

ESTUDOS SOBRE

# JORNALISMO POLÍTICO

**Francisco Paulo Jamil Marques**  
**Emerson Urizzi Cervi**  
**Camila Mont'Alverne**  
**Fernanda Cavassana de Carvalho**  
(Orgs.)

**CPPOP**  
UFPR

**PONTE**



ESTUDOS SOBRE  
**JORNALISMO POLÍTICO**

Francisco Paulo Jamil Marques  
Emerson Urizzi Cervi  
Camila Mont'Alverne  
Fernanda Cavassana de Carvalho

(Organizadores)

ESTUDOS SOBRE  
**JORNALISMO POLÍTICO**

1ª edição

Curitiba

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Fundação Biblioteca Nacional

M357e Marques, Francisco P J; Cervi, Emerson U; Mont'Alverne, Camila; Carvalho, Fernanda C de (orgs.)

Estudos sobre Jornalismo Político / Francisco Paulo Jamil Marques, Emerson Urizzi Cervi, Camila Mont'Alverne e Fernanda Cavassana de Carvalho (organizadores) – Curitiba: CPOP, 2018. (1ª edição).

264 p.

ISBN 978-85-52992-00-4

1. Jornalismo. 2. Jornalismo Político. 2. Ciência Política. I. Título.

CDD: 070.320

**EDITORACÃO**

**CARVALHO COMUNICACÃO**

Grupo de Pesquisa em ComunicaçãO PolíticA e OpiniãO PúblicA - CPOP

Grupo de Pesquisa em ComunicaçãO, PolíticA e Tecnologia - PONTE

**CAPA, PLANEJAMENTO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO**

Fernanda Cavassana de Carvalho

**REVISÃO TEXTUAL**

Camila Mont'Alverne e Felipe Autran



Universidade Federal do Paraná – Campus Reitoria  
Rua General Carneiro, nº460 – Ed. Dom Pedro I, 9º andar, Sala 907  
CEP: 80.060-000. Curitiba – Paraná – Brasil

[www.cpop.ufpr.br](http://www.cpop.ufpr.br) | [www.ponte.ufpr.br](http://www.ponte.ufpr.br)

# SUMÁRIO

## APRESENTAÇÃO

Fernanda Cavassana de Carvalho e Camila Mont'Alverne.....7

## CAPÍTULO I

A OPINIÃO DA EMPRESA NO JORNALISMO BRASILEIRO: *Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais*

Camila Mont'Alverne e Francisco Paulo Jamil Marques.....13

## CAPÍTULO II

OS EDITORIAIS DE *EL MERCURIO* E *O ESTADO DE S. PAULO* SOBRE BACHELET E ROUSSEFF: *Um comparativo a partir da análise crítica do discurso na eleição a presidente no Chile em 2013 e no Brasil em 2014*

Adriana Monserrat Cedillo Morales Moreira.....37

## CAPÍTULO III

‘O MUNDO GIRA SEM O MERCOSUL’: *Um estudo sobre os editoriais do jornal O Estado de S. Paulo*

Yohanna Lara Barros Pinheiro e Francisco Paulo Jamil Marques.....61

## CAPÍTULO IV

O IMPACTO DA SÉRIE ‘DIÁRIOS SECRETOS’ NAS REELEIÇÕES DOS DEPUTADOS ESTADUAIS NELSON JUSTUS E ALEXANDRE CURI NO PARANÁ EM 2010

Renan Colombo.....95

## **CAPÍTULO V**

### **A VISIBILIDADE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ NA IMPRENSA ESTADUAL (2010-2011)**

Daniela Drummond.....**123**

## **CAPÍTULO VI**

### **A COBERTURA JORNALÍSTICA EM MÍDIAS LEGISLATIVAS: *Um estudo sobre a Agência Câmara***

Leidyane Viana Nogueira e Francisco Paulo Jamil Marques.....**149**

## **CAPÍTULO VII**

### **O PAPEL DAS FONTES OFICIAIS NA COBERTURA SOBRE SEGURANÇA PÚBLICA: *Um estudo do jornal O Povo entre 2011 e 2013***

Raíssa Benevides Veloso e Francisco Paulo Jamil Marques.....**185**

## **CAPÍTULO VIII**

### **A COBERTURA DA *FOLHA DE LONDRINA* SOBRE A ELEIÇÃO DE 2012 E O ESCÂNDALO POLÍTICO**

Romer Mottinha Santos.....**215**

## **CAPÍTULO IX**

### **PERSPECTIVAS PARA O JORNALISMO POLÍTICO**

Francisco Paulo Jamil Marques, Emerson Urizzi Cervi e Michele Goulart

Massuchin.....**239**

**SOBRE OS AUTORES.....259**

# APRESENTAÇÃO

Fernanda Cavassana de Carvalho  
Camila Mont’Alverne

**N**ão obstante as contínuas mudanças tecnológicas pelas quais o mundo tem passado nos últimos 20 anos, o Jornalismo mantém-se como uma atividade fundamental às democracias – e não é diferente no caso brasileiro. As funções das quais se investe o campo jornalístico, como fiscalização dos agentes políticos e investigador de irregularidades, permanecem sendo atribuídas a ele, ainda que seja possível questionar em que medida elas sejam de seu monopólio e, mais ainda, o quanto este papel está sendo satisfatoriamente desempenhado.

A visibilidade ofertada pelas empresas jornalísticas é algo que continua sendo buscado pelos agentes políticos que almejam promoverem-se ou chamar atenção para uma agenda específica. Com variações de acordo com a credibilidade e com o alcance da instituição, a tendência é que agentes do campo político procurem adequar-se às suas exigências para usufruir de tal visibilidade, demonstrando a influência da qual dispõe o campo jornalístico em direção ao político. Seja em nível nacional ou local, figurar nas páginas dos jornais ou ganhar alguns segundos

de sonora traz uma visibilidade valiosa aos agentes políticos – quando esta é favorável à construção de sua própria imagem pública.

Por outro lado, as cobranças de que as instituições do Jornalismo desempenhem seu papel respeitando os princípios norteadores da atividade são crescentes, inclusive pela possibilidade de contestar o conteúdo publicado. O Jornalismo se vê, portanto, em meio a disputas, em busca de reforçar a própria legitimidade junto à sociedade e aos agentes políticos. O diagnóstico de crise no Jornalismo também é frequente, junto ao extenso inventário de problemas encontrados na atuação das empresas. O campo jornalístico tem sido, deste modo, convocado a provar que continua exercendo função relevante à sociedade, diante da concorrência facilitada pelas ferramentas digitais e pela quantidade de informações ofertadas atualmente.

Diante desta realidade, multiplicam-se os estudos sobre Jornalismo político no Brasil. Esta coletânea soma-se aos esforços de constituir uma literatura sobre o assunto no país, a partir de uma perspectiva empírica. O objetivo é possibilitar afirmações sobre os conteúdos dos jornais a partir de consistentes análises e de discussões aprofundadas sobre os dados e acerca dos resultados alcançados por oito diferentes pesquisas na área.

Os capítulos que compõem esta obra são resultado do esforço de investigação de dois grupos de pesquisa, atualmente sediados na Universidade Federal do Paraná (UFPR). O Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE), cujos pesquisadores e pesquisadoras colaboram com quatro capítulos do livro, iniciou suas atividades na Universidade Federal do Ceará (UFC). Os interesses de pesquisa do grupo transitam na interface entre Comunicação e Democracia, com ênfase em Jornalismo político e em Democracia Digital, partindo da preocupação em contribuir para o aperfeiçoamento das práticas democráticas. Já o Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP), há 16 anos, tem se dedicado a pesquisas na área de Mídias e Eleições, especialmente voltadas ao papel do Jornalismo e da comunicação eleitoral nas disputas políticas



no Paraná e na esfera nacional. Mestres em Ciência Política e em Comunicação pela UFPR – que integraram o CPOP e desenvolveram suas respectivas dissertações acerca do Jornalismo político no âmbito do grupo – também colaboram com quatro capítulos nesta coletânea.

O primeiro capítulo, de autoria de Camila Mont’Alverne e Francisco Paulo Jamil Marques, discute o papel político dos editoriais enquanto espaço opinativo do Jornalismo, a partir de uma aprofundada revisão bibliográfica sobre o tema. Intitulado “*A opinião da empresa no Jornalismo brasileiro: um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais*”, o trabalho aborda a singularidade do texto editorial como uma estratégia de ação política das instituições jornalísticas no Brasil perante a cultura profissional desenvolvida no país.

Por sua vez, Adriana Monserrat Cedillo Morales Moreira traz, no capítulo “*Os editoriais de El Mercurio e O Estado de S. Paulo sobre Bachelet e Rousseff: um comparativo a partir da análise crítica do discurso na eleição a presidente no Chile em 2013 e no Brasil em 2014*”, uma análise empírica comparada de editoriais de jornais de circulação nacional sobre as últimas disputas presidenciais, chilena e brasileira. O trabalho testa, por meio de uma metodologia qualiquantitativa, a hipótese de que ambos os jornais analisados tendem a desqualificar as candidatas utilizando expressões que refletem o discurso de uma elite política em seus editoriais.

