônia do Estado. O “uso da força” garantido a algumas estruturas do aparato público pode inviabilizar qualquer ato ou manifestação da população. No entanto, o Estado se beneficia da democracia. No contexto democrático, o governo pode adotar a característica que julgar procedente. Por exemplo:

3 Segundo Denis McQuail (2012, p. 131), a função “cão de guarda” do jornalismo contra abusos e a corrupção no âmbito público “tem sido a base da autoimagem jornalística, da mitologia sobre a imprensa e da teoria política democrática ocidental.”

Há uma corrente de administração pública, chamada “gerencial”, que considera a “coisa pública” sob a ótica do privado. Há também uma corrente que propõe ampla participação da sociedade. Ambas serão apresentadas no decorrer deste trabalho. Nas duas correntes, mecanismos de controle da administração foram disponibilizados à sociedade e à imprensa, no intuito de prestar contas. Assim, as estruturas do aparato estatal têm disponibilizado dados e, conseqüentemente, se responsabilizado pelas condutas tomadas. Esta responsabilização atribuída à administração pública recebe um nome: *accountability*.

Os conceitos de *accountability* e de “interesse público” serão o foco deste capítulo. Tais termos são significativos ao jornalismo, na medida em que justificam e embasam a atuação fiscal (“cão de guarda”) da imprensa na atualidade.

2.1 O interesse público e o ponto de vista jurídico-estatal

A mídia é, simultaneamente, “uma indústria, um serviço público e uma instituição política” (BERTRAND, 1999, p. 4). Ela agrega, dentre uma variedade de conteúdos, o jornalismo. Logo, o jornalismo está inserido na mídia. Apesar desta inserção, o jornalismo apresenta particularidades, sobretudo se for conceituado como *Hard News*⁴. Este viés do jornalismo o diferencia dos conteúdos de entretenimento veiculados pela mídia.

Assim como o jornalismo está inserido nos meios de comunicação, a mídia está inserida num território geográfico onde ela opera. Sendo “indústria, serviço público e instituição política”, é balizada por regulamentos nacionais, tanto gerais, quanto específicos. Assim, sucumbe as regras criadas pelos legisladores, bem como se auto-normatiza.

Nesta estratificação envolvendo Estado, mídia e jornalismo, as regras de cada esfera tratam de alguns temas comuns, porém com especificidades. O “interesse público” é exemplo. Enquanto conceito jurídico, o “interesse

4 *Hard News* é uma expressão que faz referência às “notícias do dia”, cujo tempo de veiculação após a apuração é primordial ao efeito junto ao público. É considerado o conteúdo sério de um noticiário, focando particularmente, segundo Eduardo Meditsch (1996, p. 158) em Política e Economia. Referindo-se ao rádio, o mesmo autor (1996, p. 97), diz que as *hard news* representam a espinha dorsal de uma programação informativa. As *hard news* fornecem o conteúdo que o público efetivamente precisa, enquanto que as *soft news* visam mais ao entretenimento.

público” é imperativo para a legal atuação das organizações no âmbito público. Já do ponto de vista do jornalismo, é adotado como critério para aferir noticiabilidade a um fato.

Apesar de ter sua finalidade pública, dificilmente haverá vetos de cunho oficial ao jornalismo caso dirima o “interesse público” em função de outros interesses. Por outro lado, do ponto de vista jurídico, Celso Antônio Bandeira de Mello (2008, p. 58) enaltece a importância da noção de “interesse público” no âmbito público: “Se fosse necessário referir algo para encarecer-lhe o relevo, bastaria mencionar que, como acentuam os estudiosos, qualquer ato administrativo que dele se desencontre será necessariamente inválido.

Para conceituar “interesse público”, habitualmente pensa-se no seu oposto: o interesse privado. Assim, o “interesse público” poderia ser taxado como o interesse de todos, em oposição ao interesse privado e individual. No entanto, faz-se necessário atentar que, apesar de referir-se ao conjunto social, o “interesse público” não se confunde com o simples somatório dos interesses individuais. É preciso ter em conta a dimensão pública destes interesses individuais. (MELLO, 2008, p. 61)

O conceito jurídico de “interesse público” é de significativa importância na medida em que protagoniza um princípio constitucional da administração pública: “Supremacia do interesse público sobre o interesse privado” (MELLO, 2008, p.96). Tal princípio pode ser evocado em caso de desapropriações de particulares pelo poder público, por exemplo. Segundo Celso Antônio Bandeira de Mello (2008, p. 70), “significa que o Poder Público se encontra em situação de autoridade, de comando, relativamente aos particulares, como indispensável condição para gerir os interesses públicos postos em confronto”.

O artigo 1º da Constituição Federal dispõe que: “Todo poder emana do povo, que exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição”. Este dispositivo indica que os eleitos são representantes da população e “emanam” aquilo que ela deseja. Assim, as leis, elaboradas pelos eleitos, conteriam teor “emanado” da sociedade. O executor da lei não precisaria se preocupar em refletir sobre o ordenamento proposto, pois teoricamente o “interesse público” estaria previsto nesta legislação. Segundo Bandeira de Mello (2008, p. 81), tem-se uma situação coativa: “o interesse público, tal como foi fixado, tem que ser prosseguido, uma vez que a lei assim determinou”.

Janet V. Denhardt e Robert B. Denhardt (2007), baseando-se no esquema de Clarke Cochran (1974), classificam esta visão de “interesse público” como sendo normativa. Segundo os autores, esta classificação é utilizada não para descrever o que é, mas sim o que deveria ser. Janet V. Denhardt e Robert B. Denhardt (2007, p. 69), citando E. Pendleton Herring (1936), dizem que “o interesse público é o padrão que orienta o administrador na execução da lei”.

Em contraste com a corrente normativa, há a visão abolicionista. Os defensores desta visão argumentam que o conceito de “interesse público” não é nem significativo, nem importante; e representam, conforme o casal Denhardt (2007, p. 72), “o sub-produto de escolhas individuais.” Como visto na interpretação de Celso Antônio Bandeira de Mello, do ponto de vista da administração pública, o “interesse público” não pode ser encarado somente como o simples somatório dos interesses individuais. De qualquer forma, é possível ver a influência das escolhas individuais ou de grupos específicos sobre as leis do país.

Além da visão normativa e da visão abolicionista, um terceiro modelo também vigente é chamado de teorias políticas de processo. Os defensores desta visão sugerem que o processo é mais importante do que a definição do “interesse público”. Assim, segundo Janet V. Denhardt e Robert B. Denhardt (2007, p. 70), o “interesse público” seria fruto, por exemplo, do processo eleitoral, onde cidadãos elegem representantes. Estes, na teoria, levam a frente o interesse do público mediante sua representação em âmbito político.

Por fim, além destas três visões, há o modelo dos valores compartilhados. Segundo ela, os administradores públicos tem função de articular a participação popular na definição do que é “interesse público”. Conforme o casal Denhardt (2007, p. 73), quando o governo age em prol do interesse do público, a confiança dos cidadãos é melhorada. Inversamente, quando a confiança da população é reforçada, os cidadãos tendem a agir em função dos interesses compartilhados.

No âmbito da administração pública, um modelo pode ficar mais evidente que outro a depender do período histórico e das influências que o aparato estatal recebe da sociedade e do mercado. As correntes contemporâneas de administração pública que determinam qual “interesse público” será preconizado são três: velha administração pública, novo negócio público e novo serviço público. Nesta primeira seção que foca o

ponto de vista jurídico-estatal, apenas a velha administração pública será tratada. A justificativa de ser tratada separada das demais está relacionada à influência que recebe do ambiente externo. Comparativamente, a velha administração pública recebe menos influência do mercado e da sociedade que as outras correntes.

Segundo Kelly Cristina de Oliveira Costa e José Francisco Salm (2006, p. 4), o “interesse público”, segundo a velha administração pública, “é definido politicamente pelos eleitos e expresso em mecanismos legais.” Essa visão de “interesse público” embasa-se no, já citado, modelo normativo. As considerações de Celso Antônio Bandeira de Mello (2008, p. 100-101) reforçam a atualidade da velha administração pública e da correspondente concepção de “interesse público”. Segundo ele, o poder legislativo deve, impessoalmente, “definir na lei e na conformidade da Constituição os interesses públicos e os meios e modos de perseguir-los, cabendo ao Executivo, cumprindo ditas leis, dar-lhes a concreção necessária”.

2.2 O interesse público e os pontos de vista mercadológico e da mídia

Se a velha administração pública mantém-se atual, contemporânea também é a corrente do novo negócio público. Segundo Kelly Cristina de Oliveira Costa e José Francisco Salm (2006, p. 5), esta corrente de administração pública “caracteriza-se pelo foco no resultado, no alcance dos objetivos por meio da conduta e da postura de mercado”.

Se o governo apropria-se de práticas de mercado para administrar, o jornalismo da contemporaneidade também se relaciona a tais práticas. Os conglomerados de mídia representam esta perspectiva mercadológica. Dentro dos conglomerados, encontra-se o jornalismo. Segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, p. 53-54), “a conglomeração de negócios informativos ameaça a sobrevivência da imprensa como instituição independente, à medida que o jornalismo se converte em um setor subsidiário dentro das grandes corporações essencialmente voltadas para os negócios”.

Esta postura de mercado, quando relacionada ao governo, faz, por exemplo, que privatizações ocorram, fomentando a concorrência. Dessa forma, Kelly Cristina de Oliveira Costa e José Francisco Salm (2006, p. 5) dizem que se faz necessária a prestação de contas, pois na medida em que a

coisa pública é tratada pelo viés mercadológico, “as alternativas de investimento e aplicação podem ser contrárias ao interesse público”.

Os próprios entusiastas desta corrente tinham o receio quanto a contrariar o interesse do público e questionavam: Como não se isolar do público, interessando-se mais por questões técnicas do que por humanas, preferindo o interesse próprio ao espírito público? Robert B. Denhardt (2012, p. 174) cita o posicionamento de Frederick Mosher (1968), que atribuía à educação – universitária ou técnica – a saída para um comportamento mais humanizado.

Segundo Denhardt (2012, p. 174), muitas profissões estabeleceram códigos deontológicos, bem como as universidades focaram em questões éticas em seus cursos. No entanto, o autor questionava se estas iniciativas não eram “apenas reações de curto prazo a eventos políticos, como *Watergate*⁵”, ou se efetivamente influenciariam o desenvolvimento dos profissionais do serviço público. (DENHARDT, 2012, p. 174).

Apesar do autor estar tratando da formação ética e profissional dos administradores públicos, preocupação semelhante deve haver para com os jornalistas inseridos nos meios de comunicação. A estes também foram destinados códigos deontológicos. Para reflexão sobre a profissão, tão importante quanto os códigos, é a formação universitária. No entanto, pela regulamentação existente no Brasil, os pretensos jornalistas não têm sido estimulados a cursar o meio acadêmico, haja vista que o diploma universitário não é condição para o exercício da profissão.

Voltando à questão do “interesse público” do ponto de vista da mídia, Denis McQuail (2012, p. 38) sugere atentar à variante “realista” (DOWNS, 1962) ou de “interesse comum” (HELD, 1970). Segundo Virgínia Held, supõe-se que o “interesse público” é previamente comum a todos (MCQUAIL, 2012, p. 36). Os entusiastas desta concepção colocam o

5 *Watergate* é como ficou conhecido o episódio que provocou a renúncia do então presidente norte-americano Richard Nixon. Segundo o livro “Jornal Nacional: a notícia faz história” (2004, p.44), “no dia 17 de junho de 1972, cinco homens foram detidos por invadirem a sede do Comitê do Partido Democrata, no edifício *Watergate*, em Washington. O grupo pretendia instalar um grampo telefônico e usar as informações obtidas para ajudar a reeleger o republicano Richard Nixon. Embora a Casa Branca declarasse que desconhecia o fato, as explosivas reportagens dos jornalistas Bob Woodward e Carl Bernstein, do *Washington Post*, comprovaram o envolvimento do presidente e seus assessores no caso”.

que se acredita ser o bem geral acima de tudo. Nesta perspectiva, os governos oferecem serviços básicos de energia e abastecimento de água. Também nesta concepção, a mídia informa sobre programas de vacinação, por exemplo. Não há debates sobre a existência de interesse do público. Entende-se que tais benesses são tácitas à população.

Denis McQuail (2012, p. 17), assim como outros autores, também utiliza o antônimo para conceituar o que é “público”. Segundo o autor, “a palavra ‘público’ indica aquilo que está aberto, em oposição a fechado, o que está livremente disponível, em vez de privado, em relação ao acesso e à censura, o que é coletivo e comum, não individual e pessoal”. Por esta definição, nota-se que a expressão “público” pode se contrapor, além daquilo que é “privado”, também ao governo⁶.

Mesmo opondo-se à visão governamental, a livre expressão, que seria uma forma de vocalização do “interesse público”, consta na primeira emenda da Constituição dos Estados Unidos⁷ e na Constituição Federal Brasileira⁸.

Denis McQuail (2012, p. 80) pondera que “a mídia, em geral, não consegue escapar inteiramente das exigências pragmáticas e das expectativas normativas de seus diversos parceiros externos”. O autor também reforça que a mídia “não pode ignorar com impunidade as normas fundamentais à ‘boa-fé’ que sustentam sua credibilidade e apelo contínuo à sua própria audiência.” (MCQUAIL, 2012, p. 80)

Em relação aos parceiros externos, McQuail cita que por longo tempo, as questões normativas específicas relacionadas à mídia foram resolvidas em arenas políticas e judiciais. Segundo ele, “como resultado, surgiu um conjunto muito abrangente de princípios sobre o que a mídia deve, ou não deve, fazer com sua capacidade pública.” (MCQUAIL, 2012, p. 44)

6 O manual de redação e estilo de O Globo adverte que “interesse do governo não é sinônimo de interesse público. Não raramente, são antônimos”. (GARCIA, 1997, p. 85)

7 Segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, p. 32), na primeira emenda consta que “O congresso não fará nenhuma lei (...) reduzindo a liberdade de expressão ou da imprensa.”

8 O artigo 5º, inciso IX, da Constituição Federal, diz que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.”

Dentre os princípios elencados estão a liberdade, a justiça, a igualdade, a ordem e a solidariedade. Segundo o autor, “esses parecem ser os princípios básicos que regem a maior parte das expectativas em relação à comunicação pública, pois eles influenciam a discussão sobre outros problemas públicos fundamentais.” (MCQUAIL, 2012, p. 78)

Em relação ao princípio da ordem, Denis McQuail (2012, p. 248) esclarece que, segundo alguns pontos de vista, este atribui à mídia “a ‘função’ (ou finalidade implícita) de assegurar a continuidade de uma determinada ordem social, preservando o controle, consolidando um amplo consenso de valores, integrando atividades e estabelecendo pessoas e grupos na sociedade.” Como se sabe, durante os anos de ditadura militar no Brasil, os meios de comunicação, sobretudo a televisão, foram utilizados no sentido de integrar o país, haja vista suas dimensões continentais.⁹ No entanto, do ponto de vista exclusivo do jornalismo, impõe-se confronto do interesse público com outros princípios não elencados pelo autor, como o da imparcialidade. Denis McQuail (2012, p. 212), citando Rosengren (1980), diz que o jornalismo de um país “deve ser parcial de forma a refletir os valores básicos e as afinidades reais da população”. Segundo ele, “podem surgir problemas para a mídia caso ela tente ser imparcial sobre crimes cruéis, abuso de poder estatal, um inimigo nacional etc”. O autor também dá outro exemplo: “Há eventos (por exemplo, atentados terroristas contra pessoas inocentes) em que emoções tão fortes surgem que a neutralidade deixa de ser uma opção aceitável”.(MCQUAIL, 2012, p. 236)

2.3 O interesse público e os pontos de vista jornalístico e da sociedade

Segundo Nelson Traquina (2005, p. 128), “a teoria democrática aponta claramente para os meios de comunicação o papel de ‘mercado de ideias’ numa democracia, em que as diversas opiniões da sociedade podem ser ouvidas e discutidas”. Dessa forma, relacionando democracia e mercado, o autor revela a contemporaneidade e a convivência de ambos.

Esta convivência, além de influenciar o jornalismo, infere sobre a gestão pública. Como visto, pelo viés mercadológico e gerencial, a

9 “Implantada em 1950 e consolidada em meados da década de 1960 como parte do projeto de Integração Nacional dos governos militares, a TV brasileira foi, e ainda é, um importante agente integrador da cultura nacional.” (JACKS, 1999, p. 39)

administração pública pode ser concebida através da corrente intitulada novo negócio público. Pelo viés democrático, a corrente contemporânea que convive e contrapõe aos ideais de mercado é o novo serviço público. Esta é uma concepção que resgata “a dignidade humana, a confiança, o sentimento de pertencimento, a preocupação com os outros, o serviço e a cidadania suportados por valores compartilhados e pelo interesse público.” (COSTA; SALM, 2006, p. 6)

Segundo Robert. B. Denhardt (2012, p. 266), o novo serviço público também difere do novo negócio público pelo fato do governo ser um veículo voltado para o alcance dos valores compartilhados. Segundo ele, “o propósito do governo é fundamentalmente diferente do propósito dos negócios.” (DENHARDT, 2012, p. 266)

Em relação ao conceito de “interesse público” preconizado nesta concepção, Robert B. Denhardt (2012, p. 265) diz que os gestores têm que contribuir para a construção de uma noção coletiva. Segundo ele, o administrador público “não é o árbitro solitário do interesse público”.

O novo serviço público faz do governo um articulador. Segundo Janet e Robert Denhardt (2007, p. 77) “os administradores públicos devem trabalhar para assegurar que os cidadãos tenham voz em todas as fases de governança e não apenas no processo eleitoral”.

Enquanto articulador e dependente de confiança para buscar interação com as pessoas, o jornalismo possui pontos concordantes com a corrente de administração pública mencionada. No que diz respeito ao interesse público, o jornalismo, articula-se com a sociedade em função de três possibilidades: “O que os jornalistas acham que a audiência quer, O que realmente é oferecido como prioridade nas notícias; O que a audiência afirma querer” (MCQUAIL, 2012, p. 227).

A primeira destas possibilidades confere “poder” aos jornalistas. A segunda parece ser influenciada por pressões tais como anunciantes, fontes e proprietários dos veículos. Por fim, a terceira dá voz à população. Na seção anterior, porém, Denis McQuail já dizia que a noção de “interesse comum” deve balizar o trabalho do jornalista, fato que confere papel ativo ao jornalista, pois mais do que aquilo que “a audiência afirma querer” está aquilo que é basilar e incontestável enquanto interesse público. Segundo Mauro Wolf (1999, p. 213), o jornalista encontra-se na melhor posição para discernir o que é interessante para o público, “dada a sua capacidade de discriminação, que deriva do fato de estar imerso no mundo das notícias”.

Um estudo citado por Denis McQuail (2012, p. 208) apresenta que, na visão dos jornalistas, “a principal característica que determina se 'o registro de uma notícia vale a pena' é a 'consequência' dessa notícia para a audiência – quais fatos influenciam a vida das pessoas, o que elas precisam saber etc.” A repercussão, mesmo que seja uma mera previsão do jornalista, indicaria aquilo que ele interpreta como de interesse do público. Segundo Lorenzo Gomis (2002, p. 228), “o fato seria jornalisticamente interessante devido aos fatos que provocaria e aos comentários que suscitaria”.

Denis McQuail (2012, p. 232) fala que a audiência não se atenta somente à informação, mas também precisa identificar sentido no mundo em termos avaliativos. O autor reitera que “a maioria dos jornalistas acha que qualquer assunto que afete e interesse ao público deve exercer mais influência na seleção de notícias.” (MCQUAIL, 2012, p. 227) Nesta visão, o “interesse público” seria o interesse do público, ou seja, o próprio conceito de jornalismo adviria daquilo que a sociedade considera e espera do jornalismo.

Segundo Fernando Correia (1997, p.146), critérios mercadológicos, ou seja, relativos à concorrência, acabam também por conferir às audiências aquilo que conjectura “interesse público”: “a pressão do mercado e da concorrência acabam, muitas vezes, por impor, na prática, a subvalorização da importância, isto é, a subordinação do interesse público ao interesse do público”. Denis McQuail (2012, p.207) também vê esta subvalorização: “a precisão e a veracidade não teriam muito valor a menos que os ‘fatos’ em questão fossem relevantes aos eventos e aos interesses do público da mídia”.

Desconsiderando estas influências mercadológicas, o “interesse público” poderia ser interpretado como um somatório de critérios puramente jornalísticos. Denis McQuail (2012, p. 209) contextualiza esta visão: “Quanto 'maior' o evento (ou tópico), maior a quantidade de pessoas influenciadas; quanto mais imediato (pontualidade) for o impacto e 'mais próximo' às pessoas, (geográfica e culturalmente), maior será sua importância e, por isso, sua relevância”.

Segundo Lorenzo Gomis (2002, p. 227), “o importante é o que todos devemos saber; o interessante é aquilo que é agradável conhecer.” Nesta visão, importância e interesse não se excluem como o ideal a ser procurado. Tais conceitos parecem integrar o conceito de relevância. Ambos são “relevantes” ao jornalismo. Segundo Gomis, o ideal canônico do fato

noticioso “consiste em combinar fatos e comentários, integrar o importante e o interessante” (GOMIS, 2002, p. 228)

Na profissão de jornalista, este é convocado a tomar decisões a todo o momento. O profissional desempenha atividades diversas, porém integradas, tais como apurar, selecionar, redigir etc. Cada escolha numa etapa causa efeito na seguinte e no todo. Fernando Correia (1997, p. 139) cita as tomadas de decisão já no trabalho de seleção da pauta: “Muitas vezes acontece é que o jornalista, quase automaticamente, efetua uma avaliação recorrendo simultaneamente aos dois” (importância e interesse), opinião compartilhada por Liriam Sponholz (2009, p. 26). Lorenzo Gomis (2002, p. 229) complementa: “O que se entende que é menos noticiável, sequer chega aos leitores”.

O conceito de “interesse público” passou a ser considerado tardiamente na contemporaneidade. A partir do momento em que as democracias sobrevieram e delegaram “todo poder ao povo”, a sociedade ganhou uma ressignificação. No novo contexto, teoricamente, ela passa a compartilhar do poder. Antes, somente quem detinha um poder presumido possuía voz e contava a História. Com maior liberdade, há a possibilidade da sociedade também se expressar. Neste contexto, Nelson Traquina (2005, p. 43) diz que emergiram espaços públicos, onde as pessoas conviviam, tais como bares e cafés. Segundo ele, uma nova classe, a burguesia, ultrajou “as estruturas políticas da sociedade autocrática e o seu monopólio do poder político”.

A quebra deste monopólio, bem como o da igreja católica a partir da reforma protestante, proporcionou o desenvolvimento das ciências. Delas, decorreram os avanços tecnológicos, que alteraram o panorama econômico vigente. O campo atrasado deu lugar à fábrica inovadora. Do isolamento, as pessoas passaram à convivialidade das cidades. A sociedade se reconfigurou.

Michael Schudson (2010, p. 42), citando Hannah Arendt (1958, p. 33), conceitua sociedade como um “território curiosamente híbrido onde interesses privados assumem significado público.” O processo eleitoral é exemplar neste sentido. Apesar de ainda hoje a democracia estar em constante desenvolvimento, nota-se que, já no século XIX, os interesses privados ganhavam contornos públicos. “Se antes a participação política estava restrita a uma aristocracia, com as novas regras eleitorais, cada vez

mais homens brancos puderam se engajar politicamente.” (SPONHOLZ, 2009, p. 55)

Antes deste maior engajamento, apenas uma minoria participava do processo político. Para esta minoria existiam os jornais de então. Segundo Liriam Sponholz (2009, p. 55), havia dois tipos de jornal: “os de anúncios e os de partidos. Ambos eram caros e os últimos eram jornais para assinantes.” Neste contexto, surgiu a *penny press*. Estes eram jornais que, apesar de baratos (um centavo), sobreviviam economicamente da venda de seus exemplares e traziam histórias de interesse humano e temas não políticos.

Michael Schudson (2010, p. 32) informa que a maioria dos *penny press* declarava independência política. No contexto democrático, não queriam depender de assinantes. Segundo o autor, citando James Gordon Bennett, somente a imprensa *penny* poderia ser uma imprensa livre: “ela não se submete a nenhum dos seus leitores – não é conhecida por nenhum deles – e se mantém completamente ignorante sobre quem é seu leitor e quem não é”. (SCHUDSON, 2010, p. 32)

Assim como a democracia propiciou o ambiente favorável à propulsão do ideal atual de imprensa, esta – a imprensa – fomentou a democracia. Nesta via de mão dupla, temos primeiramente, na fala de Nelson Traquina (2005, p. 40), que

a expansão da imprensa foi alimentada pela crescente conquista de direitos fundamentais, como a liberdade, cerne de lutas políticas seculares que incendiaram revoltas e revoluções, valor central da emergência de um novo conceito de governação – a democracia.

No outro sentido, o novo jornalismo representado pela imprensa *penny* “conduzia a uma nova ordem, um universo social compartilhado em que o ‘público’ e o ‘privado’ seriam redefinidos” (SCHUDSON, 2010, p. 42). Nesta redefinição, o interesse privado em torno do que é público começa a emergir. Muito desta redefinição ficou a cargo do jornalista, que tinha que supor o que era de interesse do desconhecido leitor.

Quanto a isto, Mauro Wolf (1999, p. 213), apontando o posicionamento de Gans (1970), diz que o dever dos jornalistas “é apresentar programas informativos, não é satisfazer um público; quanto menos se debruçarem sobre o público, mais atenção podem dar às notícias.”

Esta distinção entre o público e os jornalistas aparece também nas palavras de Fernando Correia quando distingue interesse e importância (1997, p. 139-140). Segundo o autor, na avaliação do interesse, o jornalista tem de atender àquilo que ele pressupõe ser o interesse ou desinteresse do público em relação a determinado acontecimento. Por outro lado, no que se refere à importância, “o jornalista levará fundamentalmente em conta o seu próprio juízo sobre esse acontecimento, no contexto dos condicionalismos e das características do media para que trabalha” (CORREIA, 1997, p. 139-140).

Segundo Fernando Correia (1997, p. 140-144), recorre-se a diversos fatores para ajudar a definir a importância, tais como a posição hierárquica dos indivíduos em causa; o número de indivíduos envolvidos num fato e a relevância de um acontecimento tendo em vista uma prospecção do desenrolar da situação. Um quarto fator que define importância envolve o “interesse nacional”. Segundo Fernando Correia (1997, p. 141), “diz respeito à eventual influência sobre o interesse nacional que esse acontecimento possa ter.”

O interesse também infere na importância quando do tratamento do material apurado. Em certos casos, segundo Fernando Correia (1997, p. 146), os jornalistas tentam “encontrar para os assuntos aceites como importantes (da política, por exemplo) formas de tratamento que, sob o pretexto da louvável busca dos ângulos novos, privilegiem, segundo um entendimento adulterado, o valor-notícia interesse.” Este fato parece inferir sobre a produção de manchetes, escaladas e assemelhados. Ao “passar os olhos” sobre uma manchete, o leitor se sentiria tentado a consumir o material jornalístico. Esta seria a característica do interesse: “suscitar a curiosidade e prender a atenção do público” (CORREIA, 1997, p. 144)

No caso do jornalismo impresso, saindo da produção da manchete e adentrando ao tratamento do texto, o interesse daria lugar à importância, principalmente se estivermos tratando do formato noticioso. Liriam Sponholz (2009, p. 26) diz que o modelo da pirâmide invertida induz à escolha daquilo que é importante. Segundo a autora, os jornalistas “devem escolher o aspecto mais importante dentro de um assunto, o que deve ser descrito no primeiro parágrafo.” O primeiro parágrafo, chamado *lead*, conteria o “mais importante.” Os conteúdos menos importantes seriam relegados, gradativamente, ao final do texto.

Denis McQuail (2012, p.198) diz que este modelo de notícias não suprimiu, por exemplo, histórias relacionadas ao interesse humano e à função investigativa. Segundo ele, “cada uma dessas versões afirma sua legitimidade e todas contrariam uma ou mais características da prática de notícias objetivas.” Referindo-se ao interesse humano, Denis McQuail diz que as notícias são narrativas de pessoas e eventos, informando para além dos fatos, com elementos de drama, ficção e personalização. Segundo o autor, estas notícias “provavelmente influenciam a forma como as notícias são 'lidas' pela sua audiência e também o motivo pelo qual elas são lidas.” (MCQUAIL, 2012, p. 198)

O “interesse humano”, como característica identificadora dos acontecimentos interessantes e suscetíveis de chamar a atenção do público, também é apontado por Fernando Correia (1997, p. 146). Ele, citando Gans, elenca também: “histórias de gente comum encontrada em situações insólitas, histórias de homens públicos surpreendidos no dia-a-dia da sua vida privada; histórias em que se verifica uma inversão de papéis (‘o homem que morde o cão’) e Histórias de feitos excepcionais e heroicos.”

Como dito, importância e interesse podem ser conceituadas comparativamente, facilitando o entendimento. Baseado em Lorenzo Gomis (2002) e Fernando Correia (1997), propomos o seguinte quadro comparativo:

Importância	Interesse
O fato importante “escasseia.” (GOMIS, 2002, p. 231)	O fato interessante “abunda.” (GOMIS, 2002, p. 231)
“O importante que terá consequências, o que permanecerá registrado na história.” (GOMIS, 2002, p. 231)	“O interessante fará o povo falar, (...) provocará comentários que formarão a realidade.” (GOMIS, 2002, p. 231)
“as notícias importantes são fatos reais, de gestação trabalhosa.” (GOMIS, 2002, p. 231)	As Notícias “interessantes podem ser pseudoeventos e produzir-se com facilidade”. (GOMIS, 2002, p. 231)
As notícias importantes levam tempo para ocorrerem e nem sempre é fácil reduzi-las a um só dia. No geral são escalonadas ao largo de muitas edições (o que tende a diluir sua potência). (Gomis, 2002 p. 231)	As notícias interessantes são facilmente notícia do dia, começam e terminam em uma mesma data e único rastro que permanece são os comentários, que podem durar algum tempo mais. (Gomis, 2002 p. 231)
Exemplo 1: Informação econômica	Exemplo 1: Jornal sensacionalista

Importância	Interesse (continuação)
Exemplo 2: Eleições: “processo que se ajusta a normas e procedimentos estabelecidos, um acontecimento político real, juridicamente normatizado, que os meios recolhem e transmitem.” (GOMIS, 2002, p. 231)	Exemplo 2: Declarações de políticos: “A maior parte das declarações não seria produzida se não houvesse meio de comunicação para difundi-las”. (GOMIS, 2002, p. 231)
“A presença do importante cumpre uma função: comunicar diariamente ao cidadão as informações que deve conhecer para estar a par do desenvolvimento dos assuntos públicos e, eventualmente, poder participar nos processos sociais” (GOMIS, 2002, p. 235)	“O interessante, por outra parte, fornece o material da conversação diária, permite a todos comunicar suas ideias, suas impressões, seus critérios e dados sobre os mais variados assuntos.” (GOMIS, 2002, p. 235)

Tabela 1: Comparação entre importância e interesse. Produzido pelo autor com base em Lorenzo Gomis (2002) e Fernando Correia (1997).