Os textos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* também são objetos do estudo de Yohanna Lara Barros Pinheiro e Francisco Paulo Jamil Marques no terceiro capítulo, cujo título é “*‘O Mundo gira sem o Mercosul’: um estudo sobre os editoriais do jornal O Estado de S. Paulo*”. A análise é orientada pelo objetivo de compreender de que maneira o periódico se posiciona sobre o bloco econômico, a partir do exame de um gênero opinativo dedicado a orientar o leitor acerca das posições que as empresas consideram pertinentes. Por meio da análise de discurso, os autores identificam formações discursivas que tendem a desqualificar o Mercosul

nos editoriais considerados.

Já o trabalho *“O impacto da série ‘Diários Secretos’ nas reeleições dos deputados estaduais Nelson Justus e Alexandre Curi no Paraná em 2010”*, de Renan Colombo, aborda o impacto político do Jornalismo paranaense, avaliando também dados do processo decisório. A partir das diferenças de bases geoeleitorais entre as eleições de 2006 e 2010, o capítulo tem como objetivo diagnosticar o impacto das reportagens do jornal Gazeta do Povo no resultado eleitoral de dois deputados estaduais envolvidos com o escândalo político que colocou a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) no centro da agenda pública e jornalística.

A Alep segue a ser tema de investigação no quinto capítulo, de autoria de Daniela Drummond. Neste trabalho, passa a ser considerada a visibilidade dada à Assembleia Legislativa na cobertura diária dos jornais das cinco maiores cidades do Paraná. Intitulado *“A visibilidade da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná na imprensa estadual (2010-2011)”*, o estudo indica, por meio de uma análise quantitativa, que há diferenças entre os jornais na cobertura legislativa e que a visibilidade institucional da Alep perde espaço para a personalização individual dos deputados na cobertura jornalística paranaense.

Também pertinente à esfera legislativa, porém nacional, *“A cobertura jornalística em mídias legislativas: um estudo sobre a Agência Câmara”* realiza um estudo sobre a temática da “reforma política” na cobertura da agência em 2013. De autoria de Leidyane Viana Nogueira e Francisco Paulo Jamil Marques, e por meio da análise de discurso, o capítulo demonstra que o Jornalismo parlamentar brasileiro tende a ratificar o discurso oficial institucional e a não garantir uma pluralidade de fontes em suas publicações.

O conteúdo produzido pelo Jornalismo diário também é alvo de estudo do sétimo capítulo desta obra. Intitulado *“O papel das fontes oficiais na cobertura sobre Segurança Pública: um estudo do jornal O Povo entre 2011 e 2013”*, o estudo pressupõe o papel da notícia no processo de construção da realidade e considera

as fontes selecionadas pelo jornal *O Povo* para as notícias e reportagens sobre a segurança pública em Fortaleza. Os autores Raissa Benevides Veloso e Francisco Paulo Jamil Marques demonstram como a ênfase às fontes oficiais ao longo dos três anos analisados acaba por fortalecer a imagem do Governo Estadual perante a sociedade.

Também considerando a atuação do Jornalismo no processo de construção da realidade como premissa teórica e a cobertura jornalística local como objeto de estudo, Romer Mottinha Santos dedica-se a analisar publicações sobre as eleições municipais de Londrina em 2012, por meio da análise quantitativa de conteúdo. Com o título “*A cobertura da Folha de Londrina sobre a eleição de 2012 e o escândalo político*”, o trabalho aborda a visibilidade conferida pela *Folha de Londrina* aos candidatos majoritários, considerando, inclusive, o escândalo político em evidência, que envolvia o ex-prefeito, cassado meses antes do pleito, mas candidato novamente à Prefeitura – o que também permeava a cobertura política no período.

Assim, não obstante as particularidades de cada uma delas, as pesquisas do PONTE e do CPOP guardam pontos em comum. Os capítulos publicados neste livro são, em alguma medida, complementares. As produções do primeiro enfatizam metodologias qualitativas, lidando com análises de material opinativo, além do informativo, e privilegiando empresas jornalísticas de circulação nacional. Os capítulos do CPOP acionam principalmente metodologias quantitativas, priorizando a investigação sobre instituições jornalísticas locais. Isto não impede que alguns capítulos tratem de questões semelhantes, ao mesmo tempo em que as diferenças entre eles permitem que as lacunas, possivelmente existentes ao se enfatizar um aspecto específico, sejam minimizadas, o que pode ser constatado na leitura na íntegra desta obra coletiva.

Para concluir o debate proposto por essa coletânea, o último capítulo debruça-se sobre os estudos de Jornalismo político de um ponto de vista histórico. Redigido pelos professores Francisco Paulo Jamil Marques, Emerson Urizzi Cervi

e Michele Goulart Massuchin, o texto intitulado “*Perspectivas para o Jornalismo Político*” traz uma importante contribuição para: i) compreender as mudanças pelas quais o Jornalismo passou nos últimos séculos, bem como as consequências de tais mudanças para a relação do Jornalismo com o processo de formação da opinião pública; ii) detectar um panorama sobre como o campo científico brasileiro se dedicou a abordar o tema; e iii) oferecer propostas para pesquisas futuras na área, debatendo as lacunas que elas podem suprir nos estudos sobre Jornalismo político.

Curitiba, fevereiro de 2018.

## CAPÍTULO I

# A OPINIÃO DA EMPRESA NO JORNALISMO BRASILEIRO

*Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais*

Camila Mont’Alverne  
Francisco Paulo Jamil Marques

**E**mbora as empresas jornalísticas – em sintonia com aquilo que orienta a deontologia típica dos profissionais do campo – se apresentem, frequentemente, como mediadoras neutras, objetivas e imparciais, sabe-se que o processo de coleta, elaboração e distribuição de conteúdos informacionais é influenciado, dentre outros elementos, pelos princípios, compromissos e interesses de cada agente com assento na cadeia produtiva das notícias (ABRAMO, 1997; KARAM, 1997).

Nesse sentido, a escolha das pautas e das fontes, dentre a adoção de outros procedimentos, pode servir para confirmar uma tese defendida pelo periódico. A existência de determinadas ênfases e enquadramentos direcionam a cobertura planejada por editores e repórteres; podem ser verificadas, igualmente, variações no destaque conferido a cada matéria, seja em termos de espaço ou de tempo, ou ao se atribuir a determinado assunto o destaque como manchete principal (CONTI, 1999; LONGHI, 2006; SCHIFF, 2011).

Desta forma, as concepções de mundo do jornal se manifestam em di-

ferentes oportunidades. Trata-se uma opção feita não só pelo redator da matéria, mas, também, influenciada pela linha editorial e pelos interesses da empresa de comunicação (BARROS FILHO, 1995; TRAQUINA, 2005).

É inegável, assim, que o Jornalismo contribui para a construção da realidade, em vez de simplesmente refleti-la (FISHMAN, 1980; TRAQUINA, 2005; TUCHMAN, 1972). O estabelecimento de determinadas diretrizes no que concerne, por exemplo, à cobertura política (tema ao qual boa parte dos jornais dedica uma editoria específica), acaba por reverberar na forma pela qual se compreendem os agentes políticos e, conseqüentemente, nas imagens públicas que a audiência tem deles (GOMES, 2004).

Assim, por um lado, é necessário considerar que a construção do produto jornalístico se dá em um ambiente marcado por configurações bastante específicas, bem como está sujeita a pressões de diversos níveis (BENETTI, 2007). Por outro lado, é inegável que a ação dos jornais pode trazer contribuições à democracia, ao abrir a possibilidade de que o campo político considere agendas de interesse público ou ao fiscalizar os agentes representativos (COOK, 2005; GOMES, 2004; SCHUDSON, 2008).

O editorial, espaço opinativo reservado à instituição jornalística, no qual a empresa apresenta suas posições acerca de diversos assuntos, é, provavelmente, o gênero que melhor ilustra a tensão entre interesses públicos e privados no Jornalismo. Em outras palavras, o editorial se configura mais nitidamente como um espaço para o jornal “fazer política” e pressionar o poder público, além de ser uma forma de colocar assuntos na pauta coletiva de discussões (ARMAÑANZAS; NOCÍ, 1996; AZEVEDO, 2006; MELO, 1985). Dessa forma, os editoriais atuam não somente ao formatar traços da imagem pública – por exemplo, de agentes do campo político (BOURDIEU, 2011) –, mas, também, ao oferecer elementos que conformam a imagem do próprio jornal.

No Brasil, ainda são poucos os trabalhos dedicados a examinar, especifi-

camente, a função e a influência política dos editoriais jornalísticos – não obstante ser este, justamente, um espaço capaz de revelar traços singulares da relação mantida entre as empresas jornalísticas e agentes do campo político.

Assim sendo, o trabalho<sup>1</sup> ora apresentado tem como objetivo refletir acerca do editorial como elemento que contribui para consolidar a posição social de determinada instituição jornalística – ao revelar os valores e as perspectivas por ela defendidos e ao constituir o “contrato de leitura” (FAUSTO NETO, 2008) estabelecido com a audiência. Dentre os desdobramentos de tal debate, encontra-se uma breve discussão acerca de como o Jornalismo brasileiro se diferencia daquele praticado em outros países cuja cultura profissional naturaliza a tomada de posição política por parte das empresas.

A fim de alcançar tal meta, o texto foi dividido de acordo com os seguintes tópicos: “Notícia, Opinião e as tensões do campo do Jornalismo”; “A trajetória da Opinião no Jornalismo Brasileiro”; “Editorial: Quando o jornal toma partido”; “O papel político dos editoriais jornalísticos”.

### **Notícia, opinião e as tensões do campo do Jornalismo**

Ao refletir acerca da natureza do produto jornalístico, várias distinções precisam ser feitas com o objetivo de se compreender o quão complexa se mostra uma atividade que envolve interesses públicos e privados, trabalhadores e empresas do campo da comunicação, concorrência por audiência e demais disputas simbólicas empreendidas por agentes internos e externos ao campo (BOURDIEU, 2011; SILVA, 2009).

Uma das distinções fundamentais se refere aos profissionais, de um lado,

<sup>1</sup> Este capítulo foi publicado anteriormente na revista Estudos em Jornalismo e Mídia (v. 12, nº 1, 2015). Os autores são gratos à CAPES e ao CNPq pelos auxílios que tornaram a realização da pesquisa possível.

e às empresas que atuam no âmbito do Jornalismo, de outro. Mencione-se, por exemplo, que os critérios utilizados para conferir prestígio por parte dos pares e as normas deontológicas de cada um desses agentes e instituições não necessariamente são iguais. Mesmo se considerarmos apenas os profissionais do Jornalismo, percebe-se uma variação sensível no que se refere ao grau de liberdade de cada jornalista para emitir opiniões nos jornais.

Ainda que reconheça o universo de valores, prestígios, recompensas, punições, capitais e *habitus*, o argumento aqui delineado está mais preocupado em enfatizar três distinções cuja compreensão é essencial a fim de se fundamentar a discussão sobre o papel político dos editoriais: a) as diferenças entre o setor comercial e a redação na empresa jornalística; b) a separação entre notícia e opinião na cultura do Jornalismo moderno; c) as marcas características dos gêneros e formatos jornalísticos, que sustentam a diferenciação entre reportagem, coluna, crônica, nota, dentre outros elementos.

Logo abaixo, cada uma dessas dimensões é explorada.

*a) As diferenças entre o setor comercial e a redação na empresa jornalística:*

As empresas de comunicação não fazem uma mera mediação entre os agentes políticos e a audiência. Dotadas de interesses próprios, elas se constituem como instituições (COOK, 2005; KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). A relação delas com o campo político – e com o econômico – é permeada por tensões e acomodações, já que cada domínio detém um tipo de capital que interessa ao outro (GOMES, 2004). Por contarem com regras e códigos próprios, a submissão flagrante do campo do Jornalismo a outro campo social pode deslegitimar a instituição ou o jornalista responsável pelo conteúdo. Em outras palavras, infringir as regras do bom Jornalismo em nome de compromissos econômicos ou políticos, por exemplo, acarreta ônus à pessoa física e à pessoa jurídica, como a perda da credibilidade (MIGUEL, 2002).



É por isso que, para Eugenio Bucci (2000), deve haver uma completa separação entre a redação e o departamento comercial da empresa jornalística, de forma a tentar evitar que os interesses econômicos interfiram nas diretrizes de produção das informações. Marques, Miola e Siebra (2014, p. 4) lembram, no entanto, que tal separação não garante completa isenção, pois, “mesmo indiretamente, verifica-se a intromissão do departamento comercial quando uma pauta é ‘derrubada’ a fim de dar espaço a um anúncio de última hora”.

*b) A separação entre notícia e opinião na cultura do Jornalismo moderno:*

É interessante perceber como a distinção entre notícia e opinião foi sendo construída historicamente e ideologicamente. Visando atingir uma parcela mais ampla da sociedade, algumas estratégias (a exemplo da divisão entre textos opinativos e informativos) foram adotadas pelos empresários envolvidos na produção de informações, sobretudo ao longo do século XIX (ARMAÑANZAS; NOCÍ, 1996).

Ademais, diante do surgimento inicial de outras atividades do campo da Comunicação, como a Publicidade e as Relações Públicas, o Jornalismo precisou se apresentar socialmente com algum grau de distinção para convencer a audiência de que estaria apto a oferecer um produto “independente”, cuja função seria a de apresentar a realidade ao conhecimento do leitor, além de representá-lo (como órgão fiscalizador) perante os agentes políticos. A distinção entre opinião e informação, portanto, tem como objetivo dar à audiência a impressão de que o noticiário estaria isento de impressões dos repórteres ou da própria empresa. É exatamente ao defender a separação clara das seções opinativas que surgem princípios como a “objetividade”, voltada para reforçar um sentimento de legitimidade do que é “narrado” pelos jornais (KAPLAN, 2012; MOTTA, 2005).

Isso significa que a norma deontológica a orientar a ação das empresas e dos profissionais do Jornalismo (abrindo espaço para que seja reivindicado por

parte de tais agentes o papel de defensores do “interesse público”) considera que as tomadas de posição devem ficar restritas à página de opinião (ALBUQUERQUE, 2000; COUTINHO; MIGUEL, 2007; BIROLI; MIGUEL, 2010 e 2012).

O Manual de Redação do jornal *O Estado de S. Paulo* (s.d.) – um dos *quality papers* de maior circulação no Brasil –, por exemplo, indica como norma o estabelecimento de uma separação clara entre textos opinativos e noticiosos, alertando a seus colaboradores sobre a necessidade de, no processo de redação das notícias, não expor “opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles as próprias conclusões”. O Manual da *Folha de S. Paulo* (1996), por sua vez, reforça a ideia de que o jornalista deve se abster de opinar ou emitir juízos de valor em notícias ou reportagens. “O Jornalismo crítico não depende da opinião de quem escreve: o simples registro ou confronto de dados, informações e opiniões alheias pode ser muito mais contundente que a opinião de um jornalista.”

O fato de os manuais estarem disponíveis para consulta não só por parte dos profissionais, mas também pelos leitores, expõe uma preocupação de aproximar o público da “cozinha” responsável pela produção do jornal, ainda que não fiquem evidentes as diferentes tensões existentes na redação.

A perspectiva de que o Jornalismo seria espelho da realidade é contraposta à ideia de que, mesmo nos casos em que não há manipulação deliberada que envolva a cobertura de um acontecimento, o jornalista e a empresa acabam optando por enxergar o fato de uma maneira peculiar, a partir de critérios ligados – também, mas não apenas – a códigos e a práticas da atividade. Assim, a ideia de que separar a opinião de uma seção específica do jornal deixaria o texto noticioso “puro” vem sendo criticada ao longo das últimas décadas.

Moraes (2007, p. 1) argumenta que o Jornalismo tem opinião, independentemente dos gêneros opinativo ou informativo. Chaparro (2003), por sua vez, duvida da efetividade da divisão entre informação e opinião ao argumentar que uma paginação diferenciada dos textos não garante um relato purificado, livre de

pontos de vista.

Questiona-se, ademais, não apenas a possibilidade de se alcançar uma efetiva separação entre opinião e notícia, mas a própria utilidade dessa fragmentação. Argumenta-se se o que o leitor espera do Jornalismo não seria justamente uma mescla entre notícia e opinião, no sentido de orientar a audiência acerca da interpretação de fenômenos da vida social, como ocorre em diversos blogs jornalísticos (BAILEY; MARQUES, 2012).

O fato é que, mesmo diante de tais polêmicas e divergências ideológicas ou teóricas, textos com clara ênfase opinativa continuam a ter seu espaço assegurado. Para Beltrão (1980, p. 14), o jornal tem a obrigação de exercitar a opinião.

(...) ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia do corpo social.

O texto opinativo, portanto, é visto como uma forma de o jornal cumprir com seu dever junto ao leitor, oferecendo a ele um modo de compreender o mundo, em oposição ao conteúdo informativo, cuja função – pelo menos em princípio – seria apresentar a realidade, sem interferir nos fatos.

*c) As marcas características dos gêneros e formatos jornalísticos, que fundamentam a diferenciação entre reportagem, coluna, crônica, nota, dentre outros elementos:*

Uma terceira e necessária distinção se refere à questão dos gêneros dentro da dimensão informativa e da dimensão opinativa do Jornalismo. O estabelecimento de subgêneros é a forma de operacionalizar a separação entre informação e opinião e um modo de condicionar o profissional a escrever o texto a partir de

regras pré-estabelecidas.

Dentre os próprios subgêneros opinativos, a intenção e a forma de construir o texto se diferenciam. No caso do editorial, busca-se uma impessoalidade na abordagem temática e nas estratégias de argumentação, uma vez que está em evidência a voz da empresa (ALVES FILHO, 2006). Mas ressalte-se que não se trata de uma divisão estanque: o texto opinativo pode se utilizar de recursos, a princípio, concernentes às produções informativas. “A maioria dos gêneros jornalísticos são complementares uns de outros. Como a notícia, gênero informativo por excelência, complementa a reportagem, do mesmo modo, os gêneros de opinião complementam a informação oferecida pelos gêneros informativos” (ESPINOSA, 2002, p. 225, tradução própria<sup>2</sup>).

Conforme dito anteriormente, a ênfase deste trabalho se dá sobre o gênero “editorial”, categoria do Jornalismo opinativo. Antes de abordar especificamente tal categoria, pretende-se realizar um breve apanhado histórico acerca da trajetória da opinião no Jornalismo brasileiro, a fim oferecer uma visão mais ampla das mudanças pelas quais passou a cultura jornalística no país.