Baseado neste quadro, abstrai-se que o “interesse público” está relacionado à coluna da importância, enquanto que a outra coluna converge para o “interesse do público”. Esta distinção, porém, não desqualifica o jornalismo produzido em função do “interesse do público”. A profissão de jornalista, assim como outras, tem na coletividade seu público alvo. Logo, se o produto jornalístico não for consumido coletivamente, seja por ser interessante ou importante, a profissão perderá a razão de ser.

Assim, segundo Lorenzo Gomis (2002, p. 241), o importante e o interessante mantêm-se como valores permanentes de noticiabilidade porque respondem essencialmente às duas grandes funções da comunicação jornalística:

Primeira, contribuir para que o cidadão saiba o que deve saber para participação na ação pública e tomar sua quota de responsabilidade na marcha dos assuntos comuns. Sem informação contínua e suficiente – rigorosa, objetiva, poderia acrescentar-se como aspiração – sobre o importante que ocorre, a democracia atual perderia sentido. E, segunda, nutrir a conversação humana de conhecimentos infinitamente variados e sugestivos, que ampliem os horizontes da curiosidade e a reflexão e nos permitem participar

diariamente do grande teatro do mundo ou, se se prefere, assistir desde uma poltrona privilegiada ao grande espetáculo do mundo.

Mesmo que o interesse e a importância devam ser observados, o jornalista deve comportar-se conforme sugerido por Denis McQuail no que diz respeito a inferir sobre o interesse público. O profissional deve balizar-se pelo “interesse comum”, aquilo que é tácito e pertinente à esfera pública. Este pensamento coletivo deve estar presente, independente da importância ou interesse, para que as pessoas não precisem refletir: “o que isso me interessa?” ou “o que isso vai mudar na minha vida?”

Fazendo um paralelo com os modelos de administração pública vigentes – e considerando o jornalismo como um serviço público – nota-se que o jornalista deste início de século coaduna com a corrente do novo serviço público, sendo um articulador tal qual o governo. Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, p. 41) dizem que o jornalista não decide mais o que o público deve saber. Na verdade, o profissional ajuda o público a pôr ordem nas coisas: “Isso não significa simplesmente acrescentar interpretação ou análise a uma reportagem. A primeira tarefa dessa mistura de jornalista e “explicador” é checar se a informação é confiável e ordená-la de forma que o leitor possa entendê-la.”

A participação popular é fenômeno que tende a ser reforçada cada vez mais. No Brasil, a partir da década de 1980, cada vez mais as pessoas “acostumam-se” à democracia. A internet também fomenta a participação. Esta afirmação não diz respeito só à administração pública. Em tempos de redes sociais, cada vez mais a população expõe-se e articula-se. Para dar conta desta dinamicidade, a função da imprensa “é dar a esse público mais complexo e dinâmico o que precisa para encontrar por si próprio a verdade, num processo que se estende ao longo do tempo.” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p. 48)

A prestação de contas por parte da administração pública, mesmo que não seja integral, também fomenta a participação popular. O jornalismo, ordenando a informação prestada, pode atentar a população quanto, por exemplo, ao “que é feito do dinheiro público”. Sem dúvidas, este é um questionamento de interesse do público que, muitas vezes, é respondido por meio do jornalismo independente e fiscalizador (“cão de guarda”).

Nesta perspectiva, o próximo capítulo tratará de *accountability* como conceito de imperativa atenção aos jornalistas enquanto tematizadores do “interesse público” em tempos de transparência e participação.

2.4 *Accountability*: A transparência e a responsabilização como princípios e marcas da contemporaneidade

Recentemente, uma instituição secular que ainda influencia milhares de pessoas em todo o mundo surpreendeu a todos com a decisão de seu chefe maior. No dia 11 de fevereiro de 2013, o papa Bento XVI renunciou ao pontificado, deixando a Igreja Católica sem um líder. Sua decisão gerou especulações acerca das motivações que o levaram a este inusual posicionamento. Sabe-se que escândalos financeiros e sexuais abalaram a igreja nos últimos tempos, mas, ainda assim, o pontífice deixou de prestar maiores informações aos seus fiéis do porquê de sua atitude.

Antes do Conclave, o repórter Andrei Netto, do jornal O Estado de São Paulo (10 mar. 2013), apurou que alguns cardeais – membros da igreja que elegem o novo Papa – vieram a público pedir detalhes sobre os fatos passíveis de investigação que aconteciam no Vaticano à época. Um cardeal americano, o arcebispo Daniel DiNardo, convocou entrevista e cobrou: “Nós queremos saber o máximo possível sobre a governança na Igreja.” Segundo o repórter Andrei Netto, o argumento era simples: “para melhor escolher o papa, é preciso saber o que de fato se passa na Cúria Romana.”

Apesar desta visão por parte de alguns religiosos, o Colégio de cardeais impôs uma lei do silêncio aos seus membros. Esta medida demonstra, segundo o repórter, “a dificuldade de parte dos cardeais de se adaptar a um público que exige mais clareza nas informações e menos segredos.” Conforme Andrei Netto, para alguns analistas há uma pequena abertura em curso, apesar de reminiscências da cultura do segredo:

A existência de um twitter papal teria sido um esforço - para muitos artificial e próximo do fiasco - de se aproximar do público jovem. Outra medida foi tomada há três meses, quando o jornalista Greg Burke, ex-correspondente em Roma da rede de TV americana Fox News e da revista Time (...), tornou-se conselheiro de comunicação do Vaticano. Falta agora doutrinar o futuro papa, para que ele não repita Bento

XVI, que anunciou sua histórica renúncia em latim, uma língua morta.

Estes fatos apresentados revelam como a transparência tem sido exigida em diversas áreas. Apesar de a Igreja Católica ser tradicionalmente conservadora no que diz respeito a ser expor, membros da própria instituição tem cobrado por informações. Este panorama mantém-se noutras áreas. A pressão por transparência se dá sobre todas as instituições.

No âmbito dos negócios, por exemplo, “empresas têm de adotar balanços mais detalhados, desde o caso Enron¹⁰. Os direitos do consumidor, paulatinamente, pressionam por maior conhecimento como os produtos são feitos.” (ABRUCIO, 2013, p. 16)

Com relação ao âmbito público, a transparência também vem sendo requerida nos governos. Em sistemas políticos mais fechados, a prestação de contas parece ter menos importância à sociedade, talvez pelo fato da população nunca – ou pouco – ter experienciado a participação. Segundo Silvio Waisbord (2000, p. 209) a prestação de contas e consequente responsabilização pelos dados apresentados necessitam “de um grau mínimo de abertura do processo político para o público e também que os interesses atinentes à administração pública devam ser submetidos ao rigor da lei”.

Assim, no panorama brasileiro, algumas normas foram criadas com o intuito de transparecer as ações das instituições. Em 18 de novembro de 2011, por exemplo, foi promulgada a lei nº 12.527. Esta lei foi batizada como “lei de acesso à informação” e é uma norma que atende ao artigo 37, parágrafo 3º da Constituição Federal (BRASIL, 1988):

A lei disciplinará as formas de participação do usuário na administração pública direta e indireta, regulando especialmente:

I – (...)

II – O acesso dos usuários a registros administrativos e a informações sobre atos do governo.

10 A Enron era uma grande empresa americana do setor de energia. Ela pediu concordata em dezembro de 2001, após ter sido alvo de uma série denúncias de fraudes contábeis e fiscais. (Folha de S. Paulo, 27 de maio de 2003)

Dessa forma, a “lei de acesso à informação”, dentre outros pontos, preza pela publicidade como preceito geral; pela divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações; e pelo desenvolvimento do controle social da administração pública. (BRASIL, 2011) Este fomento ao controle social insere instituições e a população na regulação aos entes governamentais.

Conforme salienta Silvio Waisbord (2000, p. 209), além das leis, a capacidade de resposta do governo aos cidadãos “exige a existência de instituições de policiamento das atividades do Estado”. Dentre as instituições, o jornalismo se insere.

Com as legislações que sobrevieram, os jornalistas se favoreceram. No que tange à “lei de acesso à informação”, porém, não significa que os profissionais terão menos trabalho. Segundo Rogério Christofolletti (2012, online), os jornalistas “não poderão abandonar o compromisso ético de checar informações, de contrapor versões, de ouvir os lados envolvidos, de investigar e conferir.” Complementarmente, Fernando Abrucio (2012, p. 15) diz que a mídia ganhará com a “lei de acesso à informação”, mas pondera que os jornalistas terão “de se preparar mais para fazer a cobertura das políticas públicas, não ficando apenas no terreno dos escândalos, que são menos importantes como medida do funcionamento do Estado do que a melhoria da gestão pública.”

Esta predisposição da administração pública em disponibilizar informações independentemente de solicitações significa assumir responsabilidades sobre as ações. Esta responsabilização coincide com o conceito de *accountability*.¹¹ Segundo Francisco Gabriel Heidemann (2010, p. 287), o significado da palavra pode ser “apreendido, entre outras, pelas seguintes palavras: responsabilidade, prestação de contas, satisfação, explicação, atendimento.” Samuel Paul (1992, apud CENEVIVA, 2006, p. 2) também conceitua o termo:

Accountability significa manter indivíduos e organizações passíveis de serem responsabilizados pelo seu desempenho.

11 Segundo Francisco Gabriel Heidemann e José Francisco Salm (210, p. 284), *accountability* é uma palavra de origem inglesa derivada do latim *ad + computare* (contar para, contar com).

Accountability pública se refere ao conjunto de abordagens, mecanismos e práticas usados pelos atores interessados em garantir um nível e um tipo desejados de desempenho dos serviços públicos.

Francisco Gabriel Heidemann (2010, p. 303) esclarece que a palavra portuguesa que mais se aproxima do significado de *accountability* é responsabilidade. Conforme o autor, responsabilidade “deriva etimologicamente de dois termos latinos, a saber: *re* + *spondere*, que juntas querem dizer “prometer em retorno, em resposta; corresponder”.

Arlindo Carvalho da Rocha (2007, p. 3) também cita a questão da responsabilidade. Ele diz que a *accountability* deve ser entendida “como a responsabilização permanente dos gestores públicos em termos da avaliação da conformidade/legalidade, mas também da economia, da eficiência, da eficácia e da efetividade dos atos praticados em decorrência do uso do poder que lhes é outorgado pela sociedade”.

Assim, se os gestores públicos são provenientes da sociedade, a partir do voto ou da legitimação desta, é justo que a administração pública participe suas ações para a população, responsabilizando-se por elas. No entanto, ponto discordante entre os autores diz respeito aos mecanismos de controle propostos pela *accountability*.

Para alguns autores, apenas os mecanismos de controle formais e institucionalizados devem ser compreendidos sob a noção de *accountability*. Segundo Ricardo Ceneviva (2006, p. 2 -3), tais autores

(...) adotam uma noção de responsabilização que não compreende em seus limites as relações informais de fiscalização e controle, não considerando assim, como agentes de *accountability*, a imprensa e organizações da sociedade civil que comumente se incumbem de monitorar e denunciar abusos e condutas impróprias de agentes públicos no exercício do poder.

As relações informais de fiscalização, apesar do monitoramento que exercem, não infligem sanção ao responsabilizado. Ricardo Ceneviva (2006, p. 2) expõe que a *accountability* deve incluir a possibilidade de sanção. Apesar disso, “não se pode minorar a inegável importância da atuação das organizações da sociedade civil e da imprensa na fiscalização e

no controle do exercício do Poder Público pelos governantes e burocratas.” (CENEVIVA, 2006, p. 2)

Quanto a impingir sanção, o jornalismo objetivamente não pode fazê-lo, mas, segundo Arlindo Carvalho da Rocha (2007, p. 4), a imprensa, ainda assim, é passível de citação dentre os atores proponentes de controle:

(...) admite-se não só a ação dos órgãos e sistemas formais das diferentes instâncias de controle no interior da estrutura do Estado – o controle político; o controle judiciário; e o controle administrativo, mas, também, da imprensa, de organizações e associações da sociedade civil e, ainda, de autoridades e cidadãos que, de alguma forma, resultem em ações formais dos órgãos estatais de controle – notadamente os ministérios públicos e os tribunais de contas – ou que, por si só, provoquem algum tipo de correção de rumo em relação ao agente ou entidade visada.

Além de ser citada por autores que escrevem sob o ponto de vista da administração pública, a ideia de que a imprensa deve promover *accountability* está também consagrada nos ideais normativos do jornalismo anglo-americano. Segundo Silvio Waisbord (2000, p. 209), “este posicionamento é central para o modelo liberal que lança a imprensa no papel de quarto poder e atribui funções de “freios e contrapesos” para as organizações jornalísticas”.

A função de “freios e contrapesos” (*checks and balances*) coincide com a lógica do “poder controla o poder” (*power checks power*), característica da teoria democrática (TRAQUINA, 2005, p. 46). Nela, o jornalismo – quarto poder – seria o guardião dos cidadãos frente aos demais poderes. Assim, os meios de comunicação social protegeriam a sociedade de “eventuais abusos de poder por parte de governantes, cuja tradição até o início do século XIX foi de repressão e tirania.” (TRAQUINA, 2005, p. 129)

Já que o jornalismo não pode propor penalização de forma direta, Ricardo Ceneviva (2006, p. 3) sugere a possibilidade da sanção indireta:

A *accountability* não pode se limitar à exigência de justificação ou prestação de contas, mas envolve inevitavelmente alguma forma de sanção, mesmo que de

maneira indireta. Isto é, mecanismos de *accountability* limitados a funções de monitoramento e fiscalização, mesmo não dispondo da capacidade de sancionar direta e formalmente burocratas e governantes, são incluídos no conjunto dos instrumentos de responsabilização desde que tenham em seu poder a possibilidade de acionamento de outras formas de sanção.

Organizações da sociedade civil, associações de moradores e a mídia são exemplos de atores que podem acionar ou provocar mecanismos institucionalizados de controle – tal qual o Ministério Público – como agentes de sanção. Silvio Waisbord (2000, p. 223) lembra o caso do impeachment do ex-presidente Fernando Collor de Mello, quando uma entrevista impulsionou a investigação do Congresso. Não foi o jornalismo que efetivamente tirou o então presidente do cargo, mas trouxe à tona fatos que culminaram com o processo legislativo que redundou na sua cassação. Waisbord (2000, p. 228) diz que justamente esta é a tarefa da imprensa em sua contribuição para a *accountability*: “A disseminação de informações sobre irregularidades que não estão disponíveis em domínio público”.

O próprio Ministério Público, apesar de sua institucionalização, é exemplo de órgão que não aplica diretamente a sanção cuja ação passível de punição foi apurada. Da mesma forma, a apuração jornalística não redundava em “castigo” direto, mas pode fazer com que a população, por exemplo, não eleja certo candidato a cargo político. Quanto a esta *accountability* associada à eleição, Arlindo Carvalho Rocha (2007, p. 4) expõe que tal ação “se realiza no processo eleitoral com o eleitor exercendo o seu poder de premiar e punir, pela eleição ou exclusão, os seus governantes e os seus representantes”. No entanto, ilustrando a situação da Colômbia em décadas passadas, Silvio Waisbord (2000, p. 218) relata a pouca influência do jornalismo nas eleições quando o sistema político é fechado à participação: “Em um país onde uma minoria de cidadãos regularmente vota, não é surpreendente que as revelações sobre ligações entre traficantes de drogas e a classe política não recebeu muita atenção para além dos círculos da elite”.

Segundo Francisco Gabriel Heidemann (2010, p. 303), o cidadão deve, não só nas eleições, aproximar-se e participar da vida pública. Conforme o autor,

a degradação ambiental, a defesa da democracia, a qualidade de vida na sociedade de mercado, a dignidade humana no contexto das organizações de trabalho, a satisfação do consumidor pela qualidade são exemplos de questões que angustiam o homem nesse início de um novo século e que cobram uma parcela de responsabilidade de praticamente cada habitante do planeta.

Os pontos levantados por Francisco Heidemann coadunam com as áreas de atuação do Ministério Público. No âmbito catarinense, o órgão dispõe, por exemplo, de promotorias de justiça especializadas no meio ambiente, na moralidade administrativa, nos direitos humanos e no consumidor. Assim, aparentemente, o Ministério Público está atuando em conformidade com o interesse público, sem que isso desonere a sociedade de também impingir sua fiscalização.

Conforme classificação proposta por Guillermo O'Donnell (1998), existem os mecanismos horizontais e os mecanismos verticais de *accountability*. Segundo o autor, os mecanismos são "instituições que monitoram, controlam, corrigem e/ou sancionam atos ilegais das instituições estatais." (O'DONNELL, 1997, apud WAISBORD, 2000, p. 210)

A *accountability* horizontal limita-se ao controle e à fiscalização de violações legais por parte de autoridades e agências públicas. Destacam-se, como mecanismos desta categorização, instituições do Executivo, do Legislativo, do Judiciário, das agências de supervisão e das instâncias responsáveis pela fiscalização das prestações de contas. (PINHO; SACRAMENTO, 2009, p. 1350 - 1351). Por outro lado, a *accountability* vertical "refere-se às atividades de fiscalização dos cidadãos e da sociedade civil que procuram estabelecer formas de controle ascendente sobre governantes e burocratas." (CENEVIVA, 2006, p. 5)

A materialização das atividades de fiscalização vertical se dá através de "ações de organizações da sociedade civil e da mídia que busquem expor transgressões e delitos cometidos por agentes públicos no exercício do poder." (CENEVIVA, 2006, p. 5) Nesta afirmação, com sociedade e imprensa expostas conjuntamente, nota-se o papel complementar de uma e de outra na aproximação para com a administração pública, sendo a mídia uma forma de "vocalização" da população: "Faz-se necessário criar ou fortalecer canais e arenas que deem espaço para a participação e a

vocalização das preferências dos cidadãos e as incentivem.” (CENEVIVA, 2006, p. 12)

Neste sentido, o jornalismo tem função primordial. Ele serve como canal (para dar ciência à população) e arena (buscando diferentes pontos de vista), fomentando a participação pública¹². Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, p. 205) apontam que desde as origens, “o jornalismo sempre foi um fórum para o discurso público.” Assim, mais do que pautar a sociedade num fluxo único, o jornalismo tem função de mediar:

A mídia é uma instância de mediação, sobretudo no que se refere à produção de sentido, tanto no nível da simples publicação de um assunto, que passa a ser midiaticizado, quanto no nível do debate, de modo a fomentar o melhor processo de mediação, que é o estabelecimento de valores, atitudes e comportamentos. (SILVA, 2007, p. 98)

Como mediador, o jornalismo pode inter-relacionar a população com outras instituições de monitoramento da administração pública, ou seja, além de fiscalizar os entes estatais, pode monitorar as entidades responsáveis pela fiscalização. Podem, inclusive, ter a população como sua parceira, pois o jornalismo pode “aguçar a consciência pública sobre a ineficácia das instituições que monitoram abusos e transgressão à lei por parte do Estado”. (WAISBORD, 2000, p. 215)

Segundo Fernando Abrucio (2013, p. 16), o fomento ao melhor processo de mediação perpassa por um *accountability* que diz respeito à atuação do próprio jornalista. Para o autor, a mídia também deve ser mais transparente: “O escândalo na Grã-Bretanha, envolvendo os jornais de Murdoch¹³, revela que a imprensa é fundamental para cobrar o poder e os

12 Nelson Traquina (2005, p. 48) também cita o duplo papel do Jornalismo. Para ele, os jornalistas atuam como vigilantes do poder político, protegendo os cidadãos contra abusos históricos dos governantes; e “como porta-vozes da opinião pública, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos governos”.

13 Rupert Murdoch é o controlador da News Corporation. Este conglomerado detinha, entre outros, o tablóide *News of the World*. Tal jornal dominical teve de ser fechado após 168 anos de existência. A imagem do jornal ruiu por conta de

poderosos. Para isso, precisa manter sua credibilidade em termos de método de atuação”.

Apesar de casos extremos como o de Rupert Murdoch, há situações em que o jornalismo deve relegar métodos e normas. Do contrário, ilegalidades e imoralidades não virão à tona. Falsidades ideológicas e escutas não-autorizadas são exemplos de ações dos jornalistas que sofrem questionamento ético. Silvio Waisbord (2000, p. 233), no entanto, justifica que “o jornalismo investigativo é menos sobre métodos e mais sobre as conseqüências.” O autor cita a diferença de concepção entre o jornalismo investigativo sul-americano e o protagonizado nos Estados Unidos.

Silvio Waisbord argumenta que, nos Estados Unidos, o jornalista adota uma postura passiva, adotando relatórios de investigações produzidos por outras instituições. Já os sul-americanos acreditam que o jornalismo investigativo sempre requer proatividade, não importando que fontes e métodos são usados para coletar informações. Nas mentes deles, “repórteres que confiam em diferentes fontes de informação e métodos de obtenção de notícias (incluindo vazamentos) praticam jornalismo investigativo”. (WAISBORD, 2000, p. 233)

Se não é pela metodologia transparente, o jornalismo deve reforçar a credibilidade pública e aproximar-se da população de outra forma. Cobrindo mobilizações públicas, os meios de comunicação atenderiam as pautas da sociedade. Citando Kurt e Gladys Lang (1983), Silvio Waisbord (2000, p. 233) diz que “se a opinião pública precisa de visibilidade para ter influência, a cobertura jornalística de manifestações dá existência aos sentimentos da maioria da população que não tem acesso às redações”. Segundo Luiz Martins da Silva (2007, p. 85), a população “tenta, diariamente, e sob as mais variadas maneiras, incluir temas nesse espaço público que é a mídia; e na esfera pública que constitui da tematização polêmica das questões de uma atualidade”.

Esta desejável interação entre sociedade e jornalismo aponta para a imperiosidade de outras relações. A aproximação entre os órgãos de fiscalização – lembrando que o Ministério Público é chamado de “fiscal da lei” – e as empresas de jornalismo coincide com o posicionamento de Silvio Waisbord (2000, p. 214) sobre o continente sul-americano. Segundo o

reiteradas violações de caixas postais de políticos e celebridades, na busca de notícias exclusivas. (GUROVITZ, 2011, p. 8)

autor, “seria tolice supor que a imprensa pode, sozinha, melhorar (e muito menos eliminar) os problemas enraizados na América do Sul”.

Para Silvio Waisbord (2000, p. 213), “só quando os jornalistas formarem coalizões com os decisores políticos, o jornalismo investigativo terá mais chances de ter repercussões mais amplas”. Segundo o autor, “desdobramentos das prestações de contas dependem de ações combinadas em uma rede de instituições, em vez de ações solitárias de uma organização”. (WAISBORD, 2000, p. 228) Isto acontece pelo fato dos efeitos potenciais de denúncias da imprensa estarem subordinados a grandes processos políticos, incluindo, “a maturação de uma dada situação política, interesses de grupos de pressão e o apoio público para transformações”. (WAISBORD, 2000, p. 228)

Este apoio público é fundamental ao jornalismo e ao Ministério Público. Quando a credibilidade da população para com jornalistas e promotores de justiça deixar de existir, as pessoas terão que recorrer, quem sabe, somente às redes sociais, que, como se tem visto, geram mobilização e visibilidade à causa.

Do ponto de vista do jornalista, perder o público seria como perder o sentido. A grande motivação do jornalista é a reverberação popular das denúncias que veicula, pois, tendo em vista os processos judiciais e legislativos, “indivíduos supostamente envolvidos em irregularidades raramente são investigados ou processados; havendo culpa, eles não são punidos ou então recebem penas menores; e, se presos, muitas vezes obtêm sentenças reduzidas.” (WAISBORD, 2000, p. 211)

Segundo Silvio Waisbord (2000, p. 212), este sentimento de impunidade é generalizado nas democracias sul-americanas. Para ele, “sempre que surge um vultoso caso de corrupção, o público duvida que as instituições responsáveis sejam eficazes.” Ele cita o caso do impeachment do ex-presidente Fernando Collor de Mello, em que os brasileiros estavam preocupados se as investigações iriam avançar. Popularmente, diz-se que, no Brasil, as investigações para com políticos tendem a “terminar em pizza”.

A questão da credibilidade que recai igualmente sobre as instituições públicas afeta o jornalismo por conta do tratamento dado ao assunto. Para Silvio Waisbord, “escândalo” e “sensacionalismo” têm afinidade, mas não são idênticos. John B. Thompson (1997, apud WAISBORD, 2000, p. 216) sugere que os escândalos têm quatro características:

Primeiro, eles envolvem "transgressões de certos valores, normas ou códigos morais". Em segundo lugar, indivíduos não-participantes das transgressões dão ciência da existência delas. Em terceiro lugar, "alguns não-participantes desaprovam as ações ou eventos e podem ser ofendidos pela transgressão." Quarta, "alguns não-participantes expressam sua desaprovação, denunciando publicamente as ações ou eventos.

Para Silvio Waisbord (2000, p. 216), as reportagens do chamado "Jornalismo Cão de Guarda" (*Watchdog Journalism*), baseado na lógica do "poder checa poder", desempenham um papel fundamental no que diz respeito à segunda exigência. Para ele,

há transgressões públicas conhecidas internamente, apenas pelos participantes. Não são de conhecimento público e, logo, não geram escândalo. É por isso que os meios de comunicação têm um papel fundamental na dinâmica de escândalos contemporâneos. Todos os escândalos são escândalos de mídia. Em tempos em que a mídia tem a capacidade ímpar de intermediar diferentes mundos sociais, as organizações jornalísticas são catalisadoras no processo pelo qual ilegalidades secretas tornam-se assuntos públicos.

Apesar da capacidade de intermediar "mundos sociais", o tratamento dado ao assunto escandaloso pode não gerar o efeito esperado pelo jornalista. Um fator relacionado a isto reside no sensacionalismo utilizado ao longo do tempo para angariar audiência. Informações e coberturas produzidas objetivando retorno financeiro confundem a noção de importância e momentâneo interesse. Apesar da existência deste tipo de cobertura que confunde o público, Silvio Waisbord (2000, p. 216) esclarece que "os escândalos não são sempre nascidos de denúncias da imprensa. As ações do Ministério Público, por exemplo, também iniciam e mantêm escândalos".

Outro fator que também parece exercer influência sobre a reação do público frente a um escândalo é a visibilidade. Eis um exemplo:

O jornal Folha de São Paulo citou ilegalidades envolvendo a campanha de Fernando Collor de Mello durante a campanha eleitoral de 1989, mencionando o tesoureiro Paulo César Farias. Tal menção mereceu apenas uma nota. Por outro lado, a revista Veja veiculou entrevista com Pedro Collor (irmão do presidente eleito Fernando Collor de Mello) em maio de 1992 e causou comoção, desencadeando o processo político e judicial que culminou com o impeachment do irmão. (WAISBORD, 2000, p.220)

Tal exemplo demonstra como “testemunhos *on-the-record* (veiculados) de funcionários ou indivíduos proeminentes são mais suscetíveis de criar comoção do que aqueles cujos acusadores não são identificados pela maioria dos leitores e espectadores.” (Ibidem)

Se a proeminência não for anterior ao escândalo, provavelmente os personagens ganharão vulto após a veiculação. O jornalismo pode causar “manchas na reputação”. Mesmo que haja demora no andamento dos processos judiciais ou até mesmo no início das investigações, os holofotes sobre as irregularidades podem redundar em renúncias e demissões. É o que Ricardo Ceneviva tratou por “sanção indireta” no meio deste capítulo. São chamadas “punições simbólicas”, que afetam o prestígio e a estima pública.

Apesar de penalizar o infrator, Silvio Waisbord (2000, p. 239) pondera que a “punição simbólica” pode ser satisfatória somente ao momento:

O problema das denúncias da imprensa que geram punições simbólicas é que a transgressão é tratada como falha pessoal, e não como um padrão institucional. O jornalismo “cão de guarda” tende a enquadrar o delito como um fracasso individual, mas raramente aborda fatores estruturais. O que é examinado e debatido é a moral dos indivíduos, em vez da moralidade do sistema político e econômico.

Por isso que Fernando Abrucio (2013, p. 17) questiona: “A dúvida que fica, no caso da política, é se o aumento da transparência melhora a qualidade do jogo.” Francisco Gabriel Heidemann (2010, p. 309) diz que “a *accountability* deve ser secundada por uma base moral”, opinião também compartilhada por Mark Bovens (1998, apud Silvio Waisbord, 2000, p. 237): a *accountability* “deve ser entendida não apenas em termos políticos

ou jurídicos, mas também como responsabilidade moral ‘pelos resultados, principalmente prejudiciais, de uma determinada forma de comportamento ou evento’.”

Por conta da base moral que deve ser perene na aferição da *accountability* é que o jornalismo deve seguir fiscalizando os poderes, haja vista que não relaciona exclusivamente números; não se baseia somente no cumprimento das leis descritas; e não relega o interesse do público nas suas pautas. Segundo Silvio Waisbord (2000, p. 241), “a imprensa nem persegue nem julga, mas, na melhor das hipóteses, envia informações justas e precisas para a consideração pública que podem (ou não) desencadear uma investigação mais aprofundada e ações legais.”

A fim de ilustrar as considerações feitas nesta seção, rememoro algumas considerações aqui expostas. Relembrando

- que o MP e a sociedade possuem demandas coincidentes;
- que o jornalismo atua de forma a dar voz ao povo. Este espera que o jornalismo vigie e cobre o poder;
- que o jornalismo pode intermediar a relação da sociedade com o MP; e
- que é recomendável que se formem coalizões entre os jornalistas e o MP para que, cooperando, atinjam objetivos comuns; esboço o seguinte diagrama:

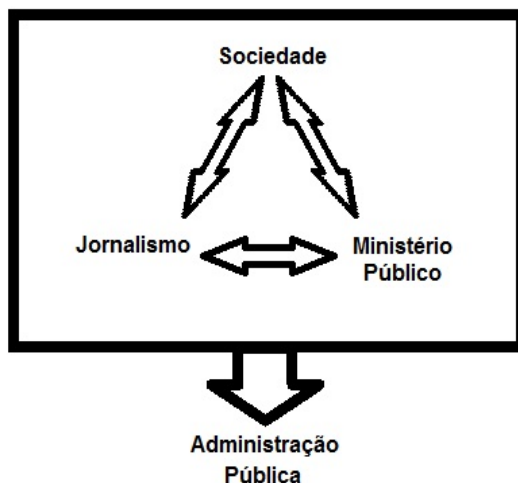


Figura 1: Interações da sociedade, jornalismo e Ministério Público

Na figura apresentada, é possível ver que a inter-relação entre sociedade, jornalismo e Ministério Público é envolta pelo objetivo comum de fiscalizar a administração pública. Mesmo que a interação se dê sem a participação de um dos entes, os resultados produzidos no monitoramento cooperativo sobre a administração pública é compartilhado e usufruído por todos. Deste monitoramento, o benefício maior se dá para a sociedade.