### **A trajetória da opinião no Jornalismo brasileiro**

Embora produzido na Europa, o *Correio Braziliense*, criado em 1808, é reconhecido como o periódico que dá início à história da imprensa nacional. Quando a Corte Portuguesa deixou o País, outros periódicos, como a *Gazeta do Rio de Janeiro*, passaram a ser editados no Brasil (LUSTOSA, 2003).

Com a Proclamação da República, os grupos jornalísticos se consolidam (MARTINS, 2008). A República Velha (1889-1930) conhece, assim, algumas modificações no padrão de atividades da imprensa brasileira. Embora os avanços tec-

<sup>2</sup> Todas as traduções de citações em língua estrangeira são de responsabilidade dos autores.

nológicos tenham contribuído para que mais publicações entrassem em circulação, a época também foi marcada por uma relação conturbada com o governo. A censura e o aliciamento da imprensa se tornaram recursos utilizados com maior frequência (ELEUTÉRIO, 2008).

As articulações políticas a envolverem as empresas jornalísticas brasileiras se mantiveram nas primeiras décadas do século XX. O apoio a Getúlio Vargas em 1930 é prova dessa associação:

Ao se instalar no Palácio do Catete, o líder do movimento que depôs Washington Luiz contava com os aplausos dos vários jornais de Assis Chateaubriand, do Correio da Manhã, *O Globo*, *Jornal do Comercio*, *Diário Carioca*, *Diário de Notícias*, *O Estado de S. Paulo*, *A Platéia* e *Diário Nacional*, para mencionar alguns dos títulos mais importantes do país (LUCA, 2008, p. 166, grifo da autora).

No entanto, o clima amistoso não durou muito. Em 1932, muitos periódicos apoiaram a campanha em prol da redemocratização do Brasil e acabaram tendo suas sedes depredadas, a exemplo do jornal *Diário Carioca* (LIRA NETO, 2013; LUCA, 2008).

Com a convocação da Assembleia Constituinte, no entanto, os ânimos arrefeceram, ainda que provisoriamente. O Estado Novo, período que se estendeu de 1937 a 1945, instaurou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que passou a ser o órgão responsável por subordinar os meios de comunicação de massa ao Governo (LUCA, 2008).

Nos anos seguintes à deposição de Vargas, a imprensa se encontraria polarizada entre os jornais *Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda, e *Última Hora*, de Samuel Wainer. Aliás, Wainer foi um dos principais responsáveis por trazer Getúlio de volta à cena política nacional, o que permitiu ao ex-presidente lançar nova candidatura para concorrer às eleições de 1950. Lacerda, por sua vez, usava a *Tribuna da Imprensa* para se opor ao ex-Presidente (LAURENZA, 2008). Os dois periódicos perdem força com a instauração da ditadura militar.

Em 1964, a maioria dos grandes jornais brasileiros apoiou o golpe, embora alguns tenham mudado de posição com o recrudescimento do regime (LAURENZA, 2008; SODRÉ, 1999). Um dos periódicos envolvidos na derrubada do governo de João Goulart foi *O Estado de S. Paulo*, ainda que, anos depois, tenha passado à oposição (*O Estado de S. Paulo*, 2013).

Movimento semelhante fez a *Folha de S. Paulo*, que também se mostrou favorável à deposição de Jango e manteve-se próxima à ditadura até meados dos anos 80, quando aderiu à campanha das “Diretas Já!” (DIAS, 2012). O grupo *Diários Associados*, comandado por Assis Chateaubriand, aprovou a deposição de João Goulart (LAURENZA, 2008), assim como o Jornal O Globo, que, recentemente, publicou um editorial no qual assume que errou ao apoiar a ditadura<sup>3</sup>.

As grandes publicações brasileiras adotaram posições discordantes em relação às “Diretas Já!”, um dos acontecimentos de destaque no país durante a década de 1980. A *Folha de S. Paulo* foi uma das poucas empresas a endossar o movimento desde o começo. Até o comício na Praça da Sé de São Paulo, que levou a campanha às ruas, as “Diretas Já!” eram acompanhadas com desconfiança por parte do *Estadão* e das revistas *Istoé* e *Veja* (PILAGALLO, 2012).

Na primeira eleição após o período de redemocratização, o *Estadão* publicou editorial em apoio à candidatura de Fernando Collor. O mesmo jornal, assim como a *Folha*, publicaria, em 1992, editoriais pedindo a renúncia do então presidente (PILAGALLO, 2012). No decorrer da década de 1990 e nos anos 2000, o *Estadão* continuou explicitando quem era o candidato que apoiava à Presidência, prática que não foi acompanhada por outros *quality papers* brasileiros. A *Folha*, em algumas ocasiões, endossou candidaturas, como a de Marta Suplicy à Prefeitura de São Paulo, em 2000, embora fizesse questão de reafirmar que tem compro-

<sup>3</sup> Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em 28 nov. 2013

misso com o leitor, não com grupos políticos<sup>4</sup>.

É importante ter em mente que, quando subscrevem determinado movimento ou candidatura, os jornais assumem que suas posições políticas não são aleatórias ou desinteressadas. “Endossos são atos políticos conscientes. Como tais, revelam a orientação política da imprensa” (ANSOLABEHERE *et al.*, 2006, p. 394).

Dentre os vários gêneros opinativos existentes, no próximo tópico aprofunda-se o estudo do editorial.

### **Editorial: quando o jornal toma partido**

É no texto editorial que o jornal – de forma explícita – sai de uma condição de imparcialidade (reivindicada na seção de notícias) e assume ter posições acerca dos mais diversos temas de concernência pública. Em outras palavras, é por meio do editorial que:

(...) o grupo proprietário e administrador do periódico manifesta sua opinião sobre os fatos que se desenrolam em todos os setores de importância e interesse para a comunidade e ligados à existência e desenvolvimento da empresa, intentando, desse modo, orientar o pensamento social para a ação na defesa do bem comum. O editorial é a voz do jornal, sua tribuna (BELTRÃO, 1980, p. 51-52).

Assim, o teor dos editoriais está intrinsecamente ligado aos princípios defendidos pelo periódico, que são “as linhas mestras que marcam ideologicamente os conteúdos jornalísticos e fundamentam a atividade empresarial de uma publicação” (ARMAÑANZAS; NOCÍ, 1996, p. 171). Beltrão (1980) afirma que a política editorial não é arbitrária: na verdade, ela obedece a princípios éticos e a normas práticas, não sendo apenas definidas por questões comerciais.

Armañanzas e Nocí (1996, p. 102), por sua vez, veem o editorial como

<sup>4</sup> Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz1510200001.htm>>. Acesso em 1 jun. 2016

um conselheiro dos leitores, que buscariam opiniões atualizadas sobre temas diversos. “(...) o periódico está comprometido a dizer o que pensa e o leitor espera uma orientação”. O editorial, assim, aprofunda questões tratadas nas notícias, ou pode até ir além delas (BELTRÃO, 1980), pautando a própria cobertura. “Com o posicionamento acerca da atualidade, o jornal vai construir, a cada dia, uma visão de mundo. É importante tratar o editorial ainda como um espaço de formação da opinião pública, porque atua na tematização do debate” (MORAES, 2007, p. 3). José Marques de Melo (1985, p. 80) complementa tal raciocínio:

A leitura de editoriais dos jornais diários, por exemplo, inspira-nos a compreensão de que as instituições jornalísticas procuram dizer aos dirigentes do aparelho burocrático do Estado como gostariam de orientar os assuntos públicos. E não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito. Significa muito mais um trabalho de “coação” ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam.

Assim, os editoriais, pela característica de serem porta-vozes da opinião da empresa, têm um peso diferenciado na publicação. Não é à toa que ocupam um espaço privilegiado na diagramação dos jornais – e, eventualmente, nos telejornais – e são escritos, normalmente, por profissionais experientes, que devem “estar perfeitamente ao par do pensamento e objetivo do grupo empresarial” (BELTRÃO, 1980, p. 59).

O editorial, além de oferecer opinião, é um agente da voz e do conteúdo do jornal. Mais que produzir opiniões, ele representa o conteúdo total do periódico; ele coloca em domínio público assuntos, eventos e ideias para consumo e discussão em um fórum democrático (HALLOCK, 2007, p. 162).

Por se tratar de um gênero institucional, o editorial não é assinado (BELTRÃO, 1980). De acordo com Moraes (2007), tal característica dá um tom de autoridade às opiniões manifestadas. A estrutura argumentativa do editorial busca



o convencimento de que o tema apresentado é relevante e importante de ser discutido. Ou seja, os editoriais podem ser, também, um chamado à ação. “De maneira progressiva, vão-se publicando escalonadamente uma série de editoriais sobre um mesmo tema, até chegar a pedir uma ação concreta. São muito frequentes em períodos eleitorais” (ARMAÑANZAS; NOCÍ, 1996, p. 95).

Os editoriais procuram conferir, portanto, um tom de verdade aos próprios temas e às posições adotadas: “(...) o que se busca é que ele [o leitor] aceite a orientação argumentativa apresentada e, conseqüentemente, alinhe-se à posição enunciativa defendida pelo jornal” (ALVES FILHO, 2006, p. 87).

Mesmo diante das referências apresentadas até o momento neste trabalho, considera-se haver uma literatura ainda escassa especificamente sobre os editoriais. Provavelmente, a carência de discussões e estudos mais aprofundados acerca de tal gênero jornalístico em âmbito nacional se deve ao seguinte fato: no Brasil, não é comum os periódicos tomarem partido de forma explícita (MORAES, 2007). Ou seja, além do baixo número de leitores de jornais<sup>5</sup>, no cenário brasileiro, os periódicos não costumam tomar partido ao defender uma candidatura específica, por exemplo, à Presidência.

A apresentação das preferências poderia ser útil para o leitor se orientar não só ao que concerne às questões debatidas pelos editoriais, mas, também, em relação ao próprio jornal, uma vez que seria possível saber melhor quais os interesses intrínsecos do produto ofertado à audiência. No caso brasileiro, o *Estadão* é exceção ao tradicionalmente expor suas posições. Em outros países, como na Espanha, “o periódico que renuncia a mostrar abertamente sua linha editorial constitui uma exceção” (ARMAÑANZAS; NOCÍ, 1996, p. 87).

Há de se destacar, então, a influência de fatores que caracterizam a cultura

<sup>5</sup> A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 aponta que 76% dos entrevistados afirmaram não ler jornal. 7% deles declararam fazê-lo diariamente. Disponível em <<http://bit.ly/1FAvjZC>>. Acesso em 1 ago. 2016.

jornalística de diferentes países. Em trabalho que aborda o modo através do qual os conceitos de corrupção e clientelismo são examinados pela literatura em Comunicação e Política, Albuquerque e Pinto (2013) identificam diferenças entre as culturas jornalísticas de acordo com o lugar, exemplificando tal fenômeno a partir das distintas relações entre jornalistas e fontes.

Ainda em um mesmo país, a cultura jornalística pode ser diferente de acordo com a região. A importância e o formato dado ao editorial nos jornais pode ser exemplo disso. Alves Filho (2006) identifica o caso do jornal *Diário do Povo*, em Teresina, no qual alguns editoriais apresentavam a estrutura de notícias. No caso da realidade espanhola, Castilla e Gross (2009) encontraram uma variação em relação à página ocupada pelo texto enquadrado em tal gênero. Hallock (2007) identifica, por sua vez, diferenças e semelhanças em relação à temática dos assuntos discutidos pelos editoriais em diversos jornais dos Estados Unidos, de acordo com a competição mercadológica à qual estavam submetidos e com a região do país à qual pertenciam.

As diferenças de posicionamento ou de abordagem não diminuem, porém, o peso político dos editoriais, que permanecem sendo “a opinião mais autorizada que o periódico oferece sobre a interpretação da notícia” (ESPINOSA, 2002, p. 232). Ao serem o elemento de identificação ideológica de uma empresa de comunicação (ESPINOSA, 2002), eles estão ligados diretamente à função política que esta tem na sociedade. No próximo tópico, o capítulo analisa o papel político dos editoriais.

## **O papel político dos editoriais jornalísticos**

No tópico anterior, discutiu-se uma das principais funções políticas dos editoriais: orientar e convocar o leitor à ação. Porém, deve-se ressaltar que mesmo este “chamamento” realizado pelos jornais tem um limite. Por exemplo, os editoriais não costumam problematizar as estruturas mais fundamentais do sistema político. Coutinho e Miguel (2007), em estudo sobre a Crise do Mensalão nos edi-

toriais de periódicos brasileiros, sugerem que, por mais que a cobertura midiática possa ter contribuído para inflar o escândalo – colocando-o em pauta diariamente e apresentando os “culpados” –, não há um maior questionamento acerca das bases do sistema da política democrática.

Desta forma, pode-se dizer que o editorial acaba trabalhando com uma concepção naturalizada do que é política e de como as ações políticas se desenrolam. Diagnosticar a concepção naturalizada de política exposta pelo Jornalismo, contudo, não exime a instituição de uma ação partidária. Tal fenômeno é verificável quando as empresas manifestam “ativamente – e não apenas em posições conjunturais ou disputas eleitorais – uma posição política situada. O Jornalismo é a expressão de uma parte nas disputas mesmo quando não existe alinhamento político-partidário estável ou que funcione como motor para as ‘mensagens’” (BIROLI, 2012, p. 5). Isso significa que o Jornalismo reforça os limites da política na medida em que os consagra e os naturaliza.

Por outro lado, pode-se questionar o quanto a ideia de política (em sentido amplo) adotada pelo Jornalismo – e, conseqüentemente, pelos editoriais – está influenciada pela concepção que os cidadãos têm do termo. Ansolabehere *et al.* (2006, p. 396), por exemplo, afirmam que, ao longo dos últimos 60 anos, a ênfase da cobertura dos jornais americanos deixou de ser o partido e passou a ser o candidato.

Com o passar do tempo, no entanto, os endossos ficaram mais focados em candidatos individuais. Os jornais detalhavam as razões para apoiar cada candidato. [...] Essa tendência sugere que os editorialistas deslocaram o foco no partido para o foco em características pessoais do candidato, inclusive o fato de já terem algum cargo.

Tal fenômeno pode estar ligado às próprias mudanças na política verificadas durante o Século XX, com os partidos perdendo força e as campanhas tornando-se mais personalizadas (ADAM; MAIER, 2010), além do aumento da oferta de informação. O Jornalismo, por mais que influencie o modo de se fazer política, não

define sozinho o que é entendido como tal, e tem de se adequar às expectativas da audiência.

Os editoriais jornalísticos também procuram cumprir o papel de fiscalizar os agentes políticos e se posicionam como um representante do leitor. O fato de apresentarem discordâncias e críticas ao governo também pode ser creditado à busca por cumprir tal função, além da tentativa de influenciar as políticas públicas (IZADI; SAGHAYE-BIRIA, 2007).

Uma perspectiva ainda pouco explorada na literatura brasileira aproxima o campo do Jornalismo e suas instituições aos partidos políticos e às associações de grupos de interesses, ou seja, à sociedade civil (COOK, 2011). Percebe-se, no caso, uma crítica ao fato de que as empresas jornalísticas dependem do Estado em alguns sentidos, ainda que disponham de um capital fundamental (a visibilidade) ao qual outras instâncias da sociedade não têm acesso com facilidade. A afirmação do autor reforça a tensão na atuação das empresas de comunicação, que são instituições privadas investidas de legitimidade para atuar em nome do público.

A importância do texto editorial se mostra, ainda, na definição da agenda do próprio jornal – não só quando este sugere o que será objeto de discussão, mas ao enquadrar os parâmetros de abordagem das questões de interesse coletivo. “Escritores de editoriais têm desenhado o apelo de suas páginas em direção a propósitos que incluem ter voz em estabelecer agendas sociais e em um debate político robusto, num vívido e democrático mercado de ideias” (HALLOCK, 2007, p. 22).

O enquadramento dado a determinadas questões pode influenciar os limites do debate, além de aumentar a responsabilidade do governo perante a audiência (COOK, 2005), situação na qual o jornal pode pressionar os agentes representativos para alcançar os objetivos delineados.

Hallock (2007, p. 138) entrevistou editores de jornais dos EUA a fim de descobrir, dentre outras coisas, a importância que os jornalistas conferem ao texto editorial. A resposta de um deles indica que os profissionais têm noção da in-

fluência da qual dispõem perante a audiência e aos agentes políticos. Mais que isso: consideram importante utilizar-se dela. “Eu acredito profundamente que os editoriais são um elemento central do mercado de ideias. Comentários fundamentados escritos por pessoas informadas podem – e devem – ajudar a estabelecer os parâmetros do debate”.

Em pesquisa sobre editoriais de jornais dos EUA na época da invasão ao Afeganistão, em 2001, Billeaudeau *et al.* (2003) ressaltaram a importância de os políticos conseguirem o apoio dos jornais em editoriais, pois estes funcionam como *gatekeepers* e como definidores dos assuntos que estarão na agenda dos *media*. No caso, os pesquisadores encontraram forte reverberação do discurso do governo nos editoriais, ainda que isso possa ter acontecido por ser um contexto singular.

Também em pesquisa sobre editoriais de jornais americanos quando da ação militar no Afeganistão, Ryan (2004, p. 380) identifica um endosso às posições do governo e uma crítica à atuação das empresas de comunicação. “Escritores de editoriais não só falharam em desafiar as visões oficiais, também as endossaram e legitimaram”.

Em relação à cobertura e aos personagens envolvidos, é verdade que há atores fiscalizados com mais afinco ou enquadrados de forma predominantemente negativa, mas não se pode descartar o fato de determinadas regras de funcionamento do Jornalismo também serem responsáveis por limitar a pluralidade dos enquadramentos presentes nos produtos (COOK, 2005).

A legitimidade da qual dispõe o campo do Jornalismo se evidencia não apenas quando se confere autoridade a determinadas fontes, mas também durante o processo de seleção do que será alvo de cobertura e a partir de quais parâmetros. Os temas abordados pelos editoriais indicam o que a publicação acredita ser o assunto de maior relevância naquele dia – e um estudo dos temas discutidos pode esclarecer quais questões o jornal acredita serem as de maior destaque.