3 JORNALISMO E MINISTÉRIO PÚBLICO: CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS

Jornalismo e Ministério Público foram moldados ao longo do tempo. Muitas das mudanças ocorridas não foram meros ajustes. Por exemplo: No âmbito catarinense, a lei estadual 634, de 4 de janeiro de 1952, tirou “o Ministério Público das leis de organização judiciária, passando a ter disciplina legal própria” (BRÜNING, 2001, p. 157), ou seja, até então o Ministério Público catarinense fazia parte do Poder Judiciário. Dali em diante, o Ministério Público passou a ter autonomia administrativa e orçamentária e, com o passar dos anos, frente aos demais poderes, independência.

Da mesma forma, o jornalismo sofreu mudanças. Antes dos anos 1830, nos Estados Unidos, as publicações eram partidárias. Segundo Adelmo Genro Filho (2012, p. 107), os jornais eram “instrumentos da luta política e partidária, empenhados na conquista e legitimação de uma "esfera pública burguesa" em oposição à velha sociedade feudal”. Tais publicações eram acessadas por uma minoria da população. A partir dos anos 1830, “com o estabelecimento do Estado burguês de Direito” (HABERMAS, 1984, p. 213) e com a migração da população da zona rural para as áreas urbanas, surgiu a *penny press* (já mencionada no capítulo anterior). Segundo Líriam Sponholz (2009, p. 55), estes eram “jornais que sobreviviam economicamente da venda de seus exemplares e tratavam temas que os partidos ignoravam”.

Independentes dos partidos, a imprensa *penny* precisava de uma estratégia de subsistência. Por isso, preconizavam a imparcialidade como forma de “atingir um público mais amplo, indiferente da posição político-partidária de cada um” (SPONHOLZ, 2009, p. 56). Dessa forma, a imparcialidade passou a figurar dentre os princípios atinentes à produção de um jornal.

Nesta análise preliminar, evidencia-se que, assim como a realidade externa ao jornalismo e ao Ministério Público propôs, ao longo do tempo, alteração na forma de atuação dos mesmos, ambos promoveram – e promovem – ações que interferem na realidade externa a eles. Este aspecto demonstra que há características do jornalismo e do Ministério Público que coincidem. Estas convergências serão apresentadas na seção a seguir.

3.1 Os pontos convergentes entre o Jornalismo e o Ministério Público

A já citada independência é sempre evocada como característica basilar dos dois campos de atuação. Tal independência frente aos poderes executivo, legislativo e judiciário coloca o Ministério Público e as empresas jornalísticas na condição de “Quarto Poder”. Com referência aos membros do Ministério Público¹⁴, estes são considerados “Quarto Poder” por deterem status de autoridade tais como os representantes de outros poderes; bem como por efetuar, com independência, a fiscalização destas autoridades.

No que tange ao jornalismo, o deputado McCaulay, em 1828, foi o primeiro a chamar o jornalismo de “Quarto Poder”. Segundo Nelson Traquina (2005, p. 46), o parlamentar apontou para a galeria onde se sentavam os jornalistas e os apelidou de “Quarto Poder”.

Outra convergência entre o Ministério Público e o jornalismo diz respeito à coincidência de valores de lado a lado. Segundo o Plano Geral de Atuação do Ministério Público de Santa Catarina (2011, p. 9), os valores do órgão são, entre outros, independência, ética, legalidade, efetividade, moralidade, transparência, justiça e confiança. Além dos valores próprios do Ministério Público, deve-se considerar os princípios norteadores da administração pública consagrados pela Constituição Federal (1988). Dentre outros, cita-se a publicidade, a eficiência e a impessoalidade.

Do ponto de vista do jornalismo e citando o código de ética da profissão de Quebec, Canadá, Claude Jean Bertrand (2002, p. 128) trata por valores jornalísticos fundamentais a imparcialidade, a justiça, a independência e a honestidade. Complementando, Jorge Kanehide Ijuim (2011, p. 4), citando Fraser Bond (1962), coloca que os deveres do jornalismo estão calcados também nas noções de exatidão, decência e responsabilidade.

Considerando que os princípios da transparência e publicidade (no sentido de tornar público) estão no cerne na atividade-fim do jornalismo, é possível esboçar um quadro comparativo que mostra o paralelismo dos outros valores que regem a atuação dos membros do Ministério Público e dos jornalistas:

14 Por membro do Ministério Público, entenda-se Procurador e Promotor de Justiça. Servidores e pessoas com qualquer outra vinculação ao Ministério Público não são considerados “membros”.

Ministério Público	Jornalismo
Independência	Independência
Moralidade	Decência/Honestidade/Responsabilidade
Impessoalidade	Imparcialidade
Justiça/legalidade	Justiça

Tabela 2: Valores atinentes à atuação profissional de membros do Ministério Público e Jornalistas.

Além destes valores, a questão da eficiência também aproxima a atuação do jornalista e do membro do Ministério Público. Se pelo lado do Ministério Público, as já mencionadas eficiência e efetividade são norteadores; pelo lado do jornalismo, Mauro Wolf (1999, p. 225) sugere a eficiência sob o seguinte ponto de vista: “concluir um produto informativo dentro de um prazo de tempo fixo e intransponível e com meios limitados à disposição”.

Haja vista esta menção aos prazos, faz-se necessário atentar que este também é um ponto coincidente na atuação do jornalista e do membro do Ministério Público. A cartilha de relacionamento com a imprensa do Ministério Público de Santa Catarina (2011) enfatiza esta coincidência. Segundo a cartilha:

O jornalista lida com horas e até minutos, dependendo do veículo para o qual trabalha: na Internet e no rádio, a publicação acontece praticamente em tempo real; na televisão, uma reportagem pode ser produzida e transmitida em menos de uma hora e, em muitos casos, tudo é feito ao vivo, no instante em que o fato ocorre; em um jornal, o repórter tem em média cinco horas para tomar conhecimento dos fatos, apurar as informações, entrar em contato com as fontes, redigir o texto e entregar o material para a publicação. Nesse período, trabalha simultaneamente em mais de uma reportagem.

O promotor e o procurador de justiça também têm prazos a cumprir, mas, nos processos, o tempo é contado em dias, semanas ou meses. (SANTA CATARINA, 2011, p. 11-12)

Tendo em vista que ambas as profissões têm prazos baseados em diferentes referenciais de tempo, a cartilha de relacionamento com a imprensa recomenda que o promotor ou procurador de justiça dedique uns

minutos de seu trabalho para atender a um jornalista, pois este ato redundará em menos prejuízos do que a publicação de uma informação incorreta. Segundo a cartilha, “muitas vezes, a opinião pública é induzida ao erro por uma notícia equivocada” (SANTA CATARINA, 2011, p.12).

Mais uma convergência entre o jornalista e o membro do Ministério Público pode ser identificada no ensino das áreas (Jornalismo e Direito). Conforme o que diz Michael Schudson (2010, p.19), espera-se que as escolas forneçam estudantes “com conhecimento científico e uma atitude objetiva que os auxilie a deixar de lado as paixões e preferências pessoais.” Segundo ele, “estudantes de direito são instruídos a distinguir questões “legais” (geralmente interpretadas como técnicas) de questões “morais” (em geral percebidas como assuntos situados do lado de fora do estrito domínio do ensino e da prática jurídicos)”. Esta situação também é verificada no ensino do jornalismo.

No entanto, graduar-se em um curso superior de jornalismo não é imperativo para atuar como jornalista¹⁵. Assim, a capacitação deste profissional se dá pela prática. O tempo de exercício na profissão acaba sendo fundamental ao desempenho do jornalista. Da parte do Ministério Público, ao promotor de justiça também é necessária experiência pela prática. Para ingresso na instituição, mesmo aprovado nas provas do concurso público, o bacharel em Direito deve comprovar experiência mínima de três anos de atuação na área jurídica.

Com o tempo de profissão, há a especialização. Quanto ao jornalismo, existem os profissionais especializados e os repórteres que cobrem várias áreas. No Ministério Público também. Quando o membro do Ministério Público adentra à carreira, assume promotorias em comarcas menores. Nestas, lidam com variados temas. Nas comarcas maiores, existem mais promotorias, cada uma com sua especialidade. Assim, os promotores iniciantes lidam com assuntos diversos, enquanto que os mais antigos são mais especializados.

15 Segundo Carina Andrade Benedeti (2009, p. 34), “o Ministério Público Federal propôs uma Ação Civil Pública, em 2001, contra a exigência do diploma em jornalismo e a favor da abertura para qualquer pessoa atuar como jornalista” sob a alegação de que a exigência do diploma “não teria sido recepcionada pela Constituição de 1988, que assegura, dentre outras coisas, a liberdade de informação, de imprensa e de expressão”. Em junho de 2009, o Supremo Tribunal Federal decidiu pelo fim da obrigatoriedade.

O fato de jornalistas e membros do Ministério Público não impingirem punição direta às pessoas e instituições investigadas e comprovadamente culpadas também constitui convergência. O Ministério Público, apesar de sua institucionalização, não aplica diretamente a sanção cuja ação passível de punição foi apurada. A sanção é realizada, via de regra, pelo Poder Judiciário, através da decisão judicial, subsidiada pelo parecer do Ministério Público. Da mesma forma, a atividade jornalística não redunde em “castigo” direto, mas pode fazer, por meio de sua cobertura jornalística, com que a população, por exemplo, eleja (premiação) ou não eleja (punição) certo candidato a cargo político.

Outra convergência entre a atuação jornalística e a desempenhada pelos membros do Ministério Público é o caráter público da atividade. Quanto ao Ministério Público, não há dúvida que esta seja uma atividade de cunho público, haja vista que trata de defender as causas de interesse coletivo, tais como o Meio Ambiente ou o Patrimônio Público. Claude Jean Bertrand (2002, p. 127) cita o preâmbulo do código de ética profissional de Quebec, enquadrando o jornalismo também na esfera pública: “os jornalistas servem ao interesse público - não a interesses pessoais ou específicos. Assim, cabe-lhes a responsabilidade de publicar tudo o que atenda ao interesse público”.

Luiz Martins da Silva (2007, p. 85) atribui característica ao jornalismo que o “horizontaliza” com o âmbito público:

(...) enquanto instituição das sociedades civis e democráticas, funciona como um espaço público e uma tribuna, embora não seja exatamente uma propriedade pública, mas pública na sua função e na sua missão, de hospedar a esfera pública, ou seja, as condições e o contexto para que existam discurso e polêmica, argumentatividade, debate e deliberação.

Sobre igualar jornalistas e servidores públicos, Leonor O’Boyle (apud TRAQUINA, 2005, p. 48) dizia que “o radical Johann Wirth pensava que os jornalistas deveriam efetivamente ser eleitos e pagos pelo povo”. Quanto a serem eleitos, nem jornalistas, nem membros do Ministério Público galgam a tais *status* desta forma. No entanto, quanto a serem pagos pelo povo, uma análise mais detalhada a ser apresentada na próxima seção mostrará que também o jornalismo tem parte de seu financiamento a partir o dinheiro público.

Outra coincidência na atuação de jornalistas e membros do Ministério Público deriva da condição de “quarto poder” já mencionada. Enquanto “fiscais”, espera-se que membros do Ministério Público e jornalistas busquem a todo momento, nos entes fiscalizados, indicadores de regularidade. Tais indicadores conjeturam provas. O Ministério Público detém, assim como a polícia, a prerrogativa legal de produzir provas. Tais “provas” também fazem parte do dia-a-dia do jornalismo. Liriam Sponholz cita seu entendimento quanto a acrescentar “provas” a um relato. Segundo ela, “a frase ‘o deputado estava nervoso’ se torna mais ‘objetiva’ se for substituída pela frase ‘o deputado fumou 20 cigarros em meia hora de entrevista coletiva.’” (SPONHOLZ, 2009, p. 35)

No jornalismo brasileiro, as provas presenciais ou documentais, sobretudo no âmbito público, sobrevieram ao trabalho jornalístico após a redemocratização. Imersa numa crise de credibilidade após a ditadura (1964-1985), a imprensa tinha de conquistar o leitor. Liriam Sponholz (2009, p. 73) diz que “a fórmula encontrada para isso foi a adoção de um papel de cão-de-guarda das instituições políticas.”

Alguns casos célebres, como a publicação de uma entrevista na revista *Veja* em 27 de maio de 1992, deram visibilidade ao papel controlador da atuação do Estado. Tal exemplar trazia uma entrevista do irmão do então presidente Fernando Collor, Pedro Collor, descrevendo a rede de corrupção que envolvia seu irmão. Meses depois, Fernando Collor foi afastado do posto por meio de um *impeachment*.

A seguir, outros casos em que o jornalismo deu visibilidade a irregularidades no âmbito público, além da capa da revista citada acima:

1970 | Os documentos do Pentágono

O militar Daniel Ellsberg entregou ao *New York Times* um relatório confidencial que ajudou a pôr fim à guerra no Vietnã



1972 | O caso Watergate

Os repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein revelaram que assessores do presidente Richard Nixon estavam por trás do arrombamento da sede do Partido Democrata

1985 | *Irã-Contras* – Uma revista libanesa revelou o plano do governo Reagan de financiar esquadrões anticomunistas na Nicarágua, com dinheiro ilegal da venda de armas para o Irã

Figura 2: Casos célebres de revelações da imprensa citados na revista Época de 10 de junho de 2013.



Figura 3: Capa da revista Veja de 27 de maio de 1992 e outros casos célebres de revelações da imprensa citados na revista Época de 10 de junho de 2013.

Segundo Liriam Sponholz (2009, p. 75 – 76), com o sucesso comercial trazido pela função de “fiscal”, os meios de comunicação passaram constantemente à busca de novas denúncias que pudessem elevar seus lucros. Segundo a autora, com a notoriedade, jornais e revistas começaram a receber “‘provas’ ou dossiês de fontes anônimas ou desconhecidas (pelo menos para o leitor), que frequentemente não podem ser averiguadas de maneira adequada pela pressão do tempo nas redações.” (SPONHOLZ, 2009, p. 76)

Assim, com o recebimento de “provas” ou dossiês produzidos em outras instâncias, inclusive do Ministério Público, há déficit na atribuição investigatória do jornalismo. As matérias produzidas não resultam de investigação própria, bem como existe falta de averiguação das informações. Segundo Solano Nascimento (2010, p. 57), ao invés de

preconizar o “jornalismo investigativo”, o panorama brasileiro aponta para um “jornalismo sobre investigações”. Liriam Sponholz trata deste aspecto, revelando que apropriar-se de investigações de outros entes pode levar a percepções falsas. Segundo ela, o repórter deve preferir experiências primárias: “os jornalistas devem ter a iniciativa de buscar as informações ao invés de simplesmente assumir as informações obtidas nas observações realizadas por outros.” (SPONHOLZ, 2009, p. 160)

Dessa forma, segundo Solano Nascimento (2010, p. 82), os membros do Ministério Público converteram-se

em uma espécie de superfonte jornalística, com uma série de vantagens inclusive em relação a outros profissionais que também investigam, como policiais e fiscais de determinados órgãos de governo, que são subordinados aos poderes executivos municipais, estaduais ou federal.

Assim, resumidamente, é possível elencar as seguintes características convergentes entre jornalistas e membros do Ministério Público: A independência frente aos poderes estabelecidos (“quarto poder”); a imparcialidade; o ensino técnico das profissões; a atuação fiscal e de caráter público; e a sucumbência às influências da realidade externa, ao tempo e à colheita de provas. No entanto, há também dissonâncias entre os campos. Estas serão tratadas na próxima seção.

3.2 Os pontos divergentes entre o Jornalismo e o Ministério Público

Uma dissonância aparentemente clara entre Ministério Público e jornalismo diz respeito ao financiamento de uma e de outra atividade. Enquanto o Ministério Público tem seu orçamento extraído da arrecadação do Estado, o jornalismo vive da publicidade e, considerando a mídia impressa, do consumo do público (assinaturas e vendas avulsas).

No entanto, esta publicidade que financia o jornalismo merece uma ponderação: Segundo um levantamento do anuário Mídia Dados, a Caixa Econômica Federal – uma empresa pública – investiu em 2011, R\$ 1,092 bilhão em publicidade. Em comparação, no mesmo ano, o Bradesco – um

banco privado – investiu R\$ 905 milhões em anúncios.¹⁶ Assim, de certa forma, o jornalismo também “vive às custas” do governo, seja por publicidade, seja pelas publicações oficiais que obrigatoriamente devem ser divulgadas em mídias de grande circulação, tais como editais de licitação, por exemplo.

Do ponto de vista do Ministério Público, este tem independência perante os demais poderes, inclusive orçamentária, e seus membros podem atuar sem maiores vinculações. Por outro lado, os jornalistas, mesmo que tenham independência frente aos poderes, podem padecer de políticas editoriais, bem como das interferências externas de anunciantes e fontes, incluindo-se aí, o poder público.

Assim, fontes de financiamento e liberdade para atuar (independência) parecem estar intimamente ligados. Denis McQuail (2012, 117) diz que as principais fontes de financiamento da mídia que geralmente afetam a liberdade editorial são:

subsídios públicos (incluindo taxas de licença de receptores), que concede algum poder ao Estado, mas também ao público por meio do sistema político; *publicidade* comercial (em oposição à pessoal), que concede poder a outros grupos econômicos; *emissores* que podem fornecer, subsidiar ou patrocinar conteúdos (incluindo governos, partidos políticos, pessoas físicas, grupos de pressão e agências de relações públicas [RP]); *consumidores* que pagam diretamente pelos custos do conteúdo e/ou da distribuição.

Ainda no âmbito das divergências, há a questão do controle externo sobre o Ministério Público e o Jornalismo. Na cultura democrática a qual estamos inseridos, muito se preconiza o controle. Muitas estruturas têm sido criadas, inclusive fora do aparato estatal, para exercer fiscalização à atividade pública. Os exemplos vão desde as agências reguladoras até

16 Estes números foram levantados por Eugênio Bucci no artigo “A Lógica desastrosa de Lula sobre a Imprensa” à revista ÉPOCA (p. 22, 24/dezembro, 2012). Também baseado no anuário Mídia Dados, o autor cita que o Banco do Brasil investiu R\$ 587 milhões em anúncios em 2011 e o Ministério da Educação, R\$ 298 milhões no mesmo ano.

iniciativas privadas de fiscalização, tais como as efetivadas por organizações não-governamentais.

Em relação ao controle externo efetuado sobre o Ministério Público, em 2004, surgiu o Conselho Nacional do Ministério Público. Quanto ao Poder Judiciário, também se criou estrutura semelhante: o Conselho Nacional de Justiça. Os dois órgãos – Ministério Público e Tribunais Judiciários –, até então, eram taxados como imunes à fiscalização externa. Enquanto o legislativo e o executivo eram fiscalizados por estruturas externas (tais como os Tribunais de Contas) e eram “punidos ou premiados” pelo voto popular; poder judiciário e Ministério Público seguiam indevassáveis.

Se pelo lado do Ministério Público, há uma entidade institucionalizada responsável pelo monitoramento, por parte do jornalismo, muito se discute quanto à procedência de conselhos reguladores da profissão. No Brasil, esta discussão sempre é encabeçada em meio político. Uns reclamam de uma mídia manipuladora e opositora. Outros também reclamam de manipulação, mas citando o objetivo de manutenção do *status quo*. Há também quem rememore do período ditatorial, enaltecendo que a democracia depende de um jornalismo sem tutela.

Além das divergências diretas entre o Ministério Público e o jornalismo, há situações em que o relacionamento de um deles com outros órgãos acaba por influenciar a relação dos dois. Solano Nascimento (2010, p. 83) diz que “os integrantes do Ministério Público podem agir com independência que teoricamente os jornalistas possuem e com o poder de investigação que os policiais têm.”

Este poder de investigação por parte do Ministério Público está sendo questionado justamente pela polícia, mediante proposta de emenda à Constituição (a chamada PEC 37)¹⁷, que torna privativa das polícias Civil e Federal a investigação criminal nos Estados e no Distrito Federal. Assim, o Ministério Público seria tolhido de proceder certas investigações. Como o jornalismo tem procedido “reportagens sobre investigações”, também ele perderia com esta lei.

¹⁷ A PEC 37 foi derrubada em 25 de junho de 2013 pelos deputados federais, dias após a submissão deste trabalho à banca avaliadora. Favor considerar este fato em todas as próximas menções à proposta. No apêndice 4, explico, resumidamente, os fatos que levaram a tal veto.

Assim, as diferenças entre jornalistas e membros do Ministério Público, a partir desta posição conflitante com as autoridades policiais, passam a ser minimizadas por conta destes terceiros. Como será visto na seção 3.3, os promotores de justiça têm promovido e reportado aos jornalistas atos públicos contrários à PEC 37, na expectativa de que estes convoquem a população a se posicionar.

Por sua vez, o jornalismo, com a recente lei de acesso às informações (Lei nº 12.527/2011), passou a ter acesso mais facilitado à administração pública. Da relação dos legisladores com a sociedade em prol da transparência, o jornalismo se beneficiou, apesar da possível blindagem que muitos órgãos, inclusive o Ministério Público, se auto-auferirão.¹⁸

Esta blindagem faz com que o conhecimento sobre os poderes constituídos não se dê facilmente. Muitas vezes, informações, direitos e até mesmo a função dos órgãos são desconhecidos da maior parte da população. O povo toma conhecimento do que ocorre no governo pelo jornalismo. Segundo Liriam Sponholz (2009, p. 107), citando Eduardo Meditsch, “oferecer ajuda às pessoas para se orientarem no mundo em que vivem é um papel exercido principalmente pela mídia, e não mais pela percepção direta.”

O apreço irrestrito à legislação também merece ser elencado dentre as divergências. Apesar de o jornalismo estar inserido no Estado de Direito, ou seja, de sucumbir às leis gerais do país; e de também possuir normas próprias, estas normas consideram uma situação em que o descumprimento da lei é previsto. O manual de ética, redação e estilo do jornal Zero Hora (1994), por exemplo, diz que “eventualmente, os profissionais serão autorizados a recorrer a situações ou nomes fictícios, desde que o artifício se destine à comprovação de ato ilícito” (NUNES, 1994, p. 16). Assim, abstrai-se que, em algumas situações, o “interesse público” sobrepuja questões éticas e normativas. Reiterando o posicionamento de Silvio Waisbord (2000, p. 233), “o jornalismo investigativo é menos sobre

18 Segundo reportagem de O Globo (22 abr. 2013), o Tribunal de Contas da União aprovou uma resolução que cria seis classificações para as informações ali produzidas: pública, reservada, secreta, ultrassecreta, pessoal e sigilosa. A Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), faz apenas três classificações: reservada, secreta e ultrassecreta. Segundo a reportagem, até agora, nenhuma regulamentação da Lei de Acesso à Informação na esfera federal seguiu os parâmetros adotados pelo TCU.

métodos e mais sobre as conseqüências.” Nesta visão, falsidades ideológicas, câmeras escondidas e escutas não-autorizadas, por exemplo, são considerados legítimos ao jornalista, haja vista o bem maior que as matérias investigativas visam atender.

No caso do Ministério Público, até pelo fato de, entre outras funções, ser o “fiscal da lei”¹⁹, o órgão norteia-se pela doutrina. A lei baliza as ações do Ministério Público, sobretudo em sua atuação na esfera judicial. O apreço à norma também se verifica nas organizações públicas de modo geral. A “legalidade” é um dos princípios constitucionais da administração pública: Enquanto o ente privado não pode contrariar a lei, tal princípio impõe que a organização pública só pode fazer o que consta na lei.

Assim, como divergências entre a atuação de jornalistas e membros do Ministério Público pode-se pontuar as fontes de financiamento; a efetividade do controle externo da atuação; o apreço às normas; e os conflitos advindos das eventuais situações em que o Ministério Público é alvo da atuação fiscal do jornalismo. Nesta situação, como em outras, os membros do Ministério Público passam a serem fontes.

3.3 O relacionamento com as fontes: Um paralelo com as relações ecológicas

O relacionamento com as fontes é temática recorrente nos estudos de jornalismo. Ele diz respeito às interações que o jornalista cria para consecução de seu trabalho. Os “escolhidos” para concessão das entrevistas, sendo que muitos destes serão consultados sem constar no material proposto ao público, são elencados na pauta ou no momento da apuração. Neste último caso, o contexto onde ambos – jornalistas e fontes – estão inseridos é determinante. O contexto é o pano de fundo das relações e as determina.

Um exemplo emblemático para o jornalismo brasileiro de como o contexto pode influenciar o relacionamento com as fontes foi a entrevista do correspondente Luiz Carlos Azenha, da extinta TV Manchete, para com

19 A função *Custos Legis* advém da linguagem jurídica e significa a função de “fiscal da lei” atribuída ao Ministério Público. É a situação em que o Promotor de Justiça não é autor da ação, mas “acompanha todas as fases do processo para garantir equilíbrio entre as partes.” (SANTA CATARINA, 2009, p. 28)

o então líder da União Soviética Mikhail Gorbachev²⁰. Em 1988, Azenha estava na Praça Vermelha, em Moscou, fazendo uma gravação quando avistou o líder soviético. Aproximou-se e fez duas perguntas. Em plena “Guerra Fria”, aquela fora a primeira entrevista concedida por Mikhail Gorbachev a um repórter estrangeiro. Além disso, Azenha conseguiu com que seu material fosse veiculado nos Estados Unidos e na própria União Soviética.

Na maioria das vezes, o jornalista, investido nesta profissão, entrevista pessoas que não tem o mesmo papel – de jornalista – na sociedade. Assim, lida com profissões distintas da sua. Assim ocorre na sua relação com membros do Ministério Público. Jornalistas e fontes interagem, exercendo influências recíprocas. Neste ponto, rememoram a biologia²¹, onde se dão as relações ecológicas, também chamadas de “interações entre populações de uma comunidade” (LOPES & ROSSO, 2010, p. 119).

Assim como entre jornalistas e fontes, as relações ecológicas podem se revelar harmônicas ou desarmônicas. Por harmônicas – ou positivas –, entendem-se as interações em que não há prejuízo para nenhum dos envolvidos.

Um exemplo desta interação ocorreu entre Ministério Público e câmaras de vereadores dos municípios catarinenses na semana do dia 8 a 12 de abril de 2013. Neste período, algumas casas legislativas receberam eventos de repúdio à proposta de emenda constitucional que limita os poderes de investigação do Ministério Público, a chamada PEC 37. Tais atos públicos foram promovidos pelos promotores de justiça em suas comarcas.

A imprensa deu visibilidade a tais eventos. Nas matérias, menciona-se que as câmaras “amparam” a campanha em prol do Ministério Público. Além de receber o evento, aprovaram moções contrárias à proposta de emenda constitucional. Dessa forma, Ministério Público e as câmaras de vereadores protagonizaram uma relação circunstancial harmônica. A montagem a seguir traz registros jornalísticos sobre as manifestações:

20 Informações extraídas do perfil de Luiz Carlos Azenha no Portal dos Jornalistas (<http://www.portaldosjornalistas.com.br>)

²¹ A aplicação da metáfora ecológica aos estudos dos meios remonta à década de 1960, conforme aponta Carlos Scolari (2013)

Câmara ampara campanha “Brasil Contra Impunidade”

Cercamento da possibilidade de investigação por parte do MP causa indignação

Crédito

A Câmara de Vereadores de Curitiba se reuniu nesta quarta-feira para discutir os efeitos da PEC 37, que prevê restrições de investigação por parte do Ministério Público. O encontro reuniu autoridades, vereadores e representantes da sociedade civil. O Núcleo Regional da Associação dos Promotores do Ministério Público Estadual e Federal, que atua no Paraná, também participou da reunião.

do de 9.7.13. São Paulo, 12 de abril de 2013.

SC mobilizada contra a PEC 37

Ao longo desta semana, como parte da campanha *Brasil contra Impunidade*, acontecem em todo o país mobilizações para difundir à sociedade os malefícios da PEC 37, que quer restringir o poder de investigação do Ministério Público. No Estado, além dos eventos programados pelo interior, será realizado hoje, à partir das 10h, um grande ato público no Plenarinho da Assembleia Legislativa de Santa Catarina, em Florianópolis. Os eventos são coordenados pelo Núcleo Regional do Ministério Público do Trabalho, em Florianópolis.

Associação Catarinense do Ministério Público, em Florianópolis, e Ministério Público do Trabalho, em Florianópolis.

Ministério Público pede apoio da população devido a "PEC da Impunidade"
Proposta de Emenda Constitucional tramita na Câmara dos Deputados desde 2011 e visa tirar o poder de investigação criminal do MP. Já era recebida uma des mobilizações que acontecem em todo o país

Figura 4 : Montagem produzida a partir de notícias e notas veiculadas no *Jornal Diário Catarinense* (11 abr. 2013), *Jornal Hora de Santa Catarina* (12 abr. 2013), *Jornal da Manhã* (12 abr. 2013) e *Portal Engeplus* (10 abr. 2013).

Anti-PEC 37

A Câmara de Joinville aprovou moção em que apela a todos os deputados federais de SC para que votem contra a PEC 37, que retira poder de investigação do Ministério Público. Esta semana vários eventos acontecem em diferentes regiões do Estado.

Por outro lado, nas desarmônicas, pelo menos um dos envolvidos sofrerá alguma desvantagem. Sônia Lopes e Sérgio Rosso (2010, p. 120) ponderam que, considerando o total das interações numa comunidade, as interações desarmônicas ou negativas também podem ter efeitos positivos, pois são importantes para o equilíbrio das populações que se relacionam. Natalia Hanazaki, Mauricio Petrucio, Sofia Zank e Fernando Pol Mayer (2009, p. 32) compartilham deste pensamento: “muitas interações não podem ser classificadas como totalmente benéficas ou totalmente adversas.”