“A função do editorial como intérprete autorizado da atualidade se exerce não só no enfoque concedido ao tema, mas também na própria seleção do mesmo como elemento destacado da atualidade” (OROSA *et al.*, 2013, p. 487). Os autores citados argumentam que as empresas de comunicação tendem a priorizar a abordagem de assuntos nos quais possam ter sua opinião levada em conta, como questões de política interna. Ao comportar-se assim, o periódico passa a exercer função de agente político, tentando usar do poder do qual dispõe para preservar seus interesses.

Ao mesmo tempo, pelo fato de a rotina jornalística estar sujeita a certos critérios que interferem na configuração do produto, nem sempre a empresa pode escolher os assuntos que vai destacar de acordo com a conveniência deles ao jornal.

Em determinados dias, no entanto, acontecimentos tais como um discurso do Rei, um atentado etc., exigirão do meio resposta à situação através de um editorial. Esta é uma condição cujo cumprimento é obrigatório, pois aquelas publicações que, sistematicamente, tratam de evitar sua responsabilidade social, dedicando seus editoriais a temas relativamente sem importância ou de escassa controvérsia social, para assim evitarem problemas com algum setor, acabaram sendo atacados e menosprezados por essa atitude (ESPINOSA, 2002, p. 233-234).

Sendo assim, a empresa tem de lidar com uma situação ambígua: se pode utilizar o respaldo do qual dispõe perante a audiência para oferecer um ponto de vista e pressionar os agentes políticos em direção às posições que julga mais adequadas, também precisa lidar com as cobranças inerentes à prática do Jornalismo, sob pena de comprometer a credibilidade, caso as desconsidere.

Ainda que o texto opinativo não esteja necessariamente sujeito à busca pela imparcialidade e objetividade, a concepção acerca do que deve ter destaque na cobertura costuma ser compartilhada pelos agentes do campo do Jornalismo. Enquanto pode usar de seu capital social para pressionar os agentes políticos, a empresa tem de lidar com a necessidade de oferecer à audiência um produto que

atenda a determinadas expectativas, exprimindo uma tensão entre os interesses privados e coletivos presentes na configuração do produto jornalístico.

A partir da leitura, reflexão e crítica de um conjunto relevante de referências dedicadas a investigar o Jornalismo brasileiro, defende-se que a concepção que as empresas têm acerca dos editoriais caracteriza o próprio modo através do qual elas acreditam exercer sua função social. Mais que isso, o próprio texto é uma forma de a empresa colocar em prática a função que acredita cumprir, ao usar do poder de pressão do qual dispõe junto aos atores políticos e, ao mesmo tempo, oferecer à audiência um quadro interpretativo para compreender a realidade.

## **Conclusão**

Explorou-se, neste trabalho, a importância política do editorial, tanto em relação à posição que a empresa de comunicação se coloca perante a audiência, quanto para os agentes políticos. Ademais, puderam ser discutidas questões mais abrangentes sobre Jornalismo e Política e do editorial como gênero, abrindo espaço para a abordagem de um objeto que não é fartamente pesquisado no Brasil.

Sabe-se que é através do editorial que o periódico realiza sua própria política, ao comentar e emitir juízos sobre as práticas da democracia e acerca de outros temas. É comum que os periódicos se coloquem, por meio dos editoriais, como portadores do discurso da verdade, defendendo suas posições, citando autoridades científicas e discutindo políticas públicas a partir de indicadores aceitos como confiáveis (PINTO, 2006). Albuquerque (2000) aponta, inclusive, que, no caso do brasileiro, as publicações procuram ocupar o espaço de “Poder Moderador”.

A concepção de que os editoriais atuariam como conselheiros ou guias dos leitores dialoga com a legitimidade da qual as empresas jornalísticas se investem para arbitrar questões de cunho coletivo. Em suma, argumenta-se que o papel político dos editoriais estaria ligado à função que os próprios jornais acreditam

cumprir na realidade brasileira.

O editorial também demonstra a existência de uma tensão permanente nos periódicos: quando a empresa admite ter suas opiniões – e, conseqüentemente, não ser um mediador desinteressado –, a isenção de sua cobertura se torna passível de questionamento. Uma vez que a empresa jornalística não é um agente “neutro”, deve-se levar em conta que, da mesma forma que ela pode se alinhar e defender as medidas governamentais que julga adequadas, ela também pode cobrar providências por parte do poder público.

Em um negócio que lida com o interesse coletivo, afirmando representá-lo, tal posição é delicada, pois coloca em risco a credibilidade do periódico, uma vez que ele passe – ou aparente passar – a defender interesses privados, o que pode ferir o contrato com o leitor. Ao funcionar de acordo com uma lógica própria, a seleção dos enquadramentos é feita de acordo com os critérios de noticiabilidade e a necessidade de acumular atenção da audiência sem elevar os custos para isso, ao invés de levar em conta as necessidades dos atores políticos ou o tipo de mensagens das quais as pessoas precisam, enquanto cidadãos (STRÖMBÄCK; VAN AELST, 2013).

Os editoriais podem dizer muito sobre a cobertura informativa da empresa de comunicação, que chega a um público mais amplo. Quais são as influências da opinião da instituição sobre a cobertura noticiosa é algo a ser investigado com maior profundidade. No entanto, os editoriais passam por um dilema ainda maior, pois não podem se utilizar de estratégias como a objetividade para justificar os enquadramentos apresentados, obrigando o jornal a trazer para si a responsabilidade das caracterizações e das opiniões em foco, ao invés de atribuí-las a uma suposta reflexão da realidade.



## Referências bibliográficas

- ABRAMO, C. *Regra do Jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- ADAM S.; MAIER M. Personalization of politics: A critical review and agenda for research. In: Salmon, C. (ed.) *Communication Yearbook 34*. London: Routledge, 2010. p. 213–257.
- ALBUQUERQUE, A. Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. *Contracampo*, Rio de Janeiro, v. 4, p. 23-57, 2000.
- ALBUQUERQUE, A.; PINTO, P. *O inferno são os outros: Mídia, Clientelismo e Corrupção*. Disponível em <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_2009.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2009.pdf)>. Acesso em 16 dez. 2013.
- ALVES FILHO, F. *A autoria institucional nos editoriais de jornais*. Alfa, São Paulo, v. 50, n° 1, p. 77-89, 2006.
- ANSOLABEHERE, S. *et al.* The Orientation of Newspaper Endorsements in U.S. Elections, 1940–2002, *Quarterly Journal of Political Science*, n° 1, p. 393-404, 2006.
- ARMAÑANZAS, E.; NOCÍ, J. D. *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Universidad del País Vasco, 1996.
- AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, Campinas, v. 12, n° 1, p. 88-113, 2006.
- BAILEY, O; MARQUES, F. P. J. A. Brazilian News Blogs and Mainstream News Organizations: tensions, symbiosis, or independency?. In: SIAPER, E; VEGLIS, A (Org.). *The Handbook of Global Online Journalism*. West Sussex: Willey-Blackwell, v. 1, 2010. p. 395-411.
- BARROS FILHO, C. *Ética na Comunicação: de informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 1995.
- BELTRÃO, L. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980. 118 p.
- BENETTI, M. A ironia como estratégia discursiva da revista Veja. *Líbero*, São Paulo, v. 20, p. 14-26, 2007.
- BILLEAUDEAUX, A. *et al.* Newspaper editorials follow lead of Bush administration. *Newspaper Research Journal*, EUA, v. 24, n° 1, p. 166-184, 2003.
- BIROLI, F. *O jornalismo como gestor de consensos: limites do conflito na política e na mídia*. Disponível em <<http://bit.ly/1fEdT1L>>. Acesso em 7 jun. 2012.
- BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. A produção da imparcialidade: A construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 25, n° 73, p. 59-76, 2010.
- BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. Orgulho e preconceito: a “objetividade” como mediadora entre o jornalismo e seu público. *Opinião Pública*, Campinas, v. 18, n° 1, p. 22-43, 2012.

- BOURDIEU, P. O campo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, nº5, p. 193-216, 2011.
- BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CASTILLA, E. B.; GROSS, T. L. Identidad editorial en la prensa nacional española: interrelación con la agenda mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna (Espanha), v. 12, nº 64, p. 602-611, 2009.
- CHAPARRO, M. C. *Jornalismo não se divide em opinião e informação*. Disponível em <<http://tinyurl.com/ak362mk>>. Acesso em 6 maio 2012.
- CONTI, M. S. *Notícias do Planalto – a imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- COOK, T. *Governing with the news*. Chicago: The University of Chicago Press, 2005.
- COOK, T. O jornalismo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 6, p. 203-247, 2011.
- COUTINHO, A.; MIGUEL, L. F. A crise e suas fronteiras: oito meses de mensalão nos editoriais dos jornais. *Opinião Pública*, Campinas, v. 13, p. 97-123, 2007.
- DIAS, A. B. *O presente da memória: Usos do passado e as (re) construções de identidade da Folha de S. Paulo, entre o 'golpe de 1964' e a 'ditabranda'*. 2012. 204f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- ELEUTÉRIO, M. L. Imprensa a serviço do progresso. In: LUCA, T. R.; MARTINS, A. L. (Org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 83-102.
- ESPINOSA, P. M. *Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del Diario El País*. Ámbitos, Sevilla (Espanha), nº 9-10, p. 225-238, 2002.
- Estadão.com.br. Conheça o jornal*. Disponível em <<http://bit.ly/1hkfYuZ>>. Acesso em 27 mar. 2013.
- FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização”. *Revista Matrizes*. São Paulo, ano 1, nº 1, 2007, p. 89-105.
- FISHMAN, M. *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press. 1980.
- IZADI, F.; SAGHAYE-BIRIA, H. A Discourse Analysis of Elite American Newspaper Editorials: The Case of Iran’s Nuclear Program. *Journal of Communication Inquiry*, v. 31, nº 2, p. 140-165, 2007.
- GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004. 451 p.
- HALLOCK, S. M. *Editorial and Opinion*. Praeger, Westport, 2007.

- KAPLAN, R. The origins of objectivity in American Journalism. In: ALLAN, S. (Org.). *The Routledge Companion to News and Journalism*. New York: Routledge. 2012. p. 25-37.
- KARAM, F. J. *Jornalismo, Ética e Liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2004. 302 p.
- LAURENZA, A. M. A. Batalhas em letra de forma: Chatô, Wainer e Lacerda. In: LUCA, T. R.; MARTINS, A. L. (Org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 179-205.
- LIRA NETO, T. *Getúlio – 1930-1945: Do governo provisório à ditadura do Estado Novo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013, 632 p.
- LONGHI, R. Opinião e diagramação. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia* Vol. III No 1. 2006. pp. 110–119.
- LUCA, T. R.; MARTINS, A. L. (Org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. 304 p.
- LUSTOSA, I. *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, 76 p.
- Manual de redação e estilo. *Instruções gerais*. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/manualredacao/gerais.shtm>>. Acesso em 24 dez. 2012.
- Manual de Redação da *Folha de S. Paulo*. *Verbetes letra “O”*. Disponível em <[http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual\\_texto\\_o.htm](http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_texto_o.htm)>. Acesso em 26 abr. 2014.
- MARQUES, F. P. J. A.; MIOLA, E.; SIEBRA, N. Jornalismo, Assessoria de Imprensa e seus condicionantes organizacionais: Uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo. *Animus* (Santa Maria. Online), v. 13, p. 145-166, 2014.
- MARTINS, A. L. Imprensa em Tempos de Império. In: MARTINS, A.L.; LUCA, T. R.(Org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 45-82.
- MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985. 166 p.
- MIGUEL, L. F. Meios de comunicação de massa e política no Brasil. *Diálogos Latinoamericanos*, Aarhus (Dinamarca), v. 3, p. 43-70, 2002.
- MORAES, C. H. de. *Parcialidade alardeada: notas sobre a importância da opinião no jornalismo*. Disponível em <<http://tinyurl.com/ad48hhe>>. Acesso em 6 maio 2012.
- MOTTA, L. G. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- OROSA *et al.*. Análisis de la adaptación a la red en los editoriales on line de cinco países europeos. *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna (Espanha), nº 68, p. 485-501, 2013.

- PILAGALLO, O. *História da imprensa paulista: Jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma*. São Paulo: Três estrelas, 2012. 367 p.
- PINTO, C. R. J. Elementos para uma análise de discurso político. *Barbarói*, Santa Cruz do Sul, v. 24, p. 87-118, 2006.
- RYAN, M. Framing the war against terrorism: US Newspaper Editorials and Military Action in Afghanistan. *Gazette*, Londres (Inglaterra), v. 66, n° 5, p. 363-382, 2004.
- SCHIFF, F. Framing the President: The dominant ideology – A comprehensive repertoire of news frames. *Contemporânea*, Salvador, v. 9, n°1, 2011.
- SCHUDSON, M. *Why democracies need an unlovable press*. Cambridge: Polity Press, 2008. 147 p.
- SILVA, G. De que campo do jornalismo estamos falando? *Revista Matrizes*, São Paulo, ano 3, n° 1, p. 197-212, 2009.
- SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999, 502 p.
- STRÖMBÄCK, J.; VAN AELST, P. Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, v. 75, n° 4, p. 341-358, 2013.
- TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo, por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005, 224 p.
- TUCHMAN, G. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *The American Journal of Sociology*, v. 77, n° 4, p. 660-679, 1972.

## CAPÍTULO II

# OS EDITORIAIS DE *EL MERCURIO* E *O ESTADO DE S. PAULO* SOBRE BACHELET E ROUSSEFF

*Um comparativo a partir da análise crítica do discurso na eleição a presidente no Chile em 2013 e no Brasil em 2014*

Adriana Monserrat Cedillo Morales Moreira

**E**sta pesquisa visa realizar uma análise comparativa dos editoriais pertencentes aos jornais *El Mercurio* e *O Estado de S. Paulo* durante o período das campanhas eleitorais do Chile em 2013 e do Brasil em 2014. O objetivo geral deste estudo foi identificar os elementos textuais e contextuais, semelhantes e diferentes que compuseram os discursos editoriais de *El Mercurio* e *O Estado de S. Paulo* em torno das candidatas a presidente Michelle Bachelet e Dilma Rousseff, durante as campanhas eleitorais citadas.

Os objetivos específicos foram: caracterizar e descrever os discursos editoriais que citaram as candidatas Bachelet e Rousseff durante as campanhas eleitorais; e analisar as estratégias semânticas e retóricas empregadas no tratamento das candidatas nos textos estudados. Busca-se responder à nossa pergunta da pesquisa: como foram as representações dos editoriais de *El Mercurio* e *O Estado de S. Paulo* em torno a Bachelet e Rousseff durante as campanhas eleitorais de 2013 e 2014?

Este trabalho trata-se de um comparativo, usando como método a Análise Crítica do Discurso (VAN DIJK, 1999), principalmente, a partir dos estudos de sobre opiniões e ideologia de Van Dijk (1996). Buscou-se seguir um caminho metodológico que permitisse descrever dois processos e identificar padrões entre eles.

O interesse de estudar os jornais mencionados está em que ambos pertencem a duas grandes empresas midiáticas, e, portanto, de grande cobertura social. Assim também são os jornais mais antigos, ainda em circulação, do Chile e do Brasil, fundados em 1827 (*El Mercurio*) e 1875 (*O Estado de S. Paulo*); ademais coincide que sua tendência é conservadora (LAGOS, 2008, p.15; LATTANZI, 2013, p. 8). No caso chileno, o jornal *El Mercurio* pertence à maior empresa jornalística do Chile *El Mercurio S.A.P.* e é o jornal líder em circulação no país (*El Mercurio*, 2015). No caso brasileiro, o jornal *O Estado de S. Paulo* foi escolhido por pertencer a uma grande empresa jornalística brasileira, Grupo OESP, também conhecido como Grupo Estado. É também o quarto jornal brasileiro com maior circulação (ANJ, 2014).

As candidatas analisadas apresentam algumas similaridades, as duas foram eleitas a primeira mulher presidente do seu país, pertencem a partidos de ideologia progressista (Partido Socialista do Chile e o Partido dos Trabalhadores), são mulheres brancas, profissionais, e provêm de famílias de classe média (MICHELLEBACHELET.CL, 2015; PLANALTO.GOV.BR, 2015).

Para este estudo utilizaram-se técnicas quali-quantitativas. Na parte quantitativa se caracterizaram os conteúdos de 126 editoriais, 93 do *O Estado de S. Paulo* e 33 de *El Mercurio*, durante os períodos das campanhas eleitorais no Chile (17 de outubro a 16 de dezembro de 2013) e no Brasil (26 de agosto a 24 de outubro de 2014). Na seção qualitativa se analisaram os discursos de 4 editoriais, a partir de um quadro categórico baseado no esquema teórico proposto por Van Dijk (1996) em *Opiniões e ideologias na imprensa*.

## Opiniões e ideologia nos editoriais

Para Van Dijk (1996), numa análise ideológica adquire especial importância o critério de verdade e falsidade. Neste sentido, as opiniões são definidas como crenças valorativas, opostas às crenças objetivas; pois as primeiras pressupõem valorações, enquanto que as segundas, critérios de verdade, objetividade e explicações mais completas.

Na análise discursiva dos artigos de opinião da imprensa, Van Dijk (1996) se baseia na ciência cognitiva, é por isso que as opiniões são vistas como modelos mentais, como padrões que podem estar expressos no texto e na conversação. Van Dijk (1996) criou um resumo de observações analíticas para o estudo editorial que integra basicamente os seguintes aspectos:

a) Polarização: As opiniões estão organizadas de acordo uma pauta ideológica de dois polos: Nós/Eles. Um exemplo é a dualidade Ocidente/Oriente, onde a imprensa ocidental se auto apresenta com valores como a democracia, a racionalidade e a não-violência, enquanto que se fala da inferioridade árabe, associada a conceitos como terrorismo, sequestros, assassinatos de inocentes, etc.

b) Coerência de opinião: É a sequência de ideias conectadas entre si sobre um tema, com uma coerência ideológica.

c) Atribuição: É a ação de atribuir ações negativas a nossos inimigos “como agentes responsáveis, conhecedores de maneira consciente, intencional e cínica de suas ações e das consequências destas, ainda quando tais ações possam ser ao mesmo tempo tituladas de irracionais e inclusive de loucas” (VAN DIJK, 2005, p. 44). Essas três caracterizações são bastante esquemáticas, principalmente a de Polarização, pois marca a ideia global sobre o modelo dicotômico de apresentação e interpretação dos grupos ideológicos.