No mesmo exemplo da PEC 37, pode-se visualizar uma relação desarmônica. Associações ligadas à polícia civil têm rivalizado com o Ministério Público no intuito de aprovar a emenda.²² A depender do Congresso Nacional, algum dos lados – Polícia Civil ou Ministério Público – sairá satisfeito. Assim, existe a possibilidade de, apesar da insatisfação de um dos lados, a população ficar satisfeita, exemplificando os efeitos positivos destas interações.

Nos dois exemplos anteriores – Ministério Público e câmara de vereadores e Ministério Público e autoridades policiais – tratamos de relações efetivadas pelo Ministério Público. No que diz respeito ao jornalista e seu relacionamento com as fontes, esta observação é igualmente pertinente, pois, além das influências recíprocas, o trabalho dele também influencia a sociedade como um todo. Mesmo que um dos dois – jornalistas ou fontes –, em suas análises pessoais, sofra alguma desvantagem, os efeitos para a sociedade talvez venham a ser positivos.

Exemplo disso é exposto na matéria “Um procurador amordaçado”, da revista Carta Capital de 16 de maio de 2012²³. Segundo a reportagem, o procurador Matheus Baraldi Magnani, membro do Ministério Público Federal, foi suspenso por 90 dias pelo Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) por conta de uma entrevista concedida. Para o relator do

22 Conforme nota veiculada pelo jornalista Moacir Pereira em 15 de abril de 2013 no jornal Diário Catarinense, “a associação dos delegados de polícia de SC (ADEPOL) começou a distribuir a cartilha intitulada Investigação Criminal – PEC da legalidade: entenda porque a PEC 37/2011 não retira poder de investigação do Ministério Público”.

23 A matéria, na íntegra, pode ser acessada em <http://www.fazenda.gov.br/resenhaeletronica/MostraMateria.asp?page=&cod=8090>

caso, “Magnani violou o dever funcional ao dar entrevista, em maio de 2009, sobre a investigação de suposto superfaturamento em obras do complexo viário do Rio Baquirivu, em Guarulhos” (AULER, 2012, p. 34-35), em São Paulo. O relator considerou que houve quebra do sigilo decretado pela justiça.

Mesmo que alguma ilegalidade tenha sido protagonizada pelo procurador, seu objetivo era chamar a atenção para o superfaturamento de obras públicas. Assim, o jornalista alcançou seu objetivo de fazer a matéria e a população foi devidamente informada acerca da destinação do dinheiro público. O procurador, no nível pessoal, foi quem sofreu “influência negativa” em decorrência da entrevista concedida.

As relações ecológicas podem ser intraespecíficas, quando ocorrem entre indivíduos da mesma população, ou interespecíficas, quando membros de populações de espécies diferentes se relacionam. (ODUM, 1975, p. 136 – 145) Comparando-se à biologia, a relação entre jornalistas e membros do Ministério Público pode ser tratada como interespecífica. A justificativa está relacionada à conceituação biológica de sociedade.

Para Sônia Lopes e Sérgio Rosso (2010, p. 120), "sociedades são grupos de indivíduos da mesma espécie com divisão de trabalho". Segundo os autores, as sociedades podem ser heteromórficas, quando os indivíduos são morfologicamente distintos para as funções que visam cumprir; ou isomorfas, onde os indivíduos não são morfologicamente modificados.

Conforme Lopes e Rosso, "um bom exemplo de sociedade isomorfa é a sociedade humana, em que apesar do isomorfismo, há uma complexa divisão do trabalho." (LOPES & ROSSO, 2010, p. 120) Esta divisão do trabalho, bem como a estratificação social, propõe relações interespecíficas entre jornalistas e os membros do Ministério Público.

Na biologia, as interações interespecíficas harmônicas são mutualismo, protocooperação e comensalismo. As relações desarmônicas são amensalismo, predatismo, parasitismo e competição interespecífica. (HANAZAKI et al., 2009; LOPES & ROSSO, 2010) Dentre as interações, há ainda o neutralismo, mas Natalia Hanazaki, Mauricio Petrucio, Sofia Zank e Fernando Pol Mayer (2009, p. 33) ponderam que, na natureza, “é provável que o verdadeiro neutralismo seja muito raro ou inexistente.” Tratemos inicialmente das interações harmônicas.

3.3.1 Relações ecológicas harmônicas

Por mutualismo, entende-se que é a relação interespecífica em que os participantes se beneficiam e mantém relação de dependência. (LOPES & ROSSO, 2010, p. 124) Segundo Natalia Hanazaki et al. (2009, p. 33), esta relação de dependência “não precisa envolver uma associação física próxima,” pois, do contrário, haveria simbiose. A simbiose – associação física entre ambos (HANAZAKI et al., 2009, p. 33) – dirimiria a independência institucional, bem como não causaria boa impressão à sociedade. Mesmo assim, Denis McQuail (2012, p. 137) cita pesquisas (Sigal, 1973; Miller, 1978) em que a relação entre a fonte e a mídia foi chamada de “simbiótica”. Nela, acreditava-se que ocorria um grau excessivo de cooperação, “com a fonte podendo relatar a sua própria versão dos eventos em troca (geralmente implícita) do fornecimento pronto de notícias úteis” (McQUAIL, 2012, p. 137)

No caso específico do relacionamento entre jornalistas e o Ministério Público, pode-se verificar que em algumas situações se dá o mutualismo. No caso de campanhas propostas pelo órgão, tal qual a mobilização contrária à PEC 37, o proponente (Ministério Público) ganha visibilidade, assim como o jornalista garante uma pauta.

Muitas vezes, no entanto, o mutualismo se dá para com um veículo somente, haja vista apoios e patrocínios pré-firmados. A campanha “o que você tem a ver com a corrupção?”, outra mobilização surgida a partir do Ministério Público, vincula-se à mídia para ganhar visibilidade. A figura a seguir, extraída do vídeo institucional da campanha²⁴, mostra o apoio recebido por uma rede de comunicação. Tal vídeo, possivelmente, foi veiculado somente na emissora que apoia a campanha.

24 O vídeo pode ser conferido na íntegra em http://www.oquevoctemavercomacorrupcao.com/conteudo/interna/conteudo.asp?cod_area=34



Figura 5: Em destaque, a rede de comunicação que apoia uma campanha do Ministério Público.

Estes apoios pré-firmados não acontecem noutra forma de interação harmônica: A protocooperação. Embora os envolvidos igualmente se beneficiem, ambos são independentes, dispensando a união. A independência é característica importante tanto do Ministério Público, quanto do jornalismo. No entanto, resguardada a independência, a cooperação entre membro do Ministério Público e jornalista pode acontecer quando “um precisa que uma determinada informação seja publicada no jornal e o outro precisa obter notícias.” (ALSINA, 2009, p. 169)

A protocooperação, por exemplo, se verifica no mesmo caso das campanhas propostas pelo Ministério Público. Neste caso, quaisquer jornalistas interessados poderiam cobrir eventos relacionados às campanhas, mas sem relação de dependência. Comentaristas poderiam, inclusive, ser contrários à mobilização, fato que dificilmente aconteceria na empresa que apoia a causa. Segundo Sônia Lopes e Sérgio Rosso, “no

mutualismo a união é obrigatória, e os indivíduos são interdependentes" (2010, p. 125). Na protocooperação, a interdependência não acontece.

Questão que sobrevém ao analisar mutualismo e protocooperação é a independência perante o outro nas relações. Do ponto de vista da independência para com a instituição a qual estão vinculados, os membros do ministério público possuem-na como princípio institucional previsto na Constituição (SANTA CATARINA, 2009, p. 10). Por outro lado, nem mesmo institucionalmente, o jornalista pode-se afirmar independente.

A independência do jornalista está relacionada a condições estruturais e a questões de conduta organizacional. Quanto as primeiras, como o jornalista está inserido em uma organização, esta estrutura determina, em certo grau, sua atuação e sua liberdade.

No que diz respeito à conduta organizacional, Denis McQuail (2012, p. 111) cita, por exemplo, o tempo de serviço, o status na organização e o valor de mercado do profissional (quanto ele representa em termos de audiência) como fatores intervenientes no que diz respeito a ele poder ter maior independência ou não.

Assim como pode haver limitações de origem institucional quanto à independência, a excessiva consulta de certas fontes pode conjeturar restrição de cunho externo à independência do jornalismo. Além disso, pode haver uma diferente interpretação entre o que é independência perante as fontes e autonomia pessoal. Denis McQuail cita uma pesquisa de B. Baerns (1987) em que se analisa se a origem da notícia é gerada por conta da fonte (entrevistas coletivas convocadas ou *releases*) ou pelo jornalista. Já na década de 1980, o estudo mostrou que dois em cada três notícias foram consideradas provenientes das primeiras. Hoje, com o advento de tecnologias da informação que propõem maior interatividade, o resultado não deve ter se alterado.

Segundo o autor, esses resultados levantam dúvidas sobre o que realmente significa atuação independente para os jornalistas:

Esses que geralmente acreditam que possuem uma liberdade razoável para selecionar e tratar suas notícias podem estar pensando mais em sua autonomia pessoal (por exemplo, liberdade para cobrir uma história como queiram) do que em sua real independência das pessoas que têm poder na sociedade. (Idem, p. 138)

Esta autonomia para escolher a fonte mais fácil e usual vai ao encontro da oferta existente de informação. De um lado, o jornalista tem liberdade para escolher a quem recorrer. Do outro, informações “caem no colo” do profissional de imprensa. Esta oferta, no entanto, atenta, de forma tênue, contra a independência do jornalista. Michael Schudson (210, p. 195) demonstra como as ações das relações públicas mascaram a aparente liberdade de imprensa. O autor cita a dúvida de Henry Luce, então crítico do presidente Franklin Delano Roosevelt, sobre liberdade de imprensa na década de 1940. Para ele, o significado de “liberdade de imprensa” não era óbvio. A principal preocupação de Henry Luce era que o governo controlava a notícia por meio de suas atividades de publicidade, não tanto pela censura à notícia, mas “por inundar a imprensa com informações”. (SCHUDSON, 2010, p. 195)

Por conta desta inundação, Denis McQuail (2012, p. 139), citando alguns estudos, diz que “as notícias são um fluxo ‘de cima para baixo’ na sociedade, com a mídia divulgando para o público geral o que os oficiais, porta-vozes ou líderes ‘responsáveis’ das instituições decidem dizer”. Se há este desequilíbrio, conclui-se que, por mais que a relação se mostre harmônica, o jornalista pode estar se beneficiando com o fechamento da matéria, mas tendo sua independência aviltada pela estrutura.

Voltando às relações ecológicas, há um tipo de interação harmônica em que apenas um dos participantes se beneficia sem causar prejuízo ao outro. Trata-se do comensalismo (HANAZAKI et al., 2009, p. 34; ODUM, 1975, p. 154).

Como os membros do Ministério Público protegem os direitos coletivos, o benefício à sociedade seria uma vantagem obtida da interação com os jornalistas. Estes, também visando ao interesse público, teriam igualmente satisfação quando da distribuição de seu produto. No entanto, excluindo-se o benefício à população, o jornalista parece ser o ente que se beneficia nesta relação enquanto que o membro do Ministério Público é o que, em situações específicas, fica na condição neutra. Vejamos:

Citando um ponto de vista particular do jornalismo – como construtor da realidade social – Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 233) diz que, para o jornalista, a publicação é o sinônimo do sucesso: “o trabalho do jornalista só está completo quando se publica. Portanto, o jornalista, às vezes, lutará para que apareça a notícia que ele produziu, porque senão todo seu trabalho não terá valido a pena”.

Do ponto de vista do membro do Ministério Público, a condição de neutralidade que configura o comensalismo depende de alguns fatores que serão expostos a seguir. Seu benefício, prejuízo ou neutralidade relaciona-se as suas expectativas. Segundo a “cartilha de relacionamento com a imprensa” do ministério público de Santa Catarina (2011, p. 16 – 17),

É muito comum o jornalista solicitar uma conversa para esclarecer melhor certos pontos de um processo ou para apurar informações sobre o andamento de uma ação. Em muitos casos, o repórter se refere a essa conversa como uma entrevista, mas, quando a matéria é publicada, as respostas do entrevistado não “aparecem” no texto. O jornalista utiliza apenas as informações e, geralmente, cita a fonte dessas informações com expressões do tipo segundo *o promotor de justiça ou conforme esclareceu o procurador de justiça...*

Neste caso, o membro do Ministério Público teria seu benefício pessoal se, conforme o combinado, ele protagonizasse a matéria como fonte principal e direta. Porém, o mesmo teria desvantagem caso fosse citado em menor escala do que esperava. Em outra situação, poderia também beneficiar-se se, em conversa prévia, quisesse ser fonte secundária ou indireta e aparecesse como tal. No entanto, também poderia ter “desvantagem” se ficasse sob os holofotes.

Destas situações é possível inferir que existem dois tipos de fontes: As fontes utilizadas e as fontes mencionadas. Para Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 173), “a princípio, as fontes mencionadas são também fontes utilizadas, mas nem todas as fontes utilizadas são mencionadas.” Por isso, no que tange às expectativas criadas, o membro do Ministério Público deve informar-se quanto à sua condição na notícia, para que não fique insatisfeito com os resultados da matéria.

Certo mesmo é que dificilmente o promotor ou procurador de justiça terá uma condição neutra na relação com jornalistas após a veiculação da matéria. O comensalismo parece se possível somente quando, por parte do membro do Ministério Público:

- O conhecimento do assunto que é foco da matéria é pleno;
- Há expertise em lidar com a mídia; e

- O veículo de comunicação para o qual deu entrevista é de pouca expressão, não gera muita repercussão e tem acesso limitado (um jornal de pequena tiragem e circulação, por exemplo).

A partir das condições acima, caso o promotor ou procurador de justiça não crie expectativas e nem tenha acesso à matéria e à repercussão gerada; ele não auferirá benefício ou prejuízo. De qualquer forma, como já dito, com o interesse público alcançado, membro do Ministério público e jornalista terão sido exitosos, mesmo que indiretamente. Lembremos, porém, que há casos de “interesse público” em que o membro do Ministério Público pode ser parte investigada pelo jornalista. Apesar de sua posição de agente persecutor do “interesse público”, ele, no âmbito pessoal, levará desvantagem. Este é um caso de interação interespecífica desarmônica.

3.3.2 Relações ecológicas desarmônicas

Uma das relações ecológicas desarmônicas é o amensalismo ou antibiose "em que indivíduos de uma população secretam substâncias que inibem ou impedem o desenvolvimento de indivíduos de populações de outras espécies." (LOPES & ROSSO, 2010, p. 124) Nesta interação, “uma população é afetada de modo adverso por outra, mas esta última não é beneficiada nem prejudicada.” (HANAZAKI et al., 2009, p. 34)

Considerando as explicações já feitas em relação ao comensalismo, em que a análise se dá sobre um participante que se beneficia e outro que fica em condição neutra, no amensalismo, o estudo se concentra sobre o prejuízo que um dos entes obtém da relação. É preciso salientar, porém, que o prejuízo não é intencional. Uma das partes não espera que a outra tenha desvantagem. Esta se dá circunstancialmente, a depender da análise de cada um dos entes relacionais.

Do ponto de vista do jornalista, este será afetado negativamente, como já dito, se não conseguir “emplacar” sua matéria por perda da factualidade ou por decisão editorial. O promotor ou procurador do Ministério Público pode até ter alguma influência sobre isso, mas fundamentalmente será de dentro da empresa a decisão de não veicular. Caso tenha criado expectativas e a matéria não venha a ser veiculada, o membro do ministério público também se frustrará. Do contrário, sem expectativas, não terá desvantagens.

Do ponto de vista dos promotores e procuradores, o desgaste pode vir da decisão de convocar uma entrevista coletiva. Tal entrevista prescinde de motivação da autoridade, ou seja, não de iniciativa do jornalista. Assim, como previsto no amensalismo, não há intencionalidade do jornalista em propor o desgaste. O que pode acontecer é o membro do Ministério Público não estar preparado para fazer as declarações. Assim, tendo em conta a postura passiva do jornalista – não foi ele que convocou a entrevista –, pode ficar configurado o amensalismo.

A política de comunicação do Ministério Público de Santa Catarina é clara com relação à convocação de coletivas:

entrevistas coletivas são recomendadas em momentos de grande interesse público e jornalístico, observando-se o cuidado para não expor o integrante da instituição a situações de insegurança ou desgaste, tampouco prejudicar o andamento de investigações e dos processos. (SANTA CATARINA, 2011, p. 21)

Assim, mesmo que o promotor ou procurador saia desgastado, o jornalista terá algo a veicular. Talvez não seja o material que ele esperava, e por isso também se frustra, mas, comparativamente, ele estará em melhor situação – no mínimo, de neutralidade – que o membro do Ministério Público, desgastado pelas várias mídias que foram cobrir a entrevista coletiva.

Ainda falando de interações desarmônicas, faz-se necessário conceituar a palavra “relação”. Segundo definição do Dicionário Silveira Bueno (1992, p. 579), “relação” significa “convivência”, ou seja, algo que perdura no tempo. Assim, o prejuízo, benefício ou situação de neutralidade advindo da relação deve ser analisado por todo o período da interação. Esta envolve etapas anteriores e posteriores à consulta, bem como a possibilidade de outras entrevistas. Além disso, tais efeitos da relação podem transmutar-se de um para outro ente envolvido, caracterizando diferentes tipos de interação.

Há matérias que tratam da atuação do Ministério Público, questionando omissões ou ação em desacordo com o que se espera do órgão. Esta expectativa em relação ao Ministério Público pode ser fundada ou não. Cabe ao jornalista se inteirar das reais atribuições do Ministério Público e cobrar de forma fundamentada. Há também matérias que

questionam os membros do órgão como agentes de uma instituição pública, ou seja, regulando a legalidade e a moralidade dos atos de seus membros. Com a cobrança, fundamentada ou não, o promotor ou procurador de justiça se desgastará. No entanto, em momento posterior, o jornalista é que pode sair em desvantagem.

Os prejuízos do jornalista neste segundo momento podem ser de ordem interna ou externa à empresa jornalística. Dentro da empresa, o jornalista pode, por exemplo, levar reprimendas informais que gerem, na pior das hipóteses, a demissão. O prejuízo advindo de fora da empresa pode ser representado por ações judiciais contra o jornalista e, subsidiariamente, à instituição ao qual ele está vinculado. Este processo judicial pode influenciar a empresa a efetivar a demissão mencionada.

Segundo Solano Nascimento (2010, p. 95), “não são raras as situações em que essas ações buscam indenizações que podem causar prejuízos a empresas de comunicação”. Segundo alguns jornalistas entrevistados por Solano Nascimento por ocasião de sua tese de doutorado, proceder reportagens sobre a investigação de outros órgãos ao invés do próprio repórter realizar a investigação foi um jeito de se proteger destas ações judiciais (NASCIMENTO, 2010, p. 95)

Mesmo que o tom da reportagem que motivou o processo ou a reprimenda não seja acusatório, a cartilha de relacionamento com a imprensa do Ministério Público de Santa Catarina destaca uma situação passível de acontecer que inferirá de forma “desarmônica” sobre a relação. Segundo a cartilha (2011, p. 18), numa entrevista pingue-pongue, as “respostas longas estão sujeitas à edição e, com isso, o que será publicado dependerá mais de uma decisão do jornalista que da vontade do entrevistado”. Quando a cartilha fala em “decisão do jornalista”, deve-se ter em conta que um revisor ou editor pode ser o responsável pelas adequações de ordem técnica ou estética. Este profissional, na verdade, é quem pode ser o responsável pela eventual discórdia.

Se a edição posterior é ponto de considerável relevância nos efeitos da relação entre jornalista e membro do Ministério Público, há momentos anteriores à efetiva entrevista que também são importantes. A cartilha de relacionamento com a imprensa do Ministério Público (2011, p. 19) diz que o jornalista, muitas vezes, “pesquisa informações sobre a fonte e entrevistas anteriores a respeito do caso para detectar possíveis contradições”. Por

conta desta postura ativa do jornalista é que a cartilha recomenda ao membro do Ministério Público:

Quando ficar na dúvida se o jornalista está lhe fazendo uma pergunta ou buscando sua concordância numa afirmação, pergunte a ele. Isso pode evitar que a matéria atribua a você declarações que não fez, ou ratifique posições que você não tem ou não tornou públicas (SANTA CATARINA, 2011, p. 39)

Neste exemplo, os efeitos da interação entre jornalista e promotor ou procurador de justiça parecem estar ligados à conduta e ao caráter do jornalista. A função do jornalista é questionar. Atribuir declarações sem a certeza do posicionamento do entrevistado tende à má-fé. Por outro lado, há casos em que o que acontece é o mal-entendido. Aqui não há intencionalidade do jornalista, mas há caracterização de efeitos de uma relação desarmoniosa.

A cartilha de relacionamento com a imprensa do Ministério Público de Santa Catarina contextualiza como podem ocorrer “desencontros” fortuitos nesta interação entre jornalistas e promotores e procuradores:

Aquele texto simples, que, muitas vezes, o promotor de justiça interpreta como superficial, é, na verdade, o resultado do esforço de um profissional capacitado para traduzir ao seu público – o cidadão comum – um fato complexo. É bem verdade que nem sempre a interpretação é satisfatória. Também é verdade que, muitas vezes, o resultado dessa tradução não agrada à fonte da notícia simplesmente porque essa fonte, por ter o pleno conhecimento do assunto, acredita que os detalhes mais importantes foram ignorados pelo jornalista. (SANTA CATARINA, 2011, p. 7)

“Ter pleno conhecimento” significa que além do conteúdo, o membro do Ministério Público domina a forma. Dentro desta, insere-se a linguagem jurídica. Segundo a cartilha, justificando a necessidade do promotor ou procurador atentar-se para como falar com a imprensa, “todo profissional especializado, com o tempo, incorpora, à sua linguagem e à sua forma de perceber o mundo, as expressões e as práticas de sua profissão”. (SANTA CATARINA, 2011, p. 7)

A cartilha de relacionamento com a imprensa continua a explicação:

Numa peça jurídica ou mesmo em uma conversa com outro operador do Direito, manter a formalidade nos textos processuais é a única forma de evitarem-se mal-entendidos. Mas, para se fazer compreender pelo cidadão comum – o verdadeiro cliente do Ministério Público e o público-alvo da imprensa –, a linguagem jornalística é a mais adequada. E se o jornalista não compreende o que o promotor de justiça fala, dificilmente vai conseguir explicar ao cidadão a atuação daquele que tem como dever defender a sociedade. (SANTA CATARINA, 2011, p. 8)

Caso o jornalista não compreenda o que o promotor de justiça fala, possivelmente a relação entre ambos, a partir da veiculação, terá repercussão. É factível a busca do promotor pelo jornalista para correção, retratação, complementação ou até mesmo para ameaças. Há situações, já mencionadas, em que o promotor pode também nem se abater com o mal-entendido. No entanto, é grande a possibilidade desta ser caracterizada como uma interação desarmônica.

Além do amensalismo, outro exemplo de interação desarmônica é a predação. Nela, uma das partes mata e se alimenta do outro indivíduo, suprimindo-o (LOPES & ROSSO, 2010, p. 126). Um termo comum utilizado tanto na relação do jornalista com as fontes, quanto na definição de predação é “perseguição” (HANAZAKI et al., 2009, p. 34). Muitas pessoas dizem ser “perseguidas” pela mídia. Passado algum tempo dos fatos que as colocam nessa condição, estas personalidades ditas “perseguidas” acabam suprimidas dos noticiários. Tal supressão não é o objetivo do jornalista. Por definição, o objetivo do jornalista é a matéria jornalística. Quando notícias mais factuais vêm à tona, os jornalistas e a empresa acabam por relegar os “perseguidos” dos noticiários.

Geralmente, a “perseguição” da mídia se dá para com casos em que pessoas são acusadas. Porém, as fontes que acusam e que objetivam a punição, a depender do desenrolar da história, também podem ser “perseguidas” como não cumpridoras do seu papel. Além disso, é preciso salientar que a perseguição pode estar caracterizada tanto pelas citações e aparecimentos incessantes de uma pessoa na mídia, quanto pelos casos em

que há omissão da veiculação de alguém que pretendia aparecer. Uma alegação deste “perseguido” pode ser: “a mídia não está me dando espaço”.

Esta “supressão dos noticiários” também pode ser uma medida intencional do “perseguido” ou da instituição que ele representa. No caso do Ministério Público, para que o membro saia dos holofotes, a administração superior pode, por exemplo, “convidar” um promotor de justiça a sair de sua promotoria para que passe a atuar administrativamente. Em termos de atuação judicial, pelo menos por um tempo, o promotor estaria “suprimido”.

A perseguição ao jornalista também pode ser caracterizada. Em casos de indisposição pessoal prévia de um membro do Ministério Público para com um jornalista específico, a perseguição pode ser constatada em função da relação deste promotor ou procurador de justiça com outro jornalista. A cartilha de relacionamento da imprensa do Ministério Público de Santa Catarina diz que, “nos casos de grande repercussão, quando o membro do MPSC percebe que o interesse da mídia é generalizado, não é recomendável que ele privilegie apenas um jornalista ou veículo” (SANTA CATARINA, 2011, p. 24). Assim, caso privilegie, estaria perseguindo o jornalista ou veículo não contatado.

Apesar de soar como desvantagem, a predação auferida a um ente pode ser benéfica ao órgão que ele representa. Na natureza, “a ação de um predador pode ser fundamental para a manutenção da densidade populacional da presa” (HANAZAKI et al., 2009, p. 34). No âmbito das instituições, a perseguição, mesmo que não intencional, a um membro pode coibir certas práticas e sanar irregularidades sistemáticas.

Ainda como relação desarmônica, existe o parasitismo. Esta interação se dá quando um dos partícipes (parasita) retira seu alimento do corpo do outro (hospedeiro), “prejudicando-o, mas geralmente não o matando.” (LOPES & ROSSO, 2010, p. 127) No parasitismo, o contato entre as partes é mais íntimo e duradouro que na predação.

A palavra que parece se impor aqui é “desgaste”. Quando um *blog*, cujo jornalista – graduado ou não –, reiteradas vezes cobra uma postura do membro do Ministério Público, há desgaste. Os *blogs* caracterizam-se por expressar opiniões pessoais. Quando citados, os membros do Ministério Público dificilmente são diretamente consultados. A intimidade, característica do parasitismo, parece estar mais ligada ao tipo dos

comentários que são feitos, do que pelo contato proximal entre jornalista e fonte.

Há desgaste também na mídia institucionalizada, sobretudo em casos de repercussão cujo interesse do público é grande. Nas situações em que os membros do Ministério Público estão relacionados, é possível que o poder judiciário também esteja. Como sabido, há casos em que o processo corre em segredo de justiça. Na ânsia por informações, os jornalistas acabam por querer dados que muitas vezes não estão disponíveis ou não devem ser revelados. Se a cobrança dos jornalistas por informações for reiterada, pode haver desgaste.

Previendo isso, a cartilha de relacionamento da imprensa do Ministério Público de Santa Catarina adverte o promotor ou procurador de justiça:

Se o membro do Ministério Público não pode, por algum motivo, prestar mais informações sobre o caso, é muito melhor que ele pare e explique aos jornalistas os motivos de não poder falar do que tentar atravessar a barreira de jornalistas sem dar qualquer declaração. Uma atitude assim pode levar, inclusive, a um confronto físico, pois é comum a correria e o empurra-empurra entre os próprios jornalistas em ocasiões assim. (SANTA CATARINA, 2011, p. 23)

Dirimindo a questão do desgaste, é possível que, haja vista as constatações de Solano Nascimento (2010), a relação entre jornalistas e membros do Ministério Público fique cada vez mais perene. O autor mostra em seu livro (“Os Novos Escribas”) que, ao longo dos anos, os jornalistas foram cada vez mais se “alimentando” das investigações do Ministério Público. Desta relação, não houve prejuízo ao Ministério Público propriamente. Em termos de “interesse público” também não. O prejuízo parece ter ficado a cargo dos jornalistas que relegaram uma de suas principais potencialidades e características: a investigação jornalística. (NASCIMENTO, 2010, p. 105)

Por fim, tratando de uma última relação desarmônica que possa ser comparada ao relacionamento do jornalista com as fontes, há a competição interespecífica (LOPES & ROSSO, 2010, p. 128). Segundo os autores, ocorre quando duas populações de espécies diferentes, em uma mesma comunidade, apresentam nichos ecológicos semelhantes. “Isso desencadeia

um mecanismo de disputa pelo mesmo recurso do meio quando ele não é suficiente para as duas populações” (LOPES & ROSSO, 2010, p. 128). No que diz respeito à competição interespecífica entre jornalistas e membros do Ministério Público, a investigação pode representar o “nicho semelhante”.

No entanto, a competição interespecífica pelo nicho semelhante relatado parece não envolver os jornalistas. A Proposta de Emenda Constitucional 37, que envolve a regulamentação do poder de investigar, aparentemente opõem Ministério Público e polícia. Por consequência, como visto, o jornalista seria afetado indiretamente caso o Ministério Público deixasse de investigar.

Certo é que esta competição motiva as instituições a justificarem a necessidade de manter sua atribuição investigatória e, por isso, Ministério Público e jornalismo devem proceder suas investigações da melhor maneira possível, como se fossem os únicos a intentarem tais pesquisas. Do ponto de vista do Ministério Público, este, como órgão sucumbente à lei, tem ritos próprios e legais de investigação. Assim, há dados, de parte a parte, que só virão à tona pelos métodos próprios de cada um. Sem dúvida, há a possibilidade de o jornalista necessitar dos dados oficiais produzidos pelo Ministério Público (MP). O promotor de justiça é uma fonte, assim como o membro do MP pode só tomar conhecimento de um assunto de interesse público por conta de uma matéria jornalística investigativa. Dessa forma, ambas as investigações teriam – e têm – seu valor.

Assim como acontece com o Ministério Público em relação à PEC 37, a investigação também pode justificar a razão de existir do jornalismo. Discute-se amplamente, também via proposta de emenda constitucional, questões de regulamentação da profissão, tal qual a necessidade do diploma em jornalismo. Apesar do jornalismo investigativo não ser balizado por métodos, ele não deixa de ser jornalismo. Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 225), citando Mauro Wolf (1985), conceitua, por exemplo, o faro jornalístico nesta perspectiva:

o “faro” jornalístico não é uma capacidade misteriosa para determinar as notícias, mas uma capacidade de rotina. (...) E que é praticada sob a proteção de parâmetros identificáveis (os valores/notícias, por exemplo), a capacidade de combinar, “instantaneamente”, num ponto de equilíbrio determinado, alguns fatores diversificados entre si.

Assim, o “faro”, que seria algo subjetivo e do senso comum, mostra-se balizado por parâmetros da profissão. Da mesma forma, acontece com a investigação. Imerso na condição de jornalista, este procederia sua pesquisa baseado em uma subjetividade “temperada por encontros com as opiniões de outros profissionais expressivos na atividade, e (...) amadurecida por encontros com os fatos mundiais” (SCHUDSON, 2010, p. 224) Dessa forma, teriam subsídios para, além de motivarem-se em sua atribuição investigatória, justificar a importância da profissão, inclusive academicamente.

Por fim, rememorando que as relações expostas neste capítulo podem trazer consequências neutras (0), benéficas (+) ou adversas (-), esboça-se a seguinte tabela adaptada de Natalia Hanazaki, Mauricio Petrucio, Sofia Zank e Fernando Pol Mayer (2009, p. 32):

Interação	Espécie A	Espécie B
Competição	-	-
Neutralismo	0	0
Mutualismo	+	+
Protocooperação	+	+
Simbiose	+	+
Predação	+	-
Parasitismo	+	-
Comensalismo	+	0
Amensalismo	-	0

Tabela 3: Relações ecológicas e consequências para as espécies. (HANAZAKI et al., 2009, p. 32)

Apesar das especificidades encontradas na natureza, é possível igualmente conceber benefícios e adversidades enfrentadas pelos partícipes da relação jornalista-fonte. Tais efeitos, pelos exemplos e análises realizadas, têm relação com a duração da relação e com aspectos pessoais dos envolvidos, tais como a intencionalidade de um dos entes, a expectativa gerada a partir do contato entre as partes e a independência perante o outro. Quanto à intencionalidade, questões de caráter parecem estar envolvidas. Quanto às expectativas criadas, parece-me que os desencontros advêm da falta de conhecimento sobre a outra profissão: Ao jornalista caberia inteirar-

se da função do Ministério Público; e ao promotor de justiça competeria entender os critérios, os valores e as questões técnicas oriundas das rotinas das redações. Quanto à independência, esta parece ser uma questão estrutural que, por mais que o jornalista tenha autonomia e esclarecimento, a condição de poder atribuída ao Ministério Público ainda determina muito do comportamento para com promotores e procuradores de justiça.

Assim, especificando a relação entre membros do Ministério Público e jornalistas, pode-se esboçar um quadro de exemplos hipotéticos. As situações apresentadas no quadro a seguir padecerão de confirmação a partir das entrevistas que foram realizadas com promotores de justiça e jornalistas. As considerações destes profissionais constam no próximo capítulo.

Relações Harmônicas		
Relação	Palavra-Chave	Exemplo
Mutualismo	Dependência	Promotor deseja visibilidade para o trabalho do MP e contata determinado jornalista, que garante a pauta.
Simbiose	Extrema Dependência	Promotor deseja visibilidade reiterada e contata determinado jornalista, que garante e já espera pela pauta.
Protocooperação	Independência	Jornalista ou Promotor contatam o outro, haja vista um fato que redundará num conteúdo jornalístico.
Comensalismo	Expectativas	Promotor presta informações, atendo-se somente ao proposto pelo jornalista, que garante a matéria.

Tabela 4: Exemplos hipotéticos das relações harmônicas constantes na bibliografia consultada. Elaborada pelo autor.

Relações Desarmônicas		
Relação	Palavra-Chave	Exemplo
Amensalismo	Desencontro	Jornalista não consegue publicar a matéria e promotor não criou expectativas sobre a publicação.
Predatismo	Perseguição	Promotor privilegia informações a uns jornalistas em detrimento de outros.
Parasitismo	Proximidade	Reiteradas matérias com um mesmo promotor podem desgastar a imagem do mesmo, dando a entender que quer aparecer.
Competição Interespecífica	Nicho comum	Dados comuns de uma investigação são revelados, prejudicando novas investigações.

Tabela 5: Exemplos hipotéticos das relações desarmônicas constantes na bibliografia consultada. Elaborada pelo autor.

4 ESTUDO DAS RELAÇÕES ENTRE MEMBROS DO MINISTÉRIO PÚBLICO E JORNALISTAS

4.1 Aspectos Metodológicos

Após realização de revisão bibliográfica e documental sobre Ministério Público, jornalismo e o relacionamento entre os profissionais destes dois campos de atuação, o trabalho foi mais bem estruturado. Tal revisão destacou temáticas recorrentes nesta relação, tais como “interesse público”, monitoramento do Estado e relacionamentos com as fontes. A partir destes temas, elaboraram-se roteiros de perguntas (apêndices 2 e 3) que foram aplicados através de entrevistas em profundidade com cinco jornalistas e cinco membros do Ministério Público.

O critério utilizado para a escolha dos sujeitos da pesquisa variou conforme o grupo entrevistado. No que tange ao promotor de justiça, o motivo da seleção foi a notória interação que o membro do Ministério Público possui com a sociedade através dos meios de comunicação disponíveis, incluindo aí desde entrevistas concedidas até atividades em redes sociais. No que diz respeito aos jornalistas, trabalhos prévios em que utilizou o Ministério Público como fonte foram o balizador. Para tanto, a observação de matérias jornalísticas e a indicação de colegas foram prementes.

Embora a população da pesquisa seja restrita, buscou-se entrevistar um público heterogêneo. Foram entrevistados homens e mulheres, com atuação nas capitais e no interior, com mais ou menos tempo de experiência na profissão. Somam-se às dez entrevistas, questionamentos complementares a Silvia Pinter Pereira, assessora em comunicação da Coordenadoria de Comunicação Social (COMSO) do Ministério Público de Santa Catarina, que forneceu dados relativos ao crescimento daquele setor nos últimos anos; e a Maurício de Lucca Figueira, jornalista responsável por fazer o *clipping* diário de notícias, que prestou informações sobre a incidência de pedidos por compilações de matérias específicas.

Tendo em vista a localização geográfica dos entrevistados, os mesmos foram contatados por diferentes meios. Entrevistas presenciais foram realizadas com os membros do Ministério Público e jornalistas sediados em Florianópolis. Os demais entrevistados – sediados no interior de Santa Catarina ou em outras localidades do país – foram entrevistados

por contato telefônico, via software Skype ou por e-mail. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas. Destas, buscou-se colher informações advindas da relação entre membros do Ministério Público e jornalistas.

Cada grupo de análise – jornalistas e membros do Ministério Público – será inicialmente apresentado através das seções 4.2 e 4.3. Nestas, os sujeitos de pesquisa serão identificados, bem como se prestará a justificativa da seleção de seus nomes. As seções 4.2 e 4.3 se subdividirão em quatro eixos temáticos, quais sejam:

- Aspectos Gerais: Neste tópico (seção 4.2.1 e 4.3.1), os sujeitos da pesquisa prestarão informações preliminares sobre sua relação com o outro ente relacional, informando experiências.

- Aspectos Conceituais: Este item (seção 4.2.2 e 4.3.2) abordará a imagem do Ministério Público e o conhecimento de suas atribuições. Além disso, trará as impressões de cada entrevistado acerca do que conjectura um “bom jornalismo”.

- Aspectos metodológicos e estruturais: Esta seção (4.2.3 e 4.3.3) irá levar em conta os métodos, os caminhos e os critérios utilizados para criar ou manter a relação entre membros do Ministério Público e jornalistas. Abordará também a forma como os jornalistas estão lidando com as variadas formas de interação propostas pelos Ministérios Públicos, seja via assessorias de imprensa, seja via tecnologia.

- Quarto Poder: Esta subdivisão (seção 4.2.4 e 4.3.4) considerará os pontos coincidentes na atuação das duas áreas chamadas “Quarto Poder”. A seção trará também eventuais divergências. Além disso, irá elencar quais assuntos são mais tematizados pelo jornalismo junto aos Ministérios Públicos como forma de ver a procedência ou não da alcunha “Quarto Poder”.

A seguir, apresenta-se o resultado das entrevistas por grupo de análise, iniciando pelos jornalistas.

4.2 Os jornalistas

Inicialmente, considerando a característica de “Poder” atribuída ao Ministério Público, buscou-se jornalistas, por indicação ou conhecimento direto, que cobriam a administração pública e, por consequência, o

Ministério Público. Subsidiariamente, o grupo de análise foi selecionado com base em matérias jornalísticas ou trabalhos acadêmicos que atestavam que os profissionais já haviam utilizado membros do Ministério Público como fonte. Assim, o grupo de cinco jornalistas foi formado.

Amanda Ludwig é jornalista formada no estado do Paraná. Trabalha em Criciúma/SC, no portal Engeplus (www.engeplus.com.br), desde 2012. Tal empresa é um portal de notícias que publica matérias relacionadas ao sul de Santa Catarina. Uma das editorias constantes no portal é “Justiça”, onde notícias que tematizam ações do Ministério Público são veiculadas. Amanda, além de jornalista, estuda Direito em instituição de ensino de Criciúma.

Rafael Martini trabalha no jornal Diário Catarinense, de Florianópolis/SC. O Diário Catarinense é o maior jornal de Santa Catarina, circulando em todo o estado. Rafael Martini assina a coluna Visor, publicada diariamente nas páginas 2 e 3 do impresso, onde trata de variados assuntos, incluindo política e outras questões de atualidades.

Juliano Basile é jornalista, formado também em Direito pela USP. Iniciou carreira em jornais em 1997 na Folha de São Paulo. Atualmente, trabalha no Valor Econômico, em Brasília/DF. Quando de julgamentos de grande repercussão nos Tribunais Superiores, Basile realiza a cobertura jornalística. É interlocutor frequente do Ministério Público.

Leandro Fortes é jornalista, professor universitário e escritor. Dentre suas obras está o livro "Jornalismo Investigativo". Notabilizou-se nesta área, sendo reconhecidamente um dos mais respeitados jornalistas investigativos do país. Atua na revista Carta Capital, em Brasília.

Solano Nascimento é jornalista, com passagens por importantes veículos da mídia impressa nacional. Além disso, é pesquisador e professor universitário na UnB/DF. Ganhou o prêmio Esso de jornalismo, na categoria Melhor Contribuição à Imprensa, com a obra “Os novos escribas: O fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil”. Nela, constata que o Ministério Público é atualmente uma “superfonte” para os jornalistas.

4.2.1 Aspectos Gerais

Citando exemplos de situações em que a atuação conjunta dos jornalistas junto às instituições fiscalizatórias foram fundamentais à dissolução de ilegalidades ou imoralidades (tais como a Operação

Satiagraha²⁵, o Impeachment de Fernando Collor de Mello e a renúncia do senador Antônio Carlos Magalhães após violação do painel eletrônico do Senado Federal²⁶), o jornalista **Leandro Fortes** disse que a relação do jornalista com o membro do Ministério Público deve conter três elementos: união em torno do bem comum; profissionalismo e confiabilidade.

Os três elementos estão relacionados. A relação com as fontes do Ministério Público visa ao bem comum. Não se deve dar por laços firmados a partir de outros motivos tais como amizade. Segundo Fortes,

Toda vez que você pensa que está estabelecendo uma relação de amizade com a fonte, você está estragando este caminho; você está contaminando o caminho com um problema que você não vai conseguir resolver. Esta história de que o jornalista tem de ser amigo das fontes é um erro primário. É um erro que acontece sistematicamente no Brasil porque as pessoas confundem a rotina de relacionamento com as fontes com amizade; e as fontes também costumam confundir isso. Então não visualizo nada além desta relação. E recomendo que não haja outra relação. Amigos são aquelas pessoas que vão na sua casa e você, na delas. Delegados, promotores, procuradores e juízes não são seus amigos e nem devem ser considerados como tal. Devem ser considerados como fonte.²⁷

O jornalista falou que só tem fontes dentro dos Ministérios Públicos quando estabelece uma relação mútua de confiabilidade, ou seja, ele só se

25 A Operação Satiagraha foi uma operação da Polícia Federal contra o desvio de verbas públicas, a corrupção e a lavagem de dinheiro. Resultou na prisão de vários banqueiros, diretores de banco e investidores. (Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Operação_Satiagraha)

26 Em fevereiro de 2001, o então presidente do Senado Federal, Antônio Carlos Magalhães (PFL/BA), encontrou-se com o procurador da República, Luiz Francisco de Souza. O diálogo foi gravado pelo Procurador. Na gravação, o senador baiano falou que sabia como votaram os senadores no processo de cassação de outro senador, Luiz Estevão. Tal declaração apontou para violação do sigilo do painel eletrônico do Senado Federal. Antonio Carlos Magalhães renunciou tempos depois. (Fonte: NASCIMENTO, 2010, p. 25-28).

27 Em entrevista ao autor por telefone em 13 de maio de 2013, doravante citado FORTES (2013).

aproxima de uma fonte se tem certeza do caráter dela, pois, nas palavras dele, há as “birutas de aeroporto, que uma hora toma um posicionamento correto e outra hora, posições absolutamente abomináveis”²⁸.

Uma relação possível entre jornalistas e membros do Ministério Público, cujo benefício se dá para ambos e para a sociedade, foi revelada por **Leandro Fortes**:

(...) muitas vezes, já recebi informações de procuradores e promotores que, se identificadas, poderiam gerar represálias ao membro dentro do próprio corpo do Ministério Público. Nesse caso, eles me passam a informação; eu checo, vejo a veracidade da informação e publico, resguardando o nome de quem passou.²⁹

Neste caso, segundo o jornalista, o membro do Ministério Público, utilizado como fonte apenas consultada, conseguiu fazer-se ouvir mesmo sem ter alguma declaração veiculada. Alguns fatos levam a crer que conteúdos obtidos dessa forma pelo jornalista **Leandro Fortes** possuem interesse público, pois passaram pela análise do jornalista quanto à noticiabilidade e, a partir desta análise, verificou-se a veracidade e procedência das informações.

Segundo Fortes, ele nunca foi alvo de contato do Ministério Público para retratação de algo que tivesse veiculado, bem como nunca foi processado por um membro do órgão. O jornalista **Rafael Martini** também nunca foi processado por um membro do Ministério Público. No entanto, diz já ter sido procurado pela assessoria do Ministério Público Federal para complementação de uma informação sobre a instituição (“não sobre um caso específico”). Martini diz ser uma situação bem rara: “Não costuma ter retorno: nem para o bem, nem para o mal”³⁰.

No que diz respeito à relação entre jornalistas e promotores de justiça, o entrevistado cita os casos em que os assuntos chegam até o Ministério Público através da cobertura da imprensa:

28 Conforme FORTES (2013)

29 Conforme FORTES (2013)

30 Em entrevista presencial ao autor em 9 de maio de 2013, realizada nas dependências do Diário Catarinense em Florianópolis, doravante citado MARTINI (2013).

Não são novidades, mas a repercussão gerada provoca a ação do MP. O Ministério Público toma conhecimento e pede informações. Muitas vezes, a única coisa que o Ministério Público faz é devolver o caso para a Delegacia para pedir mais informações. Ele não diz que vai iniciar a ação.³¹

Neste caso, o jornalista tem um papel ativo na relação, na medida em que, apesar do acontecimento passível de apuração por parte do Ministério Público já ser sabido, o fato provoca alguma medida do promotor de justiça. O membro do Ministério Público, por sua vez, encontra-se em estado de passividade perante aquilo que já devia ter sido apurado e, só não o foi, porque não havia cobrança por tal ação.

Segundo **Rafael Martini**, só o fato “do Ministério Público pedir informações, parece que o cara já foi julgado”³². O jornalista diz que, “no imaginário popular, a simples manifestação do Ministério Público já coloca alguém atrás das grades”³³. Por esta observação, nota-se que o Ministério Público goza de boa imagem enquanto órgão que busca a justiça. Neste tipo de relação mencionado, apesar da passividade inicial, sobre o membro do Ministério Público recairá a esperança de que se faça justiça.

Rafael Martini diz que isso é bom do ponto de vista do Ministério Público, mas ele acha que os jornalistas supervalorizam o papel do órgão: “Na minha opinião, ele é uma engrenagem importante, mas é apenas mais uma engrenagem dentro do Estado de Direito”³⁴. Se considerarmos que previamente o jornalista supervaloriza o papel do Ministério Público, aquele pode adotar uma postura passiva diante da autoridade do órgão. No entanto, se o jornalista assumir-se como um canal que atenta o MP para as causas de interesse da sociedade, o profissional da imprensa terá papel primordial nesta relação que já se iniciará a partir de uma importante postura proativa.

Rafael Martini, retomando a analogia com “engrenagens”, diz não ver situações de confronto entre Ministério Público e jornalistas: “Acho que os dois são engrenagens que fazem parte desta máquina que só funciona se

31 Conforme MARTINI (2013).

32 Conforme MARTINI (2013).

33 Idem.

34 Idem.

estas duas engrenagens estiverem bem azeitadas.” Estar bem “azeitadas” parece relacionar-se ao “respeito” e “compreensão mútua” colocados por **Juliano Basile**. Segundo ele, “o membro do Ministério Público deve entender o papel do jornalista de revelar casos e histórias para o público. O jornalista deve compreender a função do membro do Ministério Público de investigar as autoridades e os mais diversos crimes”³⁵.

Para **Juliano Basile**, a eventual cooperação entre jornalistas e membros do Ministério Público não pode deixar de lado a independência de um em relação ao outro. Segundo o jornalista, “a relação não pode e não deve ser de parceria”³⁶. **Juliano Basile** já enfrentou situações em que recebeu a seguinte proposta: “você, jornalista, faz uma determinada matéria e eu, procurador, te entrego algo em troca”³⁷. Não aceitou. Para ele, independência e respeito mútuo são primordiais nesta relação.

Basile diz que teve poucos pedidos de retratação na carreira, bem como nunca foi ameaçado ou processado por nenhum membro do MP. Citando todos os Procuradores-Gerais da República desde que ingressou nas redações (1997), **Juliano Basile** diz qual deve ser o comportamento do jornalista frente aos membros do Ministério Público:

Devem saber quem são, ouvi-los, manter contato com eles. Mas isso não deve significar parceria no sentido de manter a relação com vista a obter algo em troca. Deve ser uma relação de compreensão mútua das funções de cada um e de respeito.³⁸

A proposta de parceria exemplificada por Basile (“você, jornalista, faz uma determinada matéria e eu, procurador, te entrego algo em troca”), bem como a busca de contato para retratação já foi enfrentada pela jornalista **Amanda Ludwig**. Como não trabalha em um grande centro – uma capital de estado, por exemplo – o contato entre ela e membros do Ministério Público parece ser mais proximal. Segundo a jornalista,

35 Em entrevista ao autor por e-mail em 12 de maio de 2013, doravante citado BASILE (2013).

36 Conforme BASILE (2013).

37 Idem.

38 Idem.

Os promotores de justiça procuram bastante. Frequentemente. Inclusive eles procuram a gente para sugerir matérias também. Já aconteceu, por exemplo, de a gente colocar no final que o promotor não quis se pronunciar ou que não foi localizado e, tempos depois, ele liga se pronunciando. Já recebemos ligações também para parabenizar. Eles buscam a gente para a gente fazer matéria: “Está acontecendo isto. O que você acha?” Já aconteceu comigo de eu fazer matéria e não colocar que o ministério público está atuando e o promotor me ligar para dizer que o Ministério Público está atuando naquele caso, se seria possível colocar na reportagem que o Ministério Público está atento.³⁹

Estas relações próximas também parecem estar relacionadas a eventuais rugas entre jornalistas e membros do Ministério Público. A jornalista diz que são raros os casos de conflito, mas que, por exemplo, tem muita dificuldade em falar com um determinado promotor para conseguir informações sobre investigações: “Eu acho que acaba sendo uma rixa pessoal, porque com outros veículos de comunicação ele conversa”⁴⁰. Mesmo havendo esta “rixas”, a jornalista diz nunca ter sido processada por membros do Ministério Público.

Assim como há indicativos de que uma relação mais efetiva e próxima pode ocasionar conflitos; pode gerar também a seguinte situação também citada por **Amanda Ludwig**:

Eu fiz a matéria da existência de um blog de uma promotoria e quinze dias depois, uma mulher, acredito que tenha sido por causa da matéria do blog, pediu uma ajuda para o promotor por causa das condições de ensino em uma escola. Eu já havia feito matéria desta escola. O teto havia desabado e os alunos estavam tendo aula no ginásio de esportes até que a reforma fosse concluída. Através do blog da promotoria eu tomei conhecimento que esta mulher acionou o Ministério

39 Em entrevista ao autor por Skype em 17 de maio de 2013, doravante citado LUDWIG (2013).

40 Conforme LUDWIG (2013).

Público e que o Ministério Público iria intervir na escola para tentar buscar a solução mais rápida.⁴¹

É possível que se a mulher estivesse em um grande centro, mesmo havendo *blog* similar, não encontrasse motivação para ir até o promotor de justiça, haja vista as distâncias, por exemplo. No entanto, por ser no interior, tanto o jornalista entra mais efetivamente em contato com o promotor (a promotora de justiça **Maria Claudia Tremel de Faria**, na seção 4.3.3, trata do assunto), quanto a sociedade pode entrar em contato mais direto com os membros do Ministério Público e também com os jornalistas. Estas novas tecnologias, nas quais se inserem os *blogs*, possibilitam esta interação de uma forma que a relação não fique exclusivamente no mundo virtual. No entanto, é preciso fazer ressalvas quanto às novas tecnologias. Estas serão trazidas por **Leandro Fortes** e **Juliano Basile** na seção 4.2.2.

O jornalista **Solano Nascimento**, autor do livro “Os novos escribas” já mencionado neste trabalho, também foi entrevistado. Para ele, existem situações cooperativas entre jornalistas e membros do Ministério Público, em que os dois investigam e trocam informações. No entanto, “nos casos mais frequentes, a investigação é feita pelo Ministério Público e divulgada pela imprensa”⁴².

Nestes casos, o jornalista está fazendo parte de seu papel. A checagem da informação repassada pelo Ministério Público, como indica **Leandro Fortes**, também deve ser feita. Da mesma forma, também devem ser realizadas investigações e apurações próprias do jornalismo. Segundo Nascimento, essa é a forma de evitar pedidos de retratação, pois se o Ministério Público repassa a informação, a mesma pode ser veiculada de forma errada. No entanto, se a investigação é original do jornalismo, existem mais chances do próprio profissional que apurou as informações, veicular o material.

Além das retratações, outras motivações podem originar contato do Ministério Público com o Jornalista. **Solano Nascimento** explica: “houve algumas situações em que o membro do Ministério Público me procurou,

41 Idem.

42 Em entrevista ao autor por telefone em 2 de maio de 2013, doravante citado NASCIMENTO (2013).

ou por algum assessor, em função de algum problema que eu tenha revelado para pegar informações sobre este problema e aí abrir uma investigação”⁴³.

Este exemplo mostra uma situação que, como veremos na seção 4.3.3, tem se tornado cada vez mais frequentes: a utilização de matérias para instruir ou dar início a algum procedimento por parte dos membros do Ministério Público. **Solano Nascimento** diz não lembrar, por outro lado, de situações de conflito entre jornalistas e membros do Ministério Público. O jornalista também diz nunca ter sido processado por integrantes do órgão, mas lembra de um processo que recebeu em que o Ministério Público esteve envolvido: “Teve situações de pessoas que acabaram sendo denunciadas por membros do MP, por causa de matérias minhas, que me processaram, mas nada a ver com processos vindos do MP, de forma alguma”⁴⁴.

4.2.1 Aspectos Conceituais

Inicialmente, os entrevistados foram questionados quanto à imagem que os jornalistas têm do Ministério Público e de seus membros. **Leandro Fortes**, citando o novo papel dos Ministérios Públicos a partir da promulgação da Constituição Federal de 1988 (“passou a ser um agente da população na relação da sociedade com o Estado”⁴⁵), diz que a impressão para com o órgão é boa. De modo geral, os entrevistados têm visões similares no que diz respeito à instituição. Segundo **Rafael Martini**, o Ministério Público goza de uma imagem muito positiva diante da sociedade porque “praticamente virou sinônimo de investigação, de cuidado no trato com a coisa pública”⁴⁶. **Solano Nascimento** também fala da boa imagem e que há uma tendência de “confiar no Ministério Público e tentar manter procuradores de promotores como fontes frequentes, fontes de confiança”⁴⁷.

No que diz respeito à imagem dos membros especificamente, os entrevistados citaram questões de ordem pessoal (**Juliano Basile**) e da

43 Conforme NASCIMENTO (2013).

44 Idem.

45 Conforme FORTES (2013).

46 Conforme MARTINI (2013).

47 Conforme NASCIMENTO (2013).

formação dos quadros do Ministério Público (**Leandro Fortes**) como relevantes. Por exemplo: **Juliano Basile** diz que os integrantes do MP serão procurados pelos jornalistas enquanto fontes, para obtenção de notícias. Há de se conviver com o fato de que, por exemplo, “Cláudio Fonteles era mais aberto à imprensa e Antônio Fernando de Souza, mais discreto”⁴⁸. Segundo Basile, pode-se ter avaliações pessoais de um ou de outro membro do MP, mas, de maneira geral, veem-se os integrantes da instituição como fontes.

Leandro Fortes, por sua vez, acha que o Ministério Público está ficando conservador por conta da forma de ingresso na instituição:

(...) O Ministério Público já foi uma coisa mais revolucionária. Hoje, a formação dos quadros do Ministério Público, até pela dificuldade dos concursos e pelo perfil de quem faz os concursos, é mais conservadora. São jovens, mas conservadores. Da classe média alta. Pessoas que podem passar dois ou três anos estudando para fazer concurso. Sem trabalhar. (...). Sem querer generalizar, mas este perfil de classe média conservadora está se tornando o perfil do Ministério Público. E certamente isto se reflete na relação com os jornalistas.⁴⁹

Mesmo que a formação dos quadros não redunda efetivamente no conservadorismo proposto, a imagem que se tem da instituição e de seus membros interfere na relação do jornalista com estas fontes. Além da imagem, existem as atribuições efetivas e reais do Ministério Público. Os entrevistados foram questionados quanto à ciência, por parte da classe, acerca das funções da instituição e de seus membros.

Quanto a isso, **Solano Nascimento** diz que, comparativamente há tempos atrás, há bem mais profissionais que conhecem e entendem a função do Ministério Público. Porém, segundo ele, “ainda encontramos jornalistas que acham que o MP é um órgão do judiciário, por exemplo. Outros acham que o MP dá uma sentença ou determina alguma coisa”⁵⁰.

48 Conforme BASILE (2013). Cláudio Fonteles foi Procurador-Geral da República de 2003 a 2005. Antônio Fernando de Souza foi Procurador-Geral da República de 2005 a 2009.

49 Conforme FORTES (2013).

50 Conforme NASCIMENTO (2013).

Juliano Basile também dá exemplo similar: “Veç ou outra nos deparamos com reportagens que o procurador decidiu”.⁵¹ No entanto, o jornalista diz que, “em Brasília, quem for cobrir o Supremo Tribunal Federal e a Procuradoria-Geral da República, por exemplo, tem que saber qual a função de cada um”⁵².

Nesta linha, **Leandro Fortes** diz que “este conhecimento é determinado pelo tipo de cobertura que se faz. Não creio que seja um conhecimento que é ou deva ser universal”.⁵³ Segundo Fortes, os jovens jornalistas que cobrem as editorias de “geral” ou “Brasil” não precisam se preocupar em saber o que a instituição faz. Por sua vez, “quem cobre a área policial, questões de movimentos sociais no Brasil e combate à corrupção tem que saber, ainda que empiricamente, como funciona o Ministério Público”⁵⁴.

A jornalista **Amanda Ludwig** diz que a falta de conhecimento sobre o Ministério Público pode estar relacionada a uma certa “passividade” do órgão. Segundo ela, falta informação por parte do Ministério Público. A jornalista diz ter um pouco de conhecimento pelo fato de estar cursando Direito. **Amanda Ludwig** diz que talvez haja uma falha do Ministério Público em se apresentar.

Assim como não se apresenta, **Rafael Martini** diz que o Ministério Público também desconhece o papel do jornalista. Segundo Martini:

Tanto existem jornalistas que não tem conhecimento do real papel do Ministério Público, quanto existem promotores que não tem ciência do real papel do jornalista. Acho que a desinformação existe dos dois lados. Do lado dos jornalistas, dado o grau de rejuvenescimento das redações, dá-se uma supervalorização ao Ministério Público justamente por não saberem do papel do promotor de justiça; assim como há promotores que acham que jornalistas não sabem escrever, darão a informação errada etc. Ele não entende que do outro lado do balcão está um profissional que foi formado, que está preparado para traduzir um pouco daquela linguagem,

51 Conforme BASILE (2013).

52 Idem.

53 Conforme FORTES (2013).

54 Idem.

daquele jurídicus. O papel do promotor é interpretar as leis e ser o guardião e defender os interesses da sociedade. E qual é o nosso papel? Fazer isso chegar para as pessoas. A gente está mais ligado do que, propriamente, em duas linhas paralelas.⁵⁵

Para aferir a ciência e a impressão dos jornalistas entrevistados quanto aos membros do Ministério Público, os mesmos foram arguidos da seguinte forma: “Quando, para você, o promotor faz um bom trabalho?” Algumas palavras sobressaíram-se na análise, tais como: honestidade e imparcialidade (**Solano Nascimento**); ética e respeito à lei (**Leandro Fortes**); e pró-atividade e promoção da justiça (**Amanda Ludwig**).

Algumas análises se deram sobre a forma pela qual o promotor deve atuar e sobre a dinâmica do trabalho. **Solano Nascimento** falou que o bom promotor não deve ignorar indícios. **Rafael Martini** menciona que o bom trabalho do membro do Ministério Público está relacionado à identificação do problema e a continuidade no caso até que se dê um “ponto final”. Em relação à identificação do problema, **Amanda Ludwig** diz que o bom promotor tem que ir atrás do problema e não ficar “esperando as coisas virem até ele”⁵⁶. Quanto à continuidade no caso, **Juliano Basile** diz que um caso pode ter sucesso nos tribunais “quando o Ministério Público faz um relato consistente e alia isso a uma boa fundamentação jurídica”⁵⁷.

Quanto ao relato ser ou não consistente, Basile critica a atuação de certos membros, mostrando como o produto do trabalho do jornalista é utilizado por certos promotores/procuradores:

Eu já li bons pareceres de procuradores em que falta alguma ou muita coisa. Uma investigação feita com base numa matéria de jornal, por exemplo, é uma em que falta muita coisa. A gente lê essas investigações e percebe que o promotor simplesmente transcreveu o que ouviu.⁵⁸

55 Conforme MARTINI (2013).

56 Conforme LUDWIG (2013).

57 Conforme BASILE (2013).

58 Conforme BASILE (2013).

A análise também se deu com foco na sociedade. **Solano Nascimento** argumentou que o bom trabalho do membro do Ministério Público está relacionado à busca dos interesses da sociedade. **Leandro Fortes** segue na mesma linha, dizendo que o promotor/procurador faz um bom trabalho quando o objetivo dele é ajudar a sociedade, sobretudo as pessoas que não tem voz: “Toda a vez que ele toma partido do mais fraco, ele está sendo um bom promotor e um bom procurador”⁵⁹. **Amanda Ludwig** fala que a proteção à população é o principal papel do Ministério Público.

Tendo em vista que perguntas equivalentes foram feitas aos membros do Ministério Público, os jornalistas entrevistados também responderam: “O que, para você, é um bom jornalismo?” Alguns termos também se destacaram, tais como: honestidade (**Solano Nascimento** e **Leandro Fortes**), interesses da sociedade (**Solano Nascimento**), verdade (**Leandro Fortes** e **Juliano Basile**); e seriedade, apuração, responsabilidade e ética (**Rafael Martini**).

A questão da imparcialidade foi citada sob dois pontos de vistas distintos. **Amanda Ludwig** diz que o bom jornalismo é aquele imparcial, apesar de salientar que atingir a imparcialidade pode ser uma utopia. Já **Rafael Martini** afirma que a imparcialidade é muito vaga:

Nós somos seres humanos. Então se eu vou te entrevistar e tu me atendeste direitinho no começo da conversa, a conversa vai ser uma; se tu foste grosseiro, a conversa vai ser outra. E a forma como eu vou abordar isso no papel também pode refletir isso. Se tu foste chato comigo e vou ser chato contigo na publicação.⁶⁰

Eximir-se de preconceitos também foi citado como uma característica do bom jornalismo. **Amanda Ludwig** diz que o jornalista tem que “abrir a cabeça”, pois só assim conseguirá “transmitir uma notícia e mostrar exatamente como que as coisas estão acontecendo, sem puxar para um lado ou para o outro”⁶¹. Seguindo nesta linha, **Juliano Basile** diz que não dá para fazer jornalismo “torcendo”. Basile cita um exemplo: “não dá

59 Conforme FORTES (2013).

60 Conforme MARTINI (2013).

61 Conforme LUDWIG (2013).

para cobrir o mensalão torcendo para que as pessoas sejam condenadas ou absolvidas”⁶².

Para o jornalista, se o profissional fizer isso, os riscos da matéria sair inexistente são maiores. Segundo Basile, “o ideal é o jornalista procurar entender o que está ocorrendo, buscar informações novas para os seus leitores, e não chegar com teses prontas”⁶³.

Por fim, **Leandro Fortes** diz que o bom jornalismo é aquele voltado para o ser humano, encarado como atividade social e solidária em relação ao próximo. Assim, a partir das observações extraídas, nota-se que o foco na sociedade, na honestidade e na ética é considerado condição para o bom desempenho do trabalho deles e dos membros do Ministério Público. Além destas, a imparcialidade também foi citada, mas com ponderações: Do lado do jornalista, como utopia; e do lado do Ministério Público, como forma de relegar “os que não têm voz”⁶⁴.

Outro fato que chama a atenção é a revelação, mais uma vez, da utilização de matérias jornalísticas em pareceres do Ministério Público. Além das coincidências entre as profissões de jornalistas e membros do Ministério Público, há a cooperação tácita: mesmo que não haja o relacionamento entre jornalistas e membros do Ministério Público, o produto produzido em uma instância é matéria-prima para o trabalho do promotor de justiça.

4.2.2 Aspectos Metodológicos e Estruturais

Os jornalistas foram questionados quanto a qual motivo os leva a falar com um membro do Ministério Público. Os cinco entrevistados disseram que o principal motivo é o caso específico, merecedor de destaque na imprensa, em que o promotor ou procurador está atuando.

No entanto, além do caso específico, há situações em que o membro do Ministério Público é consultado pelo fato do assunto em questão ser de interesse público. **Solano Nascimento** dá um exemplo:

62 Conforme BASILE (2013).

63 Idem.

64 Conforme FORTES (2013).

Aqui em Brasília, por exemplo, temos uns dois ou três promotores que lidam muito com a questão da Saúde Pública. Então quando há algum problema muito grave na saúde que ainda não está sendo investigado pelo MP, estes promotores são procurados para opinar.⁶⁵

Segundo Nascimento, é uma situação que se assemelha a momentos em que o jornalista está lidando com especialistas e pesquisadores. O jornalista diz que, nestes casos, a expectativa do repórter é que o promotor contatado possa dizer “olha, isso pode ser que venha a ser investigado”⁶⁶. Todos os entrevistados, apesar de reconhecerem que este tipo relação também é factível, afirmam que o contato com o Ministério Público por causa da atuação do órgão em casos pré-existentes são mais comuns.

Nota-se, então, que nestes casos, a postura do repórter é mais passiva. Tal postura corrobora com a tese de Solano Nascimento no livro “Os novos escribas”, pois o jornalista se vale daquilo que o membro do Ministério Público tem a dizer. Por outro lado, nas raras situações, assumidas pelos entrevistados, em que o jornalista atribui “interesse público” a um assunto e vai consultar o Ministério Público, a postura do profissional é mais ativa, além de provocar eventual ação do representante do órgão.

Como se dá o contato do jornalista com o membro do Ministério Público também foi questionado nas entrevistas. Mesmo sendo uma amostra restrita, notou-se que a forma varia de acordo com o profissional. Há os que tentam contatar o promotor ou procurador diretamente (**Solano Nascimento, Amanda Ludwig, Leandro Fortes**); existem aqueles que o fazem, pelo menos no primeiro contato, através das assessorias de imprensa (**Rafael Martini**); e os que se valem das duas formas (**Juliano Basile**).

Aqueles que afirmaram tentar o contato diretamente dizem que procuram as assessorias em casos específicos. Não conseguindo falar com o promotor para pegar “uma palavra do Ministério Público” (**Amanda Ludwig**) ou “não conhecendo ninguém que conheça o membro do Ministério Público” (**Leandro Fortes**), é que os jornalistas procuram as assessorias de imprensa. Estes também procuram a assessoria para que esta faça a “ponte” (**Amanda Ludwig**), uma vez que o jornalista não está

65 Conforme NASCIMENTO (2013).

66 Idem.

conseguindo o contato; e também para “pegar dados de um processo público” (**Leandro Fortes**).

Segundo **Leandro Fortes**, ao longo da vida, o jornalista vai criando fontes dentro do Ministério Público com as quais pode se relacionar diretamente. Para ele, “o caminho natural para quem não tem fontes é a assessoria de imprensa”⁶⁷.

Sobre as assessorias de imprensa, **Solano Nascimento**, apesar da preferência pelo contato direto, diz ter a impressão de que as mesmas se estruturaram melhor nos últimos anos (“de 2006 e 2007 para cá”⁶⁸). No caso do Ministério Público de Santa Catarina (MPSC), a assessora em comunicação da Coordenadoria de Comunicação Social (COMSO), jornalista **Silvia Pereira**, revela dados que confirmam a suspeita de Solano.

Segundo Pereira, em 2007, a COMSO possuía dois jornalistas comissionados, sendo que um deles era o coordenador. Além dos dois, a Comunicação Social contava com três servidores efetivos e mais um funcionário terceirizado, totalizando seis pessoas. A atribuição da COMSO era, segundo a jornalista, atender a mídia e fornecer notícias, fazer a clipagem e produzir um informativo interno quinzenal.

Em 2013, a COMSO conta com quatro jornalistas comissionados, sendo que um é o coordenador, um o responsável pela área de vídeo, outro pelas mídias sociais e outro responsável pela comunicação interna. Além destes, já há servidores efetivos do MPSC da área de comunicação trabalhando na COMSO: há um jornalista (responsável pela comunicação externa), uma designer, uma técnica em editoração, uma revisora e dois funcionários responsáveis pela TVWeb. Além dos jornalistas e dos servidores, treze estagiários de diversas áreas também compõem os quadros da COMSO, totalizando 23 pessoas.

Nestes anos, a COMSO assumiu a TVWeb do Ministério Público, responsável por transmissões veiculadas internamente. Antes, a TVWeb estava a cargo do setor de informática. A COMSO também passou a produzir vídeos institucionais. A Clipagem foi delegada a empresa contratada para tal finalidade.

De quinzenal, o informativo passou a ser semanal. Além disso, a intranet passou a ser um canal diário de veiculação de notícias internas.

67 Conforme FORTES (2013).

68 Conforme NASCIMENTO (2013).

Segundo a jornalista, alterou-se inclusive o *layout* da página como forma de torná-la mais atrativa. Ainda em ambiente virtual, implantou-se um canal institucional no *site Youtube*⁶⁹, alimentado mensalmente com dois programas.

Para este aumento de produtividade, sobretudo no que diz respeito aos materiais audiovisuais, foi necessário o aumento da estrutura física, inclusive com a construção de um estúdio e com a aquisição de equipamentos. Tais equipamentos também fomentaram o número de produtos gráficos (*banners*, cartazes etc.) produzidos pela Comunicação Social do MPSC.

Além de disponibilizar informações e produtos, a COMSO tem se preocupado com o relacionamento do órgão com a imprensa. Neste intuito, passou a oferecer *media training* para os promotores recém-ingressos. Além disso, nestes anos, produziu dois guias: um que explica o Ministério Público para jornalistas e outro de como os membros devem se relacionar com os meios de comunicação. As duas obras constam da bibliografia utilizada neste trabalho.

Apesar desta melhor estruturação em Santa Catarina, **Leandro Fortes** diz que as assessorias sofreram aperfeiçoamento noutra sentida:

As assessorias de imprensa se especializaram, não só as dos Ministérios Públicos, em atrapalhar os jornalistas. A gente até brinca aqui em Brasília que não são assessores de imprensa. São “atrapalhadores de imprensa”. Alguns sequer são mais jornalistas. Eles trabalham para o assessorado. Chamam-se assessor de imprensa, mas ele não é assessor da imprensa. Ele é assessor do assessorado dele, que paga o salário dele. Ele trabalha para protegê-lo. Então quando você procura um assessor de imprensa, você, de certa forma, já está prejudicando a sua pauta. Eu, particularmente, procuro sempre me relacionar com a fonte, sem intermediários. Intermediários provocam o que nós chamamos em comunicação de ruído. No processo de formatação da notícia, este ruído pode ser extremamente danoso para o nosso objetivo final que é chegar à verdade.⁷⁰

69 O canal do Ministério Público de Santa Catarina no site Youtube tem o seguinte endereço: <http://www.youtube.com/user/ministeriopublicosc>

70 Conforme FORTES (2013).

Além de fazê-lo por meio das assessorias de imprensa, outras formas estão sendo utilizadas pelos membros do Ministério Público para divulgar suas ações. Muitos têm *blogs* próprios em que fazem esta divulgação. Além disso, alguns são ativos no que diz respeito à interação por meio das redes sociais. Assim, os jornalistas entrevistados foram indagados sobre a atuação da imprensa frente a esta realidade.

Rafael Martini considera tais meios como mais uma fonte de informação. **Amanda Ludwig** diz que facilita o trabalho do jornalista na medida em que é possível ter uma prévia da informação: “Eu fico sabendo umas coisas de antemão que acabam ajudando na hora da entrevista”⁷¹.

Por outro lado, **Leandro Fortes** diz que não acompanha este tipo de informação porque acredita que os membros do Ministério Público têm o cuidado institucional de só escrever o que sabem que podem escrever:

Informação de verdade não é colocada em blog. Informação de verdade é passada pelo jornalista. Ela é investigada pelo jornalista. O fato de hoje existir esta hipercomunicação na internet, ela ajuda em algum sentido. Até para conhecer o perfil daquele cara. (...) eu acho que é muito mais uma maneira de hoje localizar contradições entre pensamento e ação do que buscar informação.⁷²

Sobre buscar informações em sites, *blogs* ou redes sociais, **Juliano Basile** cita outra problemática. Segundo ele, a todo momento são veiculadas declarações de autoridades (“o Procurador-Geral disse que...”) na internet. Valer-se somente de declarações está longe de um jornalismo de apuração. Deve-se investigar. Deve-se ir além do que está publicado nos veículos institucionais. Deve-se minimizar a diferença hoje vigente entre o jornalismo investigativo e o jornalismo sobre investigações existente no Brasil.

Dentre algumas semelhanças existentes entre o jornalismo e os Ministérios Públicos está a atribuição investigativa. A atribuição investigativa dos Ministérios Públicos tem base jurídica. É prerrogativa da instituição. No caso do jornalismo, a investigação é inerente à função de revelar informações. Sobre este panorama acerca das investigações

71 Conforme LUDWIG (2013).

72 Conforme FORTES (2013).

paralelas – do jornalismo e do Ministério Público – os jornalistas foram questionados, inclusive sobre a metodologia utilizada.

Como característica específica da investigação do Ministério Público, **Leandro Fortes** citou que o que a diferencia da investigação jornalística é o fato de ser protagonizada por um agente público, que dispõe de equipamentos específicos e que pode acionar outros entes fiscalizatórios. Segundo Fortes, com respeito à investigação, o jornalista trabalha no limite das condições de cidadão. O que ele faz é usar o talento e a técnica para obter informações e processar a notícia: “A investigação jornalística é o processamento de informações para transformá-las em uma notícia, num texto jornalístico. É um texto muito específico que serve para que o cidadão comum compreenda o mundo onde ele vive”⁷³.

O “limite das condições de cidadão” parece ter a ver com o que **Juliano Basile** trata por “cobertura dispendiosa”. Ele, trabalhando em Brasília, cita seu caso específico:

Cobri as 53 sessões do STF sobre o mensalão - uma cobertura sobre um julgamento que surgiu de uma investigação. Nessa cobertura, o espaço para sairmos do dia a dia era muito pequeno. Tínhamos que estar lá, no STF, todos os dias, mostrando passo a passo do que acontecia. Só essa cobertura já nos matava o dia a dia. Era muito desgastante. Os jornais precisavam de três repórteres só dentro do STF. Esses repórteres tinham que se dividir entre notas para o tempo real e a edição impressa. Então, a dedicação que a gente teve que dar a essa cobertura dificultou o trabalho de investigação. Muitas vezes, eu tinha que sair do STF e ir a algum jantar, procurar advogados em hotéis, ministros do STF em eventos, fazer ligações antes do início das sessões e depois, tudo para conseguir algo diferente.⁷⁴

Apesar de evidentemente dispendiosa, a investigação jornalística não possui certas amarras atinentes à investigação oficial. Segundo **Rafael Martini**, o membro do Ministério Público tem a “questão da prova material” e tem o fator da “documentação” dos procedimentos, algo que é “mais burocrático, mais demorado”. Segundo Martini, o jornalista consegue

73 Conforme FORTES (2013).

74 Conforme BASILE (2013).

fazer investigações de forma muito mais rápida: “se o jornalista juntar alguns elementos que lhe deem convicção daquilo, ele consegue avançar e publicar uma matéria. Se eu tiver convicção, eu publico a matéria mesmo que eu não tenha uma prova material”⁷⁵.

Assim, quanto às questões referentes à metodologia de investigação dos jornalistas, nota-se que há um procedimento idealizado que dificilmente pode ser atingido, haja vista as rotinas produtivas e a operosidade envolvida. O que acontece na realidade é apropriação do conteúdo da investigação feita pelos Ministérios Públicos para simples divulgação. No entanto, tendo em vista as limitações do jornalista enquanto cidadão, este deve fazer igualmente sua apuração independente da do Ministério Público no que diz respeito às conclusões. No fim, uma e outra podem se complementar, seja para produção do texto jornalístico, seja para instruir novos procedimentos investigatórios, haja vista que as investigações de jornalistas e membros do Ministério Público têm objetivos diferentes.

4.2.3 Quarto Poder

Esta seção trata das coincidências de atuação entre jornalistas e membros do Ministério Público elencadas pelos entrevistados. Esta nomenclatura – Quarto Poder – refere-se à independência do jornalismo e do Ministério Público frente aos demais poderes constituídos, haja vista que também são independentes entre si.⁷⁶ Porém, como visto no capítulo 3, esta independência é relativa, pois se insere num sistema de “freios e contrapesos”, onde um poder fiscaliza o outro.

Assim, a primeira pergunta feita aos entrevistados (“qual área de atuação do Ministério Público gera mais reportagens?”) visava aferir se, pelo menos, o jornalismo merecia ser chamado de quarto poder. Todos os entrevistados, com terminologias diferentes, mencionaram a fiscalização à administrativa pública como a principal área que motivava reportagens, ou seja: o jornalismo, mesmo que municiado pelo Ministério Público, fiscaliza o poder.

75 Conforme MARTINI (2013).

76 Waisbord (2000), Traquina (2005) e McQuail (2012) abordam o Quarto Poder em livros sobre jornalismo e a mídia.

A expressão mais comumente utilizada foi “no combate à corrupção” (**Solano Nascimento, Juliano Basile, Amanda Ludwig e Leandro Fortes**). **Rafael Martini** falou em “análise de atuação do Poder Executivo”⁷⁷, revelando de forma mais evidente a fiscalização. Leve-se em conta que a realidade de três dos entrevistados, diz respeito à capital federal, onde os poderes monopolizam as atenções, sejam pelos feitos de interesse da sociedade, sejam pelas irregularidades.

Solano Nascimento citou dados de pesquisas que vêm desenvolvendo. Segundo ele, “de 1998 a 2010, 80% das reportagens com origem no Ministério Público veiculadas nas três maiores revistas de circulação nacional tratavam de alguma questão relacionada à corrupção”⁷⁸. **Leandro Fortes** argumenta que “estas geram sempre muito mais pautas, até porque dentro do conceito de notícia, essas informações se enquadram mais”⁷⁹. **Amanda Ludwig** diz que “as pessoas estão se antenando mais neste tipo de assunto. Já é mais comum você ver o pessoal comentando sobre a corrupção”⁸⁰. Assim, a corrupção tanto fomenta a discussão no dia seguinte (conceito de interessante abordado no primeiro capítulo), quanto efetivamente é importante às pessoas na medida em que lesa os cofres públicos. Sem dúvida, a corrupção merece ser noticiada.

Outras áreas de atuação dos Ministérios Públicos também foram citadas, porém sem unanimidade, nem maiores explicações: Meio ambiente (três menções), direito do consumidor (três menções), e direitos trabalhistas (uma menção).

Sendo comumente chamados de “Quarto Poder”, os entrevistados foram arguidos quanto a eventuais características semelhantes entre o jornalismo e o Ministério Público. A busca pela verdade (**Leandro Fortes e Juliano Basile**), a função fiscalizatória dos agentes públicos (**Solano Nascimento e Leandro Fortes**) e a investigação (**Amanda Ludwig e Juliano Basile**) foram mencionadas.

Solano Nascimento e Juliano Basile destacam também a função social ou pública do jornalismo, mesmo que este esteja geralmente vinculado a empresas privadas. Esta função social diz respeito a fiscalizar

77 Conforme MARTINI (2013).

78 Conforme NASCIMENTO (2013).

79 Conforme FORTES (2013).

80 Conforme LUDWIG (2013).

ou investigar o poder e é desempenhada tanto pelo jornalismo, quanto pelo Ministério Público. No entanto, **Solano Nascimento** pondera:

Claro que há uma diferença crucial: o MP, de certa forma, atua nesta frente com um endosso, com uma espécie de procuração da sociedade para ter efetivamente esta função de fiscal do Estado. Já a imprensa não tem esta procuração. Na verdade, ela assumiu e a sociedade delegou a ela este papel, mas de uma forma muito mais informal.⁸¹

Além de elencar as semelhanças, os entrevistados foram convidados a responder sobre o conceito de “interesse público” utilizado nas duas áreas, haja vista que tal expressão é justificativa para que se pautem uma matéria ou se instaure um procedimento. Eles deveriam dizer se havia convergência ou divergência no conceito de “interesse público” utilizado no jornalismo e no Ministério Público.

Os entrevistados, via de regra, falaram em uma convergência teórica (**Solano Nascimento**) e conceitual (**Leandro Fortes**). Na prática, segundo **Leandro Fortes**, não há uma convergência de fato. **Juliano Basile** diz que essa é uma questão relativa, que depende de caso a caso; e **Leandro Fortes** questiona: “Quem estabelece o que é interesse público?”⁸².

Apesar de justificar suas ações a partir do “interesse público”, o jornalismo é sediado em empresas privadas, que podem possuir outros interesses; assim como os membros do Ministério Público também podem agir balizados por anseios diversos. Os argumentos em torno da divergência entre o “interesse público” de um e de outro parece estar inicialmente fundado na questão comercial, mas **Leandro Fortes** também cita interesses corporativos e vaidades como norteadores das ações dos jornalistas e dos membros do Ministério Público.

Apesar de alguma eventual divergência, a argumentação de **Rafael Martini** é válida: “Onde que o promotor vai atuar? Onde tem um problema. E o que vai ser notícia? Notícia é problema. (...) Considerando que um é público e o outro é privado, no resto, o conceito de interesse público é comum”⁸³. Pela explanação de Martini, a afetação negativa da sociedade

81 Conforme NASCIMENTO (2013).

82 Conforme FORTES (2013).

83 Conforme MARTINI (2013).

gera matérias e ações do Ministério Público. Caso fuja disso, a grosso modo, haverá estranheza para com a matéria ou a ação. Logo, outros interesses serão evidenciados e passíveis de questionamento.

Então, teoricamente, há a convergência. Na prática, outros interesses podem existir. No entanto, tendo em vista a função pública das duas áreas, inclusive no que diz respeito a publicizar seus feitos, jornalismo e Ministério Público, em alguma medida, têm suas ações baseadas na sociedade e no bem dela.

4.3 Os membros do Ministério Público

Os membros do Ministério Público entrevistados foram selecionados por conta de trabalhos prévios que mereceram divulgação por parte dos jornalistas.

Affonso Ghizzo Neto é promotor de justiça de entrância especial, titular na 13ª Promotoria de Justiça da Comarca de Joinville, no norte do Estado de Santa Catarina. O promotor foi o idealizador, em 2004, da campanha “o que você tem a ver com a corrupção?”. Em 2007, a campanha passou a ter repercussão nacional no âmbito dos Ministérios Públicos e, em 2013, foi apresentada na ONU pelo seu idealizador.

Daniel Paladino é o 7º Promotor de Justiça Especial da comarca da Capital de Santa Catarina. Há época da entrevista respondia pela 30ª promotoria de justiça, cuja atribuição é Direitos Humanos e Cidadania. Nos dias próximos à pesquisa, recebeu a imprensa para tratar de vários assuntos, tais como estado físico das passarelas de Florianópolis, acessibilidade de prédios públicos e regularidade nos alvarás de funcionamento do maior teatro da cidade.

Maria Claudia Tremel de Faria é promotora de justiça de entrância inicial, titular na 1ª Promotoria de Justiça da Comarca de Içara, no Sul de Santa Catarina. Ingressou na instituição como promotora de justiça em 2012, tendo sido assistente de promotoria nos anos anteriores. Junto a outro colega, promoveu um evento na câmara de vereadores contrário à PEC 37. A divulgação junto à imprensa local atraiu mais de 200 pessoas à manifestação.

Bruno Amaral Machado é promotor de justiça no Ministério Público do Distrito Federal e Territórios. É Doutor em Direito (especialidade Sociologia Jurídico-penal) pela Universidade de Barcelona,

cujos estudos renderam o artigo “Ministério Público e o controle da administração pública federal: do modelo formal ao construído” (2004). Nele, dentre outros temas, é tratada a relação do Ministério Público com a imprensa.

Wilson Ricardo Coelho Tafner é promotor de justiça no Ministério Público do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Atuou na área de infância e juventude por 11 anos, quando promoveu o controle externo sobre a Fundação Estadual para o Bem Estar do Menor (FEBEM), atual Fundação CASA. Na década de 1990, alguns problemas relacionados aos internos da FEBEM vieram à tona por meio da imprensa, fato que oportunizou o contato direto e cotidiano de Wilson Tafner com os jornalistas. Atualmente ocupa o cargo de Coordenador do Núcleo de Comunicação Social do Ministério Público de São Paulo.

4.3.1 Aspectos Gerais

Os promotores de justiça, via de regra, não apontaram maiores problemas no relacionamento com jornalistas. Eles foram selecionados para esta pesquisa justamente pelo trato cotidiano com a imprensa. Sendo um relacionamento contínuo, dificilmente apresentariam mais situações conflitantes que harmônicas. **Wilson Tafner** fala com naturalidade sobre esta relação. O promotor diz que pode haver conflitos, mas que isto acontece em qualquer relacionamento institucional.

Sobre as situações em que enfrentaram problemas, alguns enfatizaram os erros de interpretação, por parte dos jornalistas, relacionados à terminologia própria do Direito (“juridiquês”, nas palavras de **Maria Claudia Faria**). **Wilson Tafner** e **Affonso Ghizzo Neto** citaram o eventual comprometimento de alguns órgãos de imprensa com interesses alheios ao “interesse público”.

Wilson Tafner diz que tais problemas são a grande exceção. Segundo ele, a relação é, via de regra, de “respeito e parceria”. Ele cita dois exemplos em que a relação dos jornalistas com os membros do Ministério Público redundou em benesses para a sociedade. O primeiro diz respeito a denúncias feitas pela imprensa com relação à situação dos internos da FEBEM. Segundo Tafner, foi graças ao trabalho da imprensa paulista que se pôde mostrar ao Brasil, não só as rebeliões sobre os prédios, mas tudo o que acontecia sob os telhados da FEBEM. Segundo ele, “ao se expor à

sociedade o que acontecia sob os telhados gerou-se uma demanda política e social que levou a uma melhoria do sistema de internação de infratores em São Paulo”⁸⁴.

Wilson Tafner também citou um caso ocorrido em 2012, em que uma matéria jornalística detectou condições sub-humanas em hospitais psiquiátricos na região de Sorocaba. Segundo o promotor, tais matérias provocaram

uma iniciativa do Ministério Público, que redundou em fechamento de hospitais. A partir disso, desenvolveu-se um projeto aqui no Ministério Público junto à União, ao Estado e com as prefeituras municipais para dar um novo atendimento nos casos de internação em hospitais psiquiátricos.⁸⁵

Affonso Ghizzo Neto também se recorda de algumas situações em que a imprensa motivou a ação do Ministério Público. Num dos casos citados, o promotor instaurou procedimento para investigar as diárias que os vereadores de Joinville estavam recebendo. Ghizzo Neto também cita a questão das aposentadorias da Assembleia Legislativa, que motivaram ações do Ministério Público no estado, bem como provocaram a aferição, pelos órgãos de jornalismo e por outros Ministérios Públicos, quanto à situação em outros estados e em outros órgãos públicos.

Daniel Paladino e **Maria Cláudia Faria** falam em “complementação” quando se referem a esta relação. Segundo Paladino, “a investigação do Ministério Público não está lastreada somente naquilo que a imprensa apurou. Pode ser um elemento importante, mas não o único elemento”⁸⁶. Assim, a informação repassada pela imprensa pode ser complementar às informações obtidas pelo promotor, bem como podem subsidiar o início da atuação do membro do Ministério Público.

Quanto a isto, **Maria Cláudia Faria** cita um exemplo hipotético de um médico que cobra consultas de pacientes do Sistema Único de Saúde (SUS): “O jornalista constatou que o médico está cobrando. Aquilo ali vai

84 Em entrevista ao autor realizada por telefone em 04 de junho de 2013, doravante citado TAFNER (2013).

85 Conforme TAFNER (2013).

86 Em entrevista presencial ao autor, realizada na 30ª Promotoria de Justiça da Capital no dia 08 de maio de 2013, doravante citado PALADINO (2013).

virar um procedimento administrativo. Vamos tentar ouvir as pessoas e até o próprio jornalista como testemunha”⁸⁷. Segundo ela, as atuações “se somam”. Paladino utiliza a palavra “cooperação”, enquanto Tafner fala em “parceria”.

Bruno Machado diz entender que há cooperação entre jornalistas e membros do Ministério Público

quando a imprensa abre mão da velocidade própria dos meios de comunicação e consegue segurar a notícia para não prejudicar uma investigação; e quando o Ministério Público atende aos interesses da mídia, desde que não haja deturpação da mensagem.⁸⁸

Esta “deturpação da mensagem” mencionada pelo promotor está relacionada ao propósito do jornalista ou ao desconhecimento deste quanto à terminologia jurídica. Quanto aos propósitos do jornalista, estes podem estar relacionados aos interesses da organização ou ao seu próprio interesse. Como interesses da organização, os mais citados são de ordem econômica – por conta dos objetivos comerciais – e política. Os interesses de ordem pessoal do jornalista, segundo as citações, dão a entender que eles advêm de situações anteriores em que a relação entre jornalista e promotor não foram boas. Segundo **Affonso Ghizzo Neto**, muitas vezes vai haver uma relação de confiança entre um jornalista específico e o promotor: “Então tu já sabes em quem confiar, como falar as coisas”⁸⁹.

Assim como há “os confiáveis”, possivelmente há os jornalistas cujo contato com o promotor deve ser visto com reticência pelo mesmo. Ghizzo Neto diz que, às vezes, “tens que saber com quem estais falando e como é a percepção deste jornalista, para evitar estes ruídos e estes problemas que eventualmente possam ocorrer”⁹⁰.

87 Em entrevista presencial ao autor, realizada na 1ª Promotoria de Justiça de Içara no dia 06 de maio de 2013, doravante citada FARIA (2013).

88 Em entrevista por e-mail ao autor, realizada no dia 08 de maio de 2013, doravante citado MACHADO (2013).

89 Em entrevista ao autor, realizada por telefone, em 03 de junho de 2013, doravante citado GHIZZO (2013).

90 Conforme GHIZZO (2013).

Do lado do Ministério Público, o mesmo promotor cita também alguns promotores que, por vaidade, podem querer aparecer a qualquer custo na imprensa, ou seja, põe outros interesses à frente do “interesse público”. Ghizzo Neto fala também do cuidado que o membro do Ministério Público tem que ter com as novas tecnologias, na medida em que os promotores criam blogs institucionais. O cuidado, segundo ele, diz respeito à exposição de opiniões e conteúdos pessoais, alheios à visão institucional.

Por isso, Ghizzo Neto fala da necessidade de “criar um processo profissional não só através das assessorias de comunicação, mas também na relação direta com os jornalistas”⁹¹. Na seção 4.3.3, serão trazidas mais ideias do promotor sobre o processo profissional mencionado, bem como sobre a importância das assessorias de imprensa neste interim.

Além dos interesses, há a questão da terminologia jurídica. Sobre o “juridiquês”, **Maria Claudia Faria** mencionou seu diálogo num caso em que já buscou falar com o jornalista, vislumbrando situações futuras: “ficou escrito desta maneira, mas para tu saberes que funciona desta forma”⁹². Para Ghizzo Neto, o pedido de retratação também tem este efeito tanto para o jornalista, quanto para os superiores dele. “É um processo de amadurecimento”⁹³, disse o promotor.

A cobrança por retratação foi citada por quatro dos cinco promotores. Apenas **Bruno Machado** falou nunca ter entrado em contato com jornalistas após a matéria ir ao ar, nem para pedir retratação, nem para elogiar. **Wilson Tafner** também cita outro tipo de contato com os jornalistas após veiculação das matérias:

Há casos em que há desdobramentos a partir da matéria inicial. Um exemplo prático: Na época da fiscalização da FEBEM, às vezes se tinha uma notícia de tortura em uma das unidades da instituição. Os promotores iam lá fazer a fiscalização, às vezes até por denúncia da própria imprensa. Daí se constatava realmente e os promotores faziam a primeira intervenção fiscalizatória na unidade. Depois aquilo virava um procedimento. Daí dava-se continuidade no

91 Idem.

92 Conforme FARIA (2013).

93 Conforme GHIZZO (2013).

fornecimento de informações aos jornalistas. Depois virava uma ação com base nesta investigação. Continuava-se a fornecer informações.⁹⁴

Aqui, o retorno do promotor para o jornalista se dava em função de haver mais informações por conta de desdobramentos. Tais informações, reportadas diretamente ou por meio das assessorias, gerariam mais matérias. Segundo Tafner, “é um trânsito normal este contato”⁹⁵, inclusive para render elogios à imprensa. Matérias que geram desdobramentos e o fato de ser considerado um “trânsito normal” parecem justificar o termo “relacionamento com a imprensa”, haja vista a perenidade do contato.

O retorno para com o jornalista também pode não se dar diretamente. O jornalista, por exemplo, pode ser processado pelo membro do Ministério Público. Os cinco promotores de justiça entrevistados jamais processaram jornalistas. No entanto, **Affonso Ghizzo Neto**, diz que o mau jornalismo deve ser punido:

A meu ver, o judiciário deixa a desejar neste sentido. Nos Estados Unidos, há retaliações morais grandes a nível financeiro. Isso acaba amadurecendo a imprensa no sentido de ter uma responsabilidade maior de como vai veicular as notícias.⁹⁶

Quanto a este amadurecimento, **Affonso Ghizzo Neto** cita transparência nas ações e “informações não privilegiadas a um jornalista, mas posta à disposição de toda a mídia”⁹⁷, como indicativos. Diz também que o contato com a imprensa é fundamental. “O Ministério é público”⁹⁸, segundo ele.

Para quem eventualmente critica o contato do promotor para com a imprensa, Ghizzo Neto diz ser válido e pertinente que o promotor que faça uma grande investigação num caso de corrupção informe para a imprensa, salvo em caso de segredo de justiça. Para ele, “a população tem o direito de

94 Conforme TAFNER (2013).

95 Idem.

96 Conforme GHIZZO (2013).

97 Idem.

98 Idem.

saber o que está acontecendo e o Ministério Público tem o dever de informar”⁹⁹.

4.3.2 Aspectos Conceituais

Assim como feito para com os jornalistas, os membros do Ministério Público foram questionados quanto à imagem que os profissionais de imprensa possuem da instituição. Segundo **Maria Claudia Faria**, a imagem é boa e que, comparativamente aos poderes constituídos, não há tratamento diferenciado.

Sobre a imagem do Ministério Público, se comparada aos poderes executivo, legislativo e judiciário, o promotor **Affonso Ghizzo Neto** diz que o cerne desta discussão relaciona-se à promulgação da Constituição Federal em 1988. Segundo Ghizzo Neto, naquela década, além do Brasil sair da ditadura militar, houve uma nova conformação do Ministério Público enquanto instituição. Agora, informações quanto a desmandos e crimes poderiam ser prestadas, bem como o jornalismo passou a usufruir de liberdade de imprensa. Assim, ambos se aproximaram.

Segundo **Bruno Machado**, a imprensa foi e é importante em divulgar o papel complexo do Ministério Público proposto pela Constituição Federal. No entanto, **Bruno Machado** e **Daniel Paladino** dizem que a imagem do promotor de justiça ainda está muito ligada à atuação na área criminal. Segundo Paladino, a imagem comum é de que “promotor é aquele que condena”¹⁰⁰. Segundo ele, cabe à imprensa desmistificar as atribuições do membro do Ministério Público. Quanto à instituição, Paladino diz que a imprensa tem sido generosa nos elogios ao MP.

Para **Bruno Machado**, a hora do Ministério Público enquanto ente com tratamento diferenciado por parte da imprensa já passou. Para ele, “O MP já foi mais festejado”¹⁰¹. Agora, a Polícia, especialmente a Federal, tem ganhado os noticiários. Segundo o promotor, prova disso é a timidez da mídia em divulgar a PEC 37.

99 Idem.

100 Conforme PALADINO (2013).

101 Conforme MACHADO (2013).

Quanto à divulgação da PEC 37, os promotores de justiça da comarca de Içara, dentre os quais **Maria Claudia Faria**, buscaram chamar a imprensa para noticiar o ato público promovido pelos membros do Ministério Público na câmara de vereadores do município contra tal proposta de emenda constitucional. A promotora descreve a divulgação e os resultados:

Nós procuramos os meios de comunicação social para esclarecer que a gente iria fazer um ato público, convidando a população. Alguns meios se posicionaram; outros só noticiaram. E foi bastante importante para o Ministério Público essa divulgação pela imprensa, pelos jornalistas, pois a gente acabou contando com a presença de mais de 200 pessoas.¹⁰²

Esta resposta do jornalismo da região de Criciúma, cidade vizinha a Içara, ao chamamento dos promotores tem a ver com a relação que os mesmos têm com a imprensa local. Segundo Maria Claudia,

Todas as denúncias que chegam ao Ministério Público, a gente dá encaminhamento. Tudo que chega a gente dá um protocolo e depois a gente tem que dar uma resposta, seja pelo prosseguimento, seja pelo indeferimento. Então acredito que seja uma boa imagem que o jornalista tem do ministério público por acreditar que o ministério público faz um trabalho sério.¹⁰³

Wilson Tafner, referindo-se à imprensa paulista, também não tem reclamações do tratamento dado ao Ministério Público: “A relação, salvo raríssimas exceções, é excelente.”¹⁰⁴ Esta relação pode extrapolar o simples contato entre promotor e jornalista. Há casos em que o membro do Ministério Público se atenta para questões de “interesse público” tematizadas na imprensa. A partir dali, o promotor passa a investigar. **Wilson Tafner** diz ser rotina. **Maria Claudia Faria** diz que isto acontece várias vezes e que há instaurações com o próprio impresso do jornal. **Bruno**

102 Conforme FARIA (2013).

103 Idem.

104 Conforme TAFNER (2013).

Machado diz que tal fato acontece por conta das fontes diversas que a imprensa possui. Estas são fontes indiretas importantes ao trabalho do Ministério Público.

Quanto à utilização de impresso de jornais, **Maria Claudia Faria** complementa:

Nós vamos constatar se, de fato, foi daquela maneira ou se o jornalista utilizou o termo técnico correto. Já aconteceu de nós pensarmos que era uma situação ilegal e depois não era, mas, na maioria das vezes, é mesmo, está errado e em razão de uma notícia da imprensa a gente deu encaminhamento a um procedimento administrativo.¹⁰⁵

A utilização do termo correto tem a ver com o conhecimento que o jornalista tem da função do Ministério Público e das atribuições do promotor de justiça. Todos os membros entrevistados disseram que houve uma evolução muito grande neste quadro. **Bruno Machado** diz que nos grandes centros há este conhecimento. **Maria Claudia Faria**, que atua em uma comarca com população de 58.833 pessoas¹⁰⁶, também afirma que os jornalistas sempre sabem. Ela pondera que, quando não sabem, eles se inteiram para poder entender as respostas.

Daniel Paladino e **Wilson Tafner** diz que este panorama do jornalista estar ciente da função do Ministério Público relaciona-se ao contato frequente que os profissionais de imprensa têm com os membros. Este contato mais frequente, segundo **Wilson Tafner**, se dá por conta do protagonismo que o órgão assumiu em casos criminais, de corrupção, de meio ambiente, infância, consumidor, urbanismo e outras áreas de interesse social; após a Constituição de 1988.

Na relação entre jornalistas e membros do Ministério Público, segundo **Afonso Ghizzo Neto**, cabe também ao promotor de justiça saber melhor se comunicar com o jornalista, bem como entender um pouco do trabalho, da linguagem do jornalismo. Sobre entender o jornalismo, os promotores de justiça foram questionados sobre o que, para eles, é um bom jornalismo.

¹⁰⁵ Conforme FARIA (2013).

¹⁰⁶ Dados do Censo de 2010 extraídos de www.ibge.gov.br, em 09 jun. 2013.

Os membros, via de regra, valeram-se das palavras “sério”, “isento” e “imparcial” para conceituar jornalismo. A imparcialidade também foi suscitada quando mencionaram “ouvir todos os envolvidos” como forma de fazer um bom jornalismo. Também se utilizaram da palavra “fato”, fazendo referência à necessidade de apresentar o acontecimento da maneira como ocorreu.

Pontualmente, **Daniel Paladino** falou da necessidade do bom jornalismo visar ao “interesse público”. **Wilson Tafner**, por sua vez, falou da imperiosidade de não haver comprometimento com nenhum outro interesse. **Bruno Machado** citou a maior necessidade de jornalismo investigativo e que a repercussão é importante para não deixar os fatos “imersos em aura de obscurantismo.”¹⁰⁷ Por fim, **Affonso Ghizzo Neto** disse que o bom jornalismo deve deixar que o destinatário final da informação jornalística tire suas próprias conclusões. “O bom jornalismo deve estimular o senso crítico”¹⁰⁸, segundo ele.

4.3.3 Aspectos Metodológicos e Estruturais

Assim como aferido junto aos jornalistas, os promotores foram questionados acerca do principal critério utilizado pelos profissionais de imprensa que os levam a buscar o membro do Ministério Público.

Ao contrário do que aconteceu com os jornalistas entrevistados, os promotores citaram o interesse do jornalista em saber qual será a ação do Ministério Público (**Wilson Tafner** e **Bruno Machado**) e a possível repercussão gerada (**Affonso Ghizzo Neto** e **Daniel Paladino**). Assim, a impressão dos membros quanto à atuação do jornalista é a de que os profissionais da imprensa tem iniciativa, enquanto que os jornalistas dizem atuar a partir do caso que já está nas mãos do MP.

Outras motivações pontuais foram citadas. **Maria Claudia Faria** citou o caso específico em que o promotor está atuando como principal motivo do contato. A promotora também falou que a área de atuação pode motivar a busca por parte do repórter. **Daniel Paladino** exemplificou esta situação: “As atribuições da promotoria em que estou atuando é direitos humanos e cidadania. Ontem, veículos de comunicação vieram me procurar

¹⁰⁷ Conforme MACHADO (2013)

¹⁰⁸ Conforme GHIZZO (2013).

para tratar da questão das passarelas e questão de acessibilidade em prédios públicos”¹⁰⁹.

Sobre os motivos da busca por fontes junto ao Ministério Público, **Affonso Ghizzo Neto** citou o clamor popular por informações. Segundo o promotor, tal clamor pode ou não ser “instigado” pela mídia. **Daniel Paladino** também lembrou da acessibilidade junto a determinados promotores como critério de busca:

Têm promotores que são mais acessíveis. Têm promotores que não são tão acessíveis. Então evidentemente que o fato de o promotor ser mais acessível é um caminho natural para que o trabalho que ele desenvolva venha eventualmente a ser mais divulgado que o de outro promotor que crie resistências à mídia, à divulgação destas matérias, deste trabalho.¹¹⁰

A questão da acessibilidade também foi levantada perante os promotores. Eles foram questionados quanto ao comportamento deles quando procurados diretamente pelos jornalistas. **Daniel Paladino**, **Bruno Machado** e **Maria Claudia Faria** disseram que, ao tempo em que são procurados, atendem sem maiores problemas. Mesmo que o atendimento para responder às perguntas dos jornalistas não seja no primeiro contato, as tratativas para a entrevista (agendamento de horário) se dão na própria promotoria.

Maria Claudia Faria, que atua no interior do estado de Santa Catarina, diz que os jornalistas já sabem onde e como procurar. **Affonso Ghizzo Neto**, atuando na maior cidade de Santa Catarina, embora não seja a capital do estado, diz que há jornalistas que naturalmente acompanham a publicação dos procedimentos da promotoria no diário oficial. Quando se interessam por algo, entram em contato. **Wilson Tafner**, mesmo dizendo que a maioria dos jornalistas busca informações primeiro na assessoria de imprensa do Ministério Público Paulista, afirma que existem alguns repórteres que, por já atuarem em determinadas áreas há mais tempo, acabam estabelecendo um contato direto com os promotores.

Affonso Ghizzo Neto cita duas possibilidades, a depender do caso: o atendimento direto ou o encaminhamento para a Comunicação Social do

109 Conforme PALADINO (2013).

¹¹⁰ Idem.

Ministério Público de Santa Catarina. Segundo o promotor, quando se trata de um caso de repercussão estadual, direciona à Comunicação Social. Também direciona à COMSO quando há conteúdos mais aprofundados, diferente dos veiculados em matérias do dia-a-dia. Ghizzo Neto diz que age desta forma “para evitar expor o membro do Ministério Público e para criar um padrão profissional de disponibilização dessas informações”¹¹¹.

Também há os casos em que Ghizzo Neto atende diretamente o jornalista. Estas ocasiões, segundo o promotor, se dão em caso de matérias pontuais. Seu comportamento nestas oportunidades é responder de forma mais genérica, sem se aprofundar em detalhes técnicos, visando não comprometer eventuais investigações.

Assim como os jornalistas procuram falar com os promotores, há os casos em que os membros do Ministério Público, julgando possuir informações relevantes à sociedade, buscam falar com a imprensa, seja diretamente, seja pelas assessorias de comunicação.

Maria Claudia Faria e Bruno Machado disseram procurar os jornalistas diretamente. Porém, a promotora diz que, em casos de repercussão estadual, comunica-se com a Comunicação Social do Ministério Público de Santa Catarina para “fazer uma ponte” com os jornais também de circulação estadual. **Bruno Machado**, por sua vez, diz acreditar que agora as assessorias estão mais bem estruturadas e que evitaria contatar os jornalistas diretamente sem antes consultar a assessoria de imprensa.

Daniel Paladino e Affonso Ghizzo Neto dizem que, via de regra, a primeira opção é acionar a Comunicação Social (COMSO) da instituição. Paladino diz que faz tal contato para que a COMSO, entendendo haver interesse naquela matéria, faça a divulgação através do portal. Ghizzo Neto fala em evitar o desgaste do promotor e também menciona a já citada melhor estruturação das assessorias:

Ainda que o promotor tenha segurança do que fala e como fala; ainda que tenha boa relação e vivência com a imprensa, a gente tem que ter um contato com a nossa comunicação social, aprender com quem sabe mais. Por mais que tu sejas autodidata ou tenha aprendido com a prática. A vida ensina a gente. Anos trabalhando com isso, a gente aprende. Mas se há um profissional da área, que estudou para isso, que é

111 Conforme GHIZZO (2013).

preparado, é melhor entrar em contato com ele. Esta comunicação com o público é uma responsabilidade institucional. Antes de falar com um jornalista, é bom dialogar com um profissional dentro da instituição que é também um jornalista especializado para tratar destes assuntos.¹¹²

Ghizzo Neto diz que neste diálogo com os profissionais da Comunicação Social surgiu, por exemplo, a ideia de se fazer uma coletiva de imprensa em Joinville. Eram muitas autoridades investigando e se propôs um evento onde todas estavam reunidas e puderam responder as perguntas dos jornalistas.

A melhor estruturação das assessorias também possibilita outro trânsito. **Wilson Tafner** diz que a Comunicação Social pode identificar pautas nas realizações dos membros dos Ministérios Públicos e divulgar nas redes sociais ou no portal do órgão. A partir disso, segundo ele, geram-se pautas na imprensa. Como exemplo, ele menciona investigações do GAECO¹¹³ e casos de improbidade administrativa que acabaram virando pauta da imprensa.

Estas duas atuações do Ministério Público – atividades investigativas e fiscalização da administração pública – parecem ser mesmo os grandes chamarizes para que a imprensa consulte o promotor. A primeira foi constatada por **Solano Nascimento** no livro “Os Novos Escribas”. A segunda foi citada pelos próprios jornalistas neste trabalho.

Quanto à investigação por parte do Ministério Público, os promotores foram questionados quanto à validade da investigação jornalística em paralelo com a do órgão. Todos reconheceram a importância da investigação jornalística, dizendo que a apuração do Ministério Público não esgota o trabalho da imprensa. Segundo **Maria Claudia Faria**, elas são diferentes. **Daniel Paladino** fala que os objetivos de uma e de outra não coincidem, mas podem uma apoiar a outra.

112 Conforme GHIZZO (2013).

113 Os grupos de atuação especial de combate ao crime organizado (GAECOs) são estruturas internas criadas nos Ministérios Públicos cuja função é investigar a atuação de organizações criminosas, diretamente ou em conjunto com organismos policiais.

O promotor contextualiza, citando exemplos de quando se apropriou de material jornalístico para apoiar suas ações:

Inúmeras vezes nós já precisamos recorrer tanto a nossa comunicação social, como eventualmente também a algum impresso ou ao áudio de algum material jornalístico que tenha ido ao ar e que seja importante para determinado procedimento já instaurado (...) Também este material pode ser importante para dar início a um novo procedimento. Alguma questão que a gente não tenha elementos suficientes para instaurar o devido procedimento do inquérito civil e quando se tem este elemento através de matéria que foi veiculada num jornal ou algum canal de televisão – e seja importante para instauração do procedimento – a gente requisita e, com base naquele áudio, naquele material, a gente instaura o procedimento.¹¹⁴

Quanto às investigações jornalísticas, **Affonso Ghizzo Neto** lembrou o jornalista Tim Lopes¹¹⁵ e disse que muitos casos que o Ministério Público passa a investigar, houve uma investigação prévia da imprensa. Ghizzo Neto, assim como todos os entrevistados em algum momento da pesquisa, citou a PEC 37. Para ele, caso a proposta acabe sancionada, as investigações como as protagonizadas por Tim Lopes terão “efeito criminal zero”¹¹⁶.

Contra a PEC 37, os membros do Ministério Público argumentam que tal proposta prevê exclusividade das investigações aos organismos policiais. Como dito por **Maria Claudia Faria** e por **Daniel Paladino**, muitos procedimentos do Ministério Público são instaurados com impressos de jornal. Caso a PEC 37 acabe entrando em vigor, os promotores temem que procedimentos como estes não mais aconteçam.

Mesmo com a PEC 37 sendo ainda uma proposta, **Bruno Machado** diz que hoje a Polícia Federal aparece bem mais do que o Ministério

114 Conforme PALADINO (2013).

115 Arcanjo Antonino Lopes do Nascimento, conhecido como Tim Lopes, era um premiado repórter investigativos da TV Globo. Em 2002, enquanto fazia reportagens no Complexo de Favelas do Alemão, foi sequestrado e morto por traficantes.

116 Conforme GHIZZO NETO (2013).

Público Federal nas reportagens, por exemplo. Além disso, Machado diz que o jornalismo investigativo perdeu terreno para o “divulgativo”, corroborando com a tese de **Solano Nascimento** sobre o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil.

Bruno Machado, no entanto, assim como os demais entrevistados, também citou casos em que o Ministério Público se apropriou de matérias jornalísticas para fundamentar sua atuação: “sei que algumas áreas contaram muito com isso. A Ordem Urbanística, por exemplo, diante dos casos de parcelamento irregular do solo em Brasília”¹¹⁷. **Maria Claudia Faria**, que disse já ter se utilizado de impresso de jornal para iniciar procedimento, também usou matérias jornalísticas noutra ocasião. Nesta oportunidade, valeu-se do trabalho da Comunicação Social para angariar reportagens sobre feitos do Ministério Público na região. Tal “dossiê” serviu para divulgar o ato público contrário à PEC 37 que a promotora, juntamente com outro membro, promoveu em sua comarca.

No âmbito do Ministério Público de Santa Catarina cresceu a demanda por este tipo de trabalho junto à Comunicação Social. Segundo **Maurício de Lucca Figueira**, jornalista e responsável por fazer o clipping diário para o órgão, os promotores de justiça tem solicitado cópia das matérias (impressos, áudios e vídeos), ou por terem sido fontes de reportagem, ou pelo fato da notícia trazer um assunto que chama a atenção e ainda não foi apurado pelo MP.

Além de ser acionada por este motivo, a Comunicação Social pode ser contatada por conta do membro do Ministério Público querer repercutir, nos portais institucionais, matérias que foram veiculadas na mídia tradicional. Muitos promotores também o fazem por meio de blogs próprios das promotorias ou redes sociais. Segundo **Affonso Ghizzo Neto**, a Comunicação Social tem papel fundamental neste processo:

Tem que se tomar alguns cuidados para não confundir o entendimento pessoal com o entendimento da promotoria. Acho que tem que se amadurecer este processo via Comunicação Social e via regulamentação, talvez até uma padronização em nível nacional através, talvez, da Associação Nacional de Procuradores-Gerais, não colocando uma censura, mas colocando certos regramentos de atuação

117 Conforme MACHADO (2013).

profissional padrão, para que não haja má comunicação. A partir do momento em que tu crias um blog da promotoria, tu falas em nome da instituição; e se tu falas em nome da instituição, tu tens que ter alguns critérios básicos de atuação profissional, para que se evitem estes ruídos, para que se evite má interpretação, para que se evite uma responsabilização da própria instituição a partir de uma ideia ou uma posição pessoal do promotor. Eu não tenho acompanhado isto internamente, mas acho que merece uma regulamentação, uma maior dedicação do Ministério Público como um todo, porque é algo novo.¹¹⁸

Dos promotores entrevistados, **Wilson Tafner** e **Affonso Ghizzo Neto** relacionam-se mais com estas tecnologias com fins institucionais. **Wilson Tafner**, na mesma linha de amadurecimento proposta por Ghizzo Neto, diz que, seja no atendimento ao público, através da mídia ou através das redes sociais, o Ministério Público deve prestar contas à sociedade. Segundo ele,

qualquer forma de levar o trabalho do Ministério Público ao conhecimento das pessoas não deve ser desprezada. Deve ser aperfeiçoada para que toda sociedade tenha conhecimento do que a sua instituição defensora das leis está fazendo para cumprir seu papel constitucional.¹¹⁹

A repercussão que alguns fazem junto às assessorias de comunicação, **Affonso Ghizzo Neto** o faz pelas redes sociais. No entanto, não são todas as ações que ele reporta. Ele diz que, em relação à campanha “o que você tem a ver com a corrupção?”, ele repercutiu tudo o que saiu na imprensa, por conta de ser uma campanha educativa em que a informação é decisiva neste processo. Quanto a uma enquete da PEC 37, também fez divulgação pelas redes sociais. Por outro lado, com relação às funções ordinárias do promotor, ele diz ter comedido em repercutir, pois pode “dar arma para o inimigo”¹²⁰.

118 Conforme GHIZZO (2013).

119 Conforme GHIZZO (2013).

120 Idem.

Quanto a este comedimento, os promotores afirmam ter ciência que a exposição nem sempre é positiva. **Wilson Tafner** diz que a ideia é sempre despersonalizar; **Bruno Machado** e **Maria Cláudia Faria** afirmam pensar várias vezes antes de chamar a imprensa; e **Daniel Paladino** fala que procura evitar uma exposição exacerbada.

No entanto, os promotores falam que tal exposição está relacionada aos fatos externos que acabam por motivar a intervenção do Ministério Público. Sobre isto, **Maria Cláudia Faria** diz que “o fato de, às vezes, estar um pouco mais exposta é em decorrência do que está acontecendo no município”¹²¹. **Wilson Tafner** também cita um exemplo pessoal:

Na época em que fiquei fiscalizando a FEBEM de São Paulo, éramos três promotores, por mais de dez anos, trabalhando numa área em que quase todo dia tinha ocorrência. Então acabava personalizando pela própria circunstância da efetividade do trabalho e pelo interesse em termos de repercussão de mídia.¹²²

Além da exposição por conta do que está acontecendo à sua volta, o aparecimento do promotor de justiça na mídia também serve para combater a imagem de que o membro do Ministério Público só fica trancado nos gabinetes, bem como contribui para apresentar a instituição à sociedade. Segundo **Daniel Paladino**,

O Ministério Público tem que se tornar visível para a sociedade e divulgar aquilo que efetivamente está fazendo. Embora esteja sendo desmistificado, muitas pessoas ainda não entendem qual é atribuição do Ministério Público ou do promotor de justiça. É importante que o Ministério Público apareça diante da sociedade, o promotor também o faça, mas com comedimento, com moderação, adstrito ao caso que está sendo investigado.¹²³

Sobre o fato de as novas tecnologias substituírem o jornalismo convencional na comunicação com a sociedade, os promotores afirmam que

121 Conforme FARIA (2013).

122 Conforme TAFNER (2013).

123 Conforme PALADINO (2013).

o jornalismo tem sua existência garantida haja vista o alcance consolidado que possui. Pela declaração dos promotores e também dos jornalistas, aos blogs e redes sociais caberia propor maior interação, oportunizando que denúncias cheguem até o Ministério Público a partir da sociedade.

4.2.4 Quarto Poder

Nesta seção, como feito junto aos jornalistas, apresentar-se-ão as informações prestadas pelos promotores de justiça que relacionam os dois campos. A primeira pergunta da entrevista foi “qual área de atuação do Ministério Público gera mais reportagens?” Quatro dos cinco entrevistados citaram expressamente a atuação fiscal junto ao poder público, nas variadas nomenclaturas adotadas, como a principal área coberta pela imprensa. As nomenclaturas variaram entre “defesa do patrimônio público”, “moralidade administrativa” e “combate à corrupção”.

Apenas **Daniel Paladino** não fez menção expressa à fiscalização no trato para com a coisa pública. Paladino referiu-se às “áreas da coletividade”, elencando a moralidade administrativa junto a outras áreas, tais como meio ambiente e defesa do consumidor. Estas, segundo os outros promotores, ficam em segundo plano perante a atuação junto ao poder público.

Wilson Tafner e **Affonso Ghizzo Neto** destacaram também a atuação na área criminal. Como visto na seção 4.3.2, pela ótica dos promotores, a imagem do membro do Ministério Público está atrelada ao papel de acusador, fato que põe este tipo de atuação também em evidência. Casos recentes de repercussão como os assassinatos de Eliza Samúdio (2010), de Eloá Cristina (2008) e de Isabella Nardoni (2008)¹²⁴ ratificam esta visão.

Sobre a preferência dos jornalistas por escândalos de corrupção, **Affonso Ghizzo Neto** identifica que a cobertura de tal prática acaba também relacionando outras áreas de atuação do Ministério Público. Questões de irregularidades em licenciamento ambiental, por exemplo, movimentam a área do meio ambiente e a área que lida com a

124 Estes casos de repercussão midiática colocaram os promotores de justiça Henry Wagner Vasconcelos Castro, Antonio Nobre Folgado e Francisco Taddei Cembranelli em constante contato com a imprensa.

administração pública. Nesta mesma linha, Ghizzo Neto cita a questão dos licenciamentos na tragédia de Santa Maria, incêndio ocorrido em janeiro de 2013 numa boate do interior do Rio Grande do Sul, explicando que a corrupção relaciona-se também à iniciativa privada.

Se o combate à corrupção, proposta pela fiscalização ao poder público, é o foco principal dos jornalistas, corrobora-se a condição de Quarto Poder do jornalismo. Ainda que não sejam efetivamente um dos poderes constituídos da República, Ministério Público e órgãos de imprensa são, em tese, independentes e fiscalizadores dos demais, conjecturando a mesma condição do executivo, legislativo e o judiciário.

Sobre as coincidências de atuação no jornalismo e no Ministério Público sobre a fiscalização exercida reciprocamente, **Bruno Machado** diz que ambas

São instituições do *accountability* horizontal. Fiscalizam outras instituições, organizações, atores. Mas acho que falta mais controle da mídia. O panorama do MP mudou um pouco com o CNMP. A Mídia precisa também de freios e contrapesos. Sem que haja censura.¹²⁵

O *accountability* horizontal, como visto no primeiro capítulo, diz respeito à fiscalização exercida por entes que se encontram dentro do aparato público de controle, fato que não acontece com o jornalismo. Quanto ao Ministério Público, segundo Machado, quem exerce este papel de cima para baixo é o Conselho Nacional do Ministério Público. À mídia também caberia uma regulamentação, mas sem censura, conforme o promotor.

Como questões equivalentes entre o jornalismo e o Ministério Público, os promotores também ressaltaram a questão da liberdade. **Afonso Ghizzo Neto** diz que a liberdade de imprensa se confunde com a liberdade de atuação do Ministério Público. **Daniel Paladino** fala que são instituições onde impera a liberdade de opinião e a liberdade de investigação. Com relação à investigação, **Afonso Ghizzo Neto** diz que tal apuração é visceral na atuação do Ministério Público e no jornalismo.

A questão da liberdade também foi mencionada no sentido de serem institutos cuja atuação sofre tentativas de coação. **Daniel Paladino** diz que

125 Conforme MACHADO (2013).

não faltam pessoas, sobretudo em Brasília, que queiram restringir as ações dos Ministérios Públicos e dos jornalistas. **Wilson Tafner**, citando a PEC 37, argumenta neste mesmo sentido:

Você pode ter absoluta certeza que sempre que existe um estado de exceção, um estado onde o regime democrático não é respeitado, os primeiros órgãos que começam a sofrer cerceamento são justamente a imprensa, que divulga estes fatos, e uma instituição que tem independência para fazer estas apurações, que é o Ministério Público. (...) Elas são mais perseguidas pelos seus méritos do que pelas suas falhas. Existe sempre uma tendência de manutenção do status quo do poder. E quando ele se desvia, ele vai querer calar o órgão que age, que pode processar criminalmente e civilmente, pode investigar com autonomia e independência mal feitos; e aqueles que podem alertar e conscientizar a sociedade sobre estas condutas erradas. Ambos têm papéis fundamentais no estado democrático de direito.¹²⁶

Maria Claudia Tremel diz que a coincidência entre ambos é a busca pela justiça, com o Ministério Público agindo judicialmente e com o jornalista provocando a sociedade.

Teoricamente, segundo os membros do Ministério Público, a atuação em função do interesse público é ponto coincidente para promotores de justiça e jornalistas. No entanto, os interesses comerciais dos órgãos de imprensa são mencionados como interesses paralelos, bem como eventuais interesses políticos. Mesmo assim, os promotores reafirmam a importância destes dois institutos para a sociedade. Segundo **Daniel Paladino**, “Tanto Ministério Público, quanto a imprensa são fundamentais. Ambos são pilares que a sociedade possui como forma de reivindicar os seus direitos e onde as opiniões podem ser extravasadas”¹²⁷.

126 Conforme TAFNER (2013).

127 Conforme PALADINO (2013).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos posicionamentos expressos pelos sujeitos de pesquisa e sistematizados no capítulo anterior, a relação profissional do jornalista com o membro do Ministério Público deve observar alguns parâmetros. Assim como se faz importante a divulgação do caráter público das ações do MP, faz-se igualmente necessário que, apesar da relação, esta mantenha a independência de lado a lado. Esta independência garantirá uma relação de cooperação (ou protocooperação, se considerarmos a nomenclatura biológica).

Quando falamos em cooperação, temos que ambos os lados angariarão benefícios a partir do contato. Aparentemente, caso o Ministério Público não seja parte investigada, e o jornalista realize a matéria circunstancial, ambos sairão ganhando com a relação. O que não pode acontecer é uma relação proximal constante que atente contra a independência de um e de outro.

Esta relação proximal parece ser característica de cidades menores. A interferência das assessorias parece ser quase nula neste contato. No entanto, é preciso saber dosar. Reiterada exposição, mesmo que rogada pelo membro do Ministério Público, deve ser controlada pelo jornalista, baseada em critérios técnicos, bem como atinentes à opinião popular. Os efeitos negativos poderão aparecer de parte a parte, afetando novos contatos do jornalista para com o membro no futuro, assim como influenciando a imagem das instituições perante a população.

Apesar dos objetivos de um e de outro serem diferentes, o foco da atividade de cada um é a sociedade. Se o conteúdo informacional das entrevistas dos membros do Ministério Público visarem à população, a questão do interesse ou da importância será dirimida. As ações fiscalizatórias sobre a administração pública, que parecem ser a maior motivadora de consulta por parte dos jornalistas ao MP, naturalmente chamam a atenção, bem como são importantes à população.

Esta fiscalização impingida pelos dois campos coloca membros do Ministério Público e jornalistas como atores proponentes de *accountability*. Tal atribuição endossada pela sociedade, no entanto, não tem sido assumida em sua plenitude pelos profissionais da imprensa. Tem-se cobrado uma postura mais ativa do jornalista enquanto ente investigador de irregularidades. O jornalista tem feito o chamado “jornalismo sobre

investigações”. Dependendo de informações oficiais e fontes limitadas, atenta contra sua independência. A ditadura militar impunha isso. Naquela época, o jornalismo viveu uma crise de credibilidade por conta das restritas informações que tinha ao seu dispor.

No atual ambiente democrático, em que a prestação de contas é incentivada, a credibilidade para com o jornalista advirá de uma postura próxima à população. Se o jornalismo investigativo é mais sobre consequências do que sobre métodos, a forma de o profissional conseguir penetração junto à população, aumentando a confiança sobre seu trabalho, é tematizando as questões de interesse coletivo.

O Ministério Público parece ter se atentado a isso e promovido ações extrajudiciais em crescente quantidade. Estas ações, exemplificada nas campanhas, aproxima a população do órgão, dirimindo a distância ainda existente entre a sociedade e o poder público. Dessa forma, apresenta, pouco a pouco, suas atribuições. As manifestações naturalmente chamam a atenção. A relação do jornalista com os membros do Ministério Público nestas ocasiões traz benefícios para ambos: gera reportagens e garante confiabilidade ao jornalista; e, da parte do promotor de justiça, angaria visibilidade à ação institucional de “interesse público”.

Como visto no decorrer do trabalho, um jornalismo que se propõe a ser “cão de guarda”, depende de formar coalizões. No entanto, qualquer relacionamento, seja pessoal ou profissional, pode ter seus desencontros. Por isso, tais coalizões não devem ser fechadas. Como dito, relações deste tipo atentam contra a independência, além de, pelo desgaste, poder determinar o fim do contato.

O Ministério Público parece ter entendido a importância das coalizões junto à imprensa. Ele se utiliza em grande escala dos conteúdos jornalísticos veiculados para fundamentar sua atuação. Além disso, tem estruturado as assessorias de imprensa de forma a viabilizar o contato com os meios de comunicação.

Cabe aqui destacar que as assessorias de imprensa são organismos da entidade. Elas se relacionam com os jornalistas, mas não são meramente uma “ponte” para com os membros do MP. Elas próprias são integrantes da instituição. Assim, atuam sob o ponto de vista institucional. Algumas citações colhidas junto aos entrevistados mostram o viés com que lidam as assessorias.

O promotor de justiça Affonso Ghizzo Neto mostra-se reticente quanto a repercutir ações de sua promotoria. Ele diz que a Comunicação Social pode ter um papel importante no que diz respeito a orientar os membros na utilização das redes sociais e blogs institucionais ou no trato com jornalistas. O jornalista Leandro Fortes, por sua vez, diz que os sites das promotorias servem mais como “uma maneira de localizar contradições entre pensamento e ação” do que para buscar informação. Coincidentemente, mesmo antes das declarações de Fortes, a cartilha de relacionamento com a imprensa do Ministério Público de Santa Catarina já dizia que o jornalista “pesquisa informações sobre a fonte e entrevistas anteriores a respeito do caso para detectar possíveis contradições”.

Mesmo que as intenções dos jornalistas visem ao interesse público, as assessorias parecem estar dotadas da atribuição de resguardar a instituição da imprensa, seja ela protagonizada por bons ou maus profissionais na busca por contradições procedentes ou perversas. Segundo Affonso Ghizzo Neto, “não cabe ao ministério público julgar o fim profissional daquela matéria jornalística. O promotor tem que agir com padrão.” Assim, os promotores rogam por uma assessoria no que tange a padronizar a comunicação com os jornalistas e a sociedade. O resguardo à imagem da instituição por parte das assessorias não parece necessária a quem defende à sociedade.

No intento de padronizar a comunicação, as assessorias de imprensa devem instrumentalizar formas de contato entre membros do Ministério Público e sociedade, sejam por meio de sites próprios, seja através do jornalismo. Com o advento das tecnologias e com a condição de “defensor dos direitos coletivos” alcançada constitucionalmente pelo MP, o órgão passou a ser amplamente consultado. Caso as vaidades sobrevenham, pode haver uma relegação ao caráter institucional da informação. As assessorias, por conterem jornalistas, podem alertar os promotores quanto a isto, bem como padronizar as formas de contato direto com a sociedade.

É notório que as assessorias de imprensa dos Ministérios Públicos tem sido alvo de atenção do órgão. No entanto, é preciso que o órgão busque ser o fiscal da lei, sem ter nesta comunicação para a sociedade o foco de sua atividade-fim. Matérias jornalísticas são consequência. Os jornalistas não podem sucumbir à enxurrada informacional proposta pelas assessorias de imprensa, uma vez que esta forma de atuação também atenta contra a independência profissional.

Os jornalistas também devem ter ciência que os promotores estão mais inteirados sobre a atuação do profissional da imprensa. Os Ministérios Públicos têm fornecido cursos de relacionamento para com jornalistas. Questões como “o não privilégio a jornalistas específicos” e “explicar situações em que a informação não pode ser revelada, ao invés de simplesmente negar-se a falar” já são comuns na fala dos promotores.

Apesar do apreço à lei ser prerrogativa de atuação do membro do Ministério Público, o mesmo também tem consciência de que o jornalista nem sempre vai atuar conforme as regras. Muitos dos flagrantes feitos por jornalistas não sairiam se não fosse pelo ultraje a algumas normas. Os promotores de justiça parecem reconhecer nesta característica do jornalismo um aliado. Os métodos legais de investigação podem não redundar em nada. Mesmo que o Ministério Público não consiga subsídios para levar o caso à frente, a repercussão social pode acabar determinando o sucesso da investigação jornalística.

É nesta repercussão social que os membros do Ministério Público estão apostando para vetar a aprovação da PEC 37. Divulgando na imprensa, convidam a população a assinar petições contra a proposta. Mesmo que o veto redunde em claros dividendos somente ao MP, por consequência, jornalismo e sociedade seriam igualmente beneficiados. Esta tríade Ministério Público – Jornalismo – Sociedade, como visto, é fundamental à democracia.

Apesar do estado democrático de Direito estipular somente a existência de três poderes da República, jornalismo e Ministério Público equivalem-se ao legislativo, judiciário e executivo nos aspectos da vigilância recíproca para com os demais poderes e na independência. Talvez a utilização do termo “Quarto Poder” não seja o ideal, até porque os iguais aos poderes constituídos e isso nem sempre é bom. No entanto, é fundamental que a vigilância recíproca e a independência não sejam relegadas.

O jornalismo, apesar de cobrir diversas áreas, possui, a partir da redemocratização, a função social de trazer à tona o que acontece no âmbito dos poderes públicos. Baseada nestas informações, a população consegue subsídios para viver em sociedade. Também baseada nestas informações, ela vota e elege governantes. Pode por outro lado, mobilizar no sentido de provocar afastamento do Presidente da República, fato que já ocorreu.

Assim, clarifica-se o jornalismo enquanto proponente de *accountability*, bem como se reforça seu papel fiscalizador.

A relação de jornalistas e promotores de justiça perpassa por um perene amadurecimento, com um tomando consciência do trabalho e do papel social do outro. As assessorias de imprensa estão presentes neste processo. Como dito, os promotores tendem a conhecer melhor o trabalho da imprensa a partir do momento em que passam a manter relações com jornalistas. Os jornalistas também terão conhecimento empírico das funções do MP a partir da convivialidade. Como, a grosso modo, cabe ao jornalista decidir o que publicar, o mesmo deve saber discernir situações em que o promotor quer aparecer.

Há as situações em que o Ministério Público é cobrado por só “ficar nos gabinetes” e não se apresentar. Penso que o Ministério Público naturalmente aparecerá se bem proceder sua função. Subsidiariamente, sua atuação extrajudicial, através de campanhas, pode transparecer a instituição à população, viabilizando o maior conhecimento daquela sobre o órgão. Enfim, a decisão sobre a existência de conteúdo de “interesse público” passível de conjecturar matéria cabe ao jornalista. Mesmo que instigado pelo MP, ele deve, com criticidade, vislumbrar se a matéria sugerida se insere nos critérios balizadores do jornalismo.

Via de regra, apesar de problemas pontuais, a relação entre membros do MP e jornalista é vista como cooperativa. Por óbvio, nas matérias em que o promotor de justiça é contestado, há uma reação do Ministério Público. No entanto, há visão geral é no sentido da cooperação. As coalizões sugeridas favorecem este comportamento de complementação entre a atividade de um e de outro. As investigações independentes de parte a parte devem continuar existindo.

Já é sabido que os jornalistas se valem das investigações de autoridades para realizar parte de seu trabalho. No entanto, como forma de incentivar os jornalistas a também procederem investigações, cabe a noção de que seu material é fundamental ao trabalho do promotor. Cada vez mais o material jornalístico é anexado aos inquéritos ou serve de provocação à ação do promotor. Tais situações esboçam ações independentes, de parte a parte, cuja relação efetivamente ainda não se deu.

Assim, por mais que a relação com as fontes seja fundamental ao trabalho jornalístico, o contato com os promotores, assegurando independência, deve ser realizado de forma a tê-lo como fonte de

informação e não como ente relacional. A prestação de informações, calcada num contato responsável, são valiosas e permitem um delineamento independente da matéria. A relação, que implica em um contato perene, pode, ao invés de chamar a atenção do promotor a uma causa de interesse público, causar desgaste.

Apesar de não ser a atividade-fim do Ministério Público, seria salutar que seus membros detivessem informações básicas sobre o trabalho jornalístico. Neste intento, as assessorias de comunicação teriam papel importante. Algumas ações, como a cartilha de relacionamento com a imprensa proposta pela Comunicação Social do Ministério Público de Santa Catarina, já vem sendo tomadas. Da mesma forma, o jornalista deve se subsidiar de informações acerca do MP, ainda que empiricamente. Estas informações poderão dirimir mal-entendidos, bem como poderão manter uma relação imparcial. O objetivo do jornalista é comunicar e o do promotor, enquanto fonte, é fornecer a visão do Ministério Público.

Caso o promotor de justiça julgue procedente, balizado pelo conceito de “interesse público” embutido no trabalho do jornalista, ele agirá. Habitualmente, quando provocado de forma direta, o membro do MP tem atuado, pois sua imagem de defensor dos direitos coletivos é evocada.

Enfim, as palavras de ordem nesta relação parecem ser independência, informação e “interesse público”. Além destas, há de se considerar o contexto onde se dá a relação. A sociedade detém expectativas para com o jornalismo e o Ministério Público. As expectativas são sempre no sentido de que eles agem em função do “interesse público”. Calcados nesta imagem, as eventuais relações consensuais dos dois – tais como a cobertura de manifestações (PEC 37, por exemplo), podem ser benéficas para os dois lados. A insistência para com a manutenção da relação e o parasitismo, como conhecido no senso comum, são fatores que podem desencadear a ruína das eventuais coalizões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRUCIO, Fernando. A Lei de Acesso à Informação e a cidadania. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p.14 - 15, 11/junho, 2012.

_____. É a transparência que dá legitimidade às instituições. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p.16 - 17, 25/fevereiro, 2013.

ALMEIDA, Alberto Carlos. Como combater a corrupção. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p.16 - 17, 06/fevereiro, 2012.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

AMANDO, Vanessa. **Ministério Público pede apoio da população devido a "PEC da Impunidade"**. Disponível em: <http://www.engeplus.com.br/0,,59968,,html>. Acesso em: 23 abr. 2013

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS MEMBROS DO MINISTÉRIO PÚBLICO (CONAMP); CONSELHO NACIONAL DOS PROCURADORES-GERAIS (CNPGE). **O que você tem a ver com a corrupção?** Disponível em: http://www.oquevocêtemavercomacorruptao.com/conteudo/interna/conteudo.asp?cod_area=34. Acesso em: 23 abr. 2013.

AULER, Marcelo. Um procurador amordaçado. **Revista Carta Capital**. São Paulo: Confiança, p. 34-35, 16/maio, 2012.

BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística: do conceito à prática**. Florianópolis: Insular/PosjorUFSC, 2009

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: Edusc, 1999.

_____. **O arsenal da democracia**. Bauru: Edusc, 2002

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990. 168 p.

BRASIL. Lei Nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 18 de novembro de 2011.

BRÜNING, Raulino Jacó. **História do Ministério Público Catarinense**. Florianópolis : Habitus, 2001.

BUCCI, Eugênio. A lógica desastrosa de Lula sobre a Imprensa. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p. 22, 24/dezembro, 2012.

CAMPOS, Ana Maria. *Accountability*: Quando poderemos traduzi-la para o português? **Revista da Administração Pública**. 24 (2), p. 30-50, fev/abr 1990.

CENEVIVA, Ricardo. *Accountability*: novos fatos e novos argumentos – uma revisão da literatura recente. Anais do EnAPG 2006. **Encontro de Administração Pública e Governança da ANPAD**. São Paulo, nov 2006.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

CORREIA, Fernando. Os jornalistas e as notícias: **a autonomia jornalística em questão**. Lisboa: Caminho, 1997

COSTA, Kelly Cristina de Oliveira; SALM, José Francisco. A percepção do professor estadual como funcionário público: cumpridor de regras, empreendedor ou servidor público? In: **Encontro anual da ANPAD**, Salvador: ANPAD, 2006.

CHRISTOFOLETTI, R. **O que esperar do jornalismo**. Disponível em:

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed695_o_que_esperar_do_jornalismo. Acesso em: 14 abr 2013.

DENHARDT, Robert B. & DENHARDT, Janet V.. **The new public service: serving, not steering**. New York: Sharpe, 2007

DENHARDT, Robert. **Teorias da Administração Pública**. Tradução da 6ª edição americana por Francisco G. Heidemann. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2.ed. São Paulo:Atlas, 2008.

Entenda o caso Enron. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 27 mai. 2003. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/sinapse/ult1063u416.shtml>. Acesso em: 16 abr. 2013.

ETZIONI, Amitai. Concepções alternativas de accountability: o exemplo da gestão da saúde. In: HEIDEMANN, Francisco G.; SALM, José Francisco (org.). **Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise**. 2. ed. Brasília: Editora UnB, 2010. (Pg. 287 - 301)

GARCIA Luiz (Org). **Manual de redação e estilo de o globo**. São Paulo: Globo, 1997.

GENRO Fº, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**, Florianópolis: Insular, 2012.

GOMES, Wilson. Esfera pública, política e media: com Habermas, contra Habermas. In: RUBIN, Antonio Albino; BENTZ, Ione e PINTO, Milton, J. **Produção e Recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

GOMIS, Lorenzo. Os interessados produzem e fornecem os fatos. **Estudos em Jornalismo e Mídia** V. I no. 1. Florianópolis, Posjor, 2004. Disponível em www.posjor.ufsc.br/revista

GOULART, Ana Paula. **Jornal Nacional: a notícia faz história**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

GUROVITZ, Helio. Murdoch, entre os limites e valores do jornalismo. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p. 8, 11/julho, 2011.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro.1984

HANAZAKI, Natalia; PETRUCIO, Mauricio; ZANK, Sofia; MAYER, Fernando Pol. **Introdução à Ecologia**. 2.ed. Florianópolis: Biologia/EaD/UFSC, 2009.

HEIDEMANN, Francisco G.; SALM, José Francisco (orgs.). **Políticas Públicas e Desenvolvimento**: bases epistemológicas e modelos de análise. 2 ed. Brasília:Editora da UnB, 2010.

IJUIM, Jorge K. Humanização e desumanização no jornalismo – algumas saídas. **Trabalho apresentado no DT1 Teorias do Jornalismo - XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Recife, Intercom, 2011.

JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LOPES, Sônia; ROSSO, Sérgio. **BIO**. Vol. 1. 1ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

MAGAGNIN JR., Altair. Câmara ampara campanha “Brasil contra impunidade”. **Jornal da Manhã**, Criciúma, 12 abr. 2013, p. 8.

MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia:** comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012.

MEDITSCH, Eduardo. **A Especificidade do Rádio Informativo.** Tese de Doutorado. Lisboa, FCSH/UNL, 1996.

_____. **O conhecimento do Jornalismo.** Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de direito administrativo.** 25.ed.rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2008.

MESQUITA, Mário. **Teorias e práticas do Jornalismo.** Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo . vol. XXVIII, n 2, julho/dezembro de 2005.

NASCIMENTO, Solano. **Os novos escribas:** fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil. Porto. Alegre: Arquipélago Editorial, 2010.

NETTO, Andrei. **Dilema entre segredo e transparência é desafio do futuro papa no Vaticano.** Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,dilema-entre-segredo-e-transparencia-e-desafio-do-futuro-papa-no-vaticano-,1006735,0.htm> Acesso em: 15 abr. 2013

NUNES, Augusto. Zero Hora. **Manual de ética, redação e estilo.** Porto Alegre: L&PM, 1994.

O GLOBO. **TCU cria classificações para informações e restringe acesso.** Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/tcu-cria-classificacoes-para-informacoes-restringe-acesso-8188584>. Acesso em: 1º mai. 2013.

ODUM, Eugene P. **Ecologia.** 2.ed. Sao Paulo: Pioneira, 1975.

O'DONNELL, Guillermo. Accountability horizontal e novas poliarquias. **Revista Lua Nova.** São Paulo, 44, p. 27-54. 1998.

PEREIRA, Moacir. Anti-PEC 37. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 11 abr. 2013.

_____.A favor da emenda. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 15 abr. 2013.

PINHO, J.A.G.; SACRAMENTO, A.R.S. Accountability: já podemos traduzi-la para o português? **Revista da Administração Pública**, 43 (6), p. 1343-68, nov/dez 2009.

RELAÇÃO. In: **Minidicionário Silveira Bueno**. São Paulo: Lisa, 1992. p. 579.

Revista Veja. São Paulo: Ed. Abril, Capa, 27/maio,1992.

RIBEIRO, Eduardo. **Luiz Carlos Azenha**. Disponível em: <http://www.portaldosjornalistas.com.br/perfil.aspx?id=204> Acesso em: 23 abr. 2013

ROCHA, Arlindo Carvalho. **Auditoria de Gestão - Uma Forma Eficaz de Promoção da Accountability**. Anais do XXXI EnANPAD. Rio de Janeiro, set 2007.

_____.O processo orçamentário brasileiro como instrumento de accountability. Anais do EnAPG 2008. **Encontro de Administração Pública e Governança da ANPAD**. Salvador: ANPAD, 2008.

SANTA CATARINA. Ministério Público. **Cartilha de Relacionamento com a Imprensa**. Florianópolis: Procuradoria Geral de Justiça, 2011.

_____. Ministério Público. **Guia do Ministério Público de Santa Catarina**. Florianópolis: Procuradoria Geral de Justiça, 2009.

_____. Ministério Público. **Plano Geral de Atuação 2011**. Florianópolis: Procuradoria Geral de Justiça, 2011.

SC Mobilizada contra a PEC 37. **Hora de Santa Catarina**. Florianópolis, 12 abr. 2013.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias**: as ações e estratégias das fontes empresariais nas relações com jornalistas de economia e negócios. 2010. Dissertação (Mestrado em Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a Notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SCOLARI, Carlos A. Más allá de McLuhan: Hacia una ecología de los medios. IN: RUBLESKI, Anelise; BARICHELLO, Eugenia M.R. (orgs.) Ecología da mídia. Santa Maria: Facos-UFSM, 2013

SILVA, Luiz Martins da. Sociedade, Esfera Pública e Agendamento. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. Capítulo 4, p. 84 - 104.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade**: além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009

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

VELLOSO, Carlos. A imprensa não tomou partido. **Revista Época**. São Paulo: Globo, p.42 - 44, 30/julho,2012.

WAISBORD, Sílvio, **Watchdog Journalism in South America**: News, Accountability, and Democracy. Columbia University Press, New York, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

APÊNDICES

Apêndice 1 – Nominata dos sujeitos de pesquisa

Jornalistas:

Amanda Garcia Ludwig (Criciúma/SC)

Rafael Martini (Florianópolis/SC)

Juliano Basile (Brasília/DF)

Leandro Fortes (Brasília/DF)

Solano Nascimento (Brasília/DF)

Membros do Ministério Público:

Affonso Ghizzo Neto (MP/SC)

Daniel Paladino (MP/SC)

Maria Claudia Tremel de Faria (MP/SC)

Bruno Amaral Machado (MP/DFT)

Wilson Ricardo Coelho Tafner (MP/SP)

Observação: Silvia Pinter Pereira, jornalista assessora em comunicação no Ministério Público de Santa Catarina; e Maurício de Lucca Figueira, jornalista responsável pelo Clipping de Notícias no mesmo órgão, colaboraram fornecendo informações pontuais que corroboraram com os dados extraídos das entrevistas.

Apêndice 2 - Roteiro ordenado de perguntas ao Jornalista:

- Ao seu ver, qual área de atuação do Ministério Público gera mais reportagens?
- Quando procura um membro do Ministério Público para uma matéria, o faz diretamente ou aciona a Comunicação Social/Assessoria de Comunicação do Órgão?
- Em relação ao Ministério Público, seus colegas tem qual impressão prévia:
 - a) do Ministério Público (instituição);
 - b) do membro do MP (Promotor/Procurador de Justiça).
- Decidido que um membro do MP deve ser ouvido como fonte para uma matéria, qual o primeiro critério para escolha do nome a ser entrevistado (Caso específico em que o promotor atua, competência para falar do assunto, trato cotidiano com a imprensa...)?
- O jornalista sabe quando recorrer à declaração do membro do MP (o jornalista chega até o promotor por analisar que se trata de um assunto de interesse público ou exclusivamente por ser informado que o MP está atuando)?
- Algum membro do MP já buscou falar com você após a veiculação da notícia (para retratação, elogio ou complementação, por exemplo)?
- Tendo em vista as novas tecnologias (sites, blogs etc.) que viabilizam comunicação direta do promotor com o público, o que muda no trabalho do jornalista?
- As investigações advindas do Ministério Público interferem no modo de fazer jornalismo? Atrapalham, auxiliam ou esgotam totalmente a investigação jornalística?
- Cite, na interação com o membro do MP, exemplos de situação em que há cooperação entre ambos.
- Consegue visualizar outros tipos de relação (conflito, por exemplo)?
- Sendo igualmente 'quarto poder', em quais pontos há equivalência do Ministério Público com o jornalismo?
- O interesse público visado pelo MP tende mais a coincidir ou divergir com o da imprensa?
- Os Jornalistas, de modo geral, apresentam-se cientes da atividade

de um Promotor de Justiça ou da função do MP?

- O que, para você, é um bom jornalismo?
- Quando, para você, o promotor faz um bom trabalho?
- Já foi processado por algum membro do MP?

Apêndice 3 - Roteiro ordenado de perguntas ao membro do Ministério Público:

- Ao seu ver, qual área de atuação do Ministério Público gera mais reportagens?
- Qual sua impressão quanto à imagem que os jornalistas têm do Ministério Público. O MP recebe tratamento diferenciado em relação aos demais poderes (bem visto, mal visto...)? A imagem do MP enquanto instituição está ligada ou dissociada às ações dos promotores/procuradores individualmente.
- Você já julgou necessário acionar a imprensa para noticiar algo (marcar entrevista coletiva, por exemplo)? Quando procurou a imprensa, fez diretamente (empresas jornalísticas ou jornalistas específicos) ou acionou a Comunicação Social/Assessoria de Comunicação do MP para análise se havia “noticiabilidade” no fato a ser relatado?
- Quando procurado diretamente pela imprensa, você atende ou aciona a Comunicação Social/Assessoria de Comunicação do Órgão?
- Qual o primeiro motivo que você julga fundamental para o jornalista entrar em contato com você (Caso específico em que o promotor está atuando, área de atuação do promotor, interesse público, trato mais cotidiano com a imprensa...)?
- Alguma vez uma matéria jornalística atentou para um problema da sociedade como sendo de interesse público, induzindo ou provocando sua atuação?
- Alguma vez necessitou de matérias jornalísticas para fundamentar ou ilustrar algum trabalho seu? Já solicitou à Comunicação Social/Assessoria de Comunicação do Órgão ou à empresa responsável pela Clipagem?
- Você já buscou falar com o jornalista após a veiculação da notícia em que serviu como fonte (para retratação, elogio ou complementação, por exemplo)?
- Após a veiculação nas mídias, você busca repercutir sua participação no site do órgão ou em blogs ou redes sociais próprias?
- Há Jornalismo investigativo e há jornalismo sobre investigações. Com o passar dos anos, verificou-se crescimento no jornalismo sobre investigações feitas pelo MP. Acha que é tendência? Qual sua opinião

quanto a qual deve ser o comportamento do jornalista frente a esta realidade.

- O jornalismo é protagonizado por empresas privadas, enquanto que o MP é um órgão público. O interesse público visado pelo MP tende mais a coincidir ou divergir com o da imprensa?
- Sendo igualmente 'quarto poder', em quais outros pontos há equivalência do Ministério Público com o jornalismo?
- A veiculação de material informativo é característica do jornalismo. No entanto, novas tecnologias (sites, blogs etc.) viabilizam também comunicação do Ministério Público direto com a sociedade. Qual a função destas novas tecnologias? Elas substituem o jornalismo tradicional?
- Cite, na interação com a imprensa, algum exemplo de situação em que há Cooperação entre ambos (promotor e jornalista).
- Consegue visualizar outros tipos de relação (conflito, por exemplo)?
- Tem algum receio de como a sua reiterada exposição na mídia tende a soar? Pensa duas vezes antes de chamar a imprensa ou dar entrevista?
- Os Jornalistas, de modo geral, apresentam-se cientes da atividade de um Promotor de Justiça ou da função do MP?
- O que, para você, é um bom jornalismo?
- Já processou algum jornalista?

Apêndice 4

Esta dissertação, em sua versão escrita, foi submetida à banca examinadora no dia 17 de junho de 2013, uma segunda-feira. Na semana anterior, eclodiu na cidade de São Paulo, um movimento em torno da redução da tarifa do transporte público. Os órgãos de segurança pública começaram a intervir quando do trancamento, por parte dos manifestantes, das principais avenidas da capital paulista.

Esta ação da polícia, muitas vezes truculenta, deu maior visibilidade ao movimento e gerou indignação generalizada. Tal indignação se traduziu de duas formas: Contra a ação desproporcional das autoridades e contra outros aspectos além do transporte público.

O movimento que se iniciou por São Paulo, começou a se ramificar. Em vários pontos do país, reclamações variadas começaram a vir à tona por meio de manifestações. Pela Internet, um movimento de proporções nacionais foi sendo agendado. No dia 18 de junho, um dia após à submissão deste trabalho, o Brasil parou.

Um dos protestos da população era contra a PEC 37 (tratada neste trabalho). A mobilização em torno da contrariedade a esta proposta de emenda constitucional demonstrou que a tripla coalizão – sociedade, Ministério Público e jornalismo – repercutiu em ações favoráveis aos três. Esta dissertação cita tal coalizão como imperativa aos órgãos que se propõem fiscais. A figura 1 (pág. 49) esboça esta relação.

O Ministério Público levou à frente sua contrariedade à PEC 37 através do respaldo da população. Esta, por sua vez, tomou conhecimento das irregularidades no âmbito público por meio do jornalismo. O jornalismo, enquanto “cão de guarda” da sociedade, trouxe à tona os fatos que julgava de “interesse público” e que, muitas vezes, subsidiam a ação do MP.

Em 25 de junho de 2013, por 430 votos a nove, a PEC 37 foi arquivada pelos deputados federais.

Assim, parece primordial ao Ministério Público e às empresas de jornalismo tomarem ciência da repercussão externa que suas ações podem gerar, inclusive entre elas próprias. Além disso, ambas devem se aproximar da sociedade no sentido de tentar apreender qual é o “interesse público” rogado nestes protestos.

Passados quase dois meses desde que a primeira manifestação de

âmbito nacional aconteceu, os movimentos se arrefeceram. No entanto, em alguns pontos do país, alguns protestos ainda acontecem, muitas vezes com violência, tanto por parte das autoridades, como dos manifestantes.

Na figura a seguir, um registro da cobertura das manifestações do dia 18 de junho de 2013.



Figura 6: Imagem veiculada no Facebook no dia 18 de junho de 2013.