Outras caracterizações vinculadas às anteriores são:

d) Descrição: É a forma em que se descrevem aos grupos ou instituições

vinculadas a Nós e a Eles.

e) Interesse: As opiniões podem ser positivas ou negativas dependendo da linha ideológica do jornal. Essas construções serão as que definam melhor os interesses do grupo endógeno.

f) O implícito: Esse ponto tem a ver com as implicações que já se abordaram anteriormente. As opiniões podem ser explícitas ou implícitas, diretas e indiretas e é o destinatário quem preenche essa lacuna a partir de um processo interpretativo.

g) Meta-opiniões: São as opiniões sobre outras opiniões. Quando essas falam sobre Nós, as meta-opiniões são positivas; mas quando se fala Deles são negativas.

h) Expressão: Incluem as formas expressivas para se posicionar ideologicamente. Podem ser através de procedimentos estilísticos e retóricos.

i) Omissões: É toda a informação negativa que se omite sobre o grupo endógeno.

j) Argumentos: São os suportes discursivos (valorações) usados nas asserções sobre temas ou grupos. Se apresentam como atos de fala de advertência, de aviso ou de recomendação.

l) O recurso à História: É a forma em que as opiniões invocam ou ocultam seletivamente a história (VAN DIJK, 1996). Trata-se de uma interpretação ideológica dos fatos históricos.

## **Gênero opinativo dos jornais**

O gênero de opinião nos jornais é ideológico porque forma parte de uma instituição midiática com uma linha editorial específica. Para Moreno (2003) os textos opinativos são atos de representação mental com intuito de explicar a “realidade” desde uma perspectiva forma lógico-racional. Nesses textos, existe



algum tipo de persuasão já que o emissor da mensagem é considerado um líder de opinião e, portanto, tem um prestígio. A influência do jornal dá autoridade e “garante”, trata-se da sabedoria do especialista (MORENO, 2003)<sup>1</sup>. Os textos opinativos geralmente são realizados por um especialista, um jornalista, um professor ou alguém com legitimidade ou status para emitir uma opinião de forma mais aprofundada do que faria um cidadão médio.

Por outro lado, Marques De Melo (2003) descreve o editorial como um meio do qual a empresa de comunicação expressa a sua opinião sobre os temas mais candentes do momento. Ele o chama “um espaço de contradições” (MARQUES DE MELO, 2003, p.104). Nos editoriais se expõe a opinião da empresa, se busca articular um consenso que abrange os diferentes interesses que dão sustentação a um veículo de comunicação. “Além dos acionistas majoritários”, observa o autor, “há financiadores que subsidiam a operação das empresas, existem anunciantes que carregam recursos regulares para os cofres da organização através da compra de espaço” (MARQUES DE MELO, 2003, p.104). É preciso lembrar que a relação entre mídia e Estado da qual fala Marques de Melo (2003) está situada durante a ditadura militar brasileira, nos anos 80. Portanto, é importante compreender que esse cenário tem sofrido diversas mudanças, principalmente, desde 2003, quando a esquerda chegou à presidência no Brasil.

A partir do estudo editorial, foi realizada a nossa análise a seguir, orientada a observar os elementos discursivos com que se apresentam as candidatas a presidente nesses textos.

<sup>1</sup> Além disso, os textos de opinião podem ser traduzidos como atos de representação mental que tentam explicar a realidade de uma maneira lógica racional. A persuasão em textos argumentativos baseia-se, como na velha imprensa de opinião, com o prestígio do escritor. Trata-se da prova do argumento de autoridade, garantida pela sabedoria do experto e assinado pela influência do jornal (MORENO, 2003).

## **As eleições analisadas em *El Mercurio* e em *O Estado de S. Paulo***

Nesta parte, iremos realizar um estudo comparativo, com base no método de Análise Crítica do Discurso, a partir dos estudos de Van Dijk (1996) sobre opiniões e ideologia. Para isso, utilizamos técnicas quali-quantitativas dentro da nossa análise. Dado que na parte quantitativa se caracterizaram os conteúdos de 126 editoriais, 93 do *O Estado de S. Paulo* e 33 de *El Mercurio*. Esse número corresponde aos editoriais que citaram os nomes das candidatas Dilma Rousseff e Michelle Bachelet, durante os períodos das campanhas eleitorais no Chile (17 de outubro a 16 de dezembro de 2013) e no Brasil (26 de agosto a 24 de outubro de 2014). Nessa primeira parte do estudo, nossa intenção é debruçarmo-nos primeiramente sobre o fenômeno em um nível macro que nos mostra o conteúdo global dos discursos dos editoriais analisados; por tudo isto a segunda parte será em um nível micro, pois nos permite observar o interior dos textos.

### **Análise Quantitativa**

A categorização dos dados foi feita a partir da leitura dos editoriais e da identificação das cinco variáveis propostas para essa análise (Tema, Abrangência, Valência, Visibilidade do candidato e Fontes citadas), conforme as descrições do Livro de códigos para a análise de cobertura eleitoral (CPOP, 2014). A primeira variável analisada em nosso *corpus* de dados é o Tema, subdividida em doze categorias (ver quadro 1).

**Quadro 1 - Variável tema do editorial**

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
1. Campanha Eleitoral	O texto indica disputa para o cargo de Presidente da República, Governador do Estado, Senador da República e Deputado Federal e Estadual.
2. Político Institucional	Quando noticia temas envolvendo órgãos federais, estaduais ou municipais, ou ainda, sobre os poderes do Executivo, Legislativo, Judiciário e sociedade organizada.
3. Economia	Quando trata de temas que mencionavam o movimento da bolsa de valores e expectativa de produção agrícola, salários, empregos e etc.
4. Político Social	Informações que envolvam o sistema público de saúde, educação e políticas sociais.
5. Infraestrutura e meio ambiente	Textos com predomínio de informações relacionadas a obras de desenvolvimento, crescimento industrial, sistema de transporte, moradias, vias urbanas e temas sobre a preservação do meio ambiente.
6. Violência e segurança	Textos que tratassem do crescimento da violência, índices, casos isolados, mortes, sistema presidiário, investimento em segurança e combate ao crime.
7. Ético-moral	Temas que abordam debates éticos.
8. Política para esporte	Temas esportivos e instituições governamentais do esporte.
9. Cultura/ Variedades	Informações do cotidiano de celebridades ou cultura.
10. Política Estadual/ Nacional	Assuntos políticos regionais ou de abrangência nacional.
11. Política Internacional	Textos que tratam de assuntos entre o país, suas entidades públicas e privadas em relação com outras entidades de outros países ou apenas de outros países.
12. Outros	Temas diversos.

Fonte: CPOP (2014).

Outras variáveis também consideradas em nossa análise foram a Valência do candidato (a): o valor da entrada para cada candidato levando em consideração seu efeito positivo ou negativo para a campanha em questão; Abrangência: área geográfica do tema do editorial pode ser Nacional, Regional ou Internacional; Visibilidade do candidato: se cita ou não o candidato no texto do Editorial; e Fontes citadas: se refere a qualquer citação ou ausência de fonte no texto (baseado em CPOP, 2014).

**Quadro 2 - Outras variáveis consideradas**

VARIÁVEL	CATEGORIAS
Valência	Positiva, negativa ou neutra.
Abrangência	Nacional, regional ou internacional
Visibilidade do candidato	Michelle Bachelet e Dilma Rousseff.
Fontes citadas	Ausência ou presença.

Fonte: CPOP (2014).

Primeiramente realizamos uma revisão de todos os textos editoriais dos jornais *El Mercurio* e *O Estado de S. Paulo* produzidos durante os períodos de campanha eleitoral já citados, os quais totalizaram 366 editoriais (180 textos do diário chileno e 186 do brasileiro<sup>2</sup>). Desses textos foram selecionados 126 para nossa análise apenas aqueles que citavam o nome das candidatas Michelle Bachelet e Dilma Rousseff (93 do Brasil e 33 do Chile).

O jornal *El Mercurio* citou somente em 33 editoriais a Bachelet (18, 33% do total), enquanto *O Estado de S. Paulo* 93 (50% do total) a Dilma. De acordo, com esses dados é possível observamos que o diário chileno ofereceu muito menos visibilidade a candidata da *Nueva Mayoría* do que o diário brasileiro a candidata do PT, pois o segundo a mencionou na metade dos seus conteúdos editoriais.

O número de editoriais que citaram as candidatas compõe o nosso *corpus* de dados submetido à análise<sup>3</sup> das variáveis citadas (ver quadros 1 e 2). A primeira é o Tema predominante de que tratavam. A distribuição das temáticas está na tabela 1, a seguir. De tal forma, podemos observar que os dois jornais tiveram preferência por escrever opiniões em torno à campanha e a economia; a diferença entre eles ocorreu na eleição em temas como a política institucional no caso de *El Mercurio* que na leitura de seus textos cita a reforma política; enquanto em *O Estado de S. Paulo* o

<sup>2</sup> Ambos jornais publicam, aproximadamente, três editoriais por dia.

<sup>3</sup> Como parte da nossa análise, obtivemos as frequências, os percentuais e a associação de algumas variáveis, com a utilização do software de análise estatística SPSS. Os resultados foram apresentados em tabelas.

tema que se diferenciou do jornal chileno foi o Ético-moral, principalmente devido às várias menções sobre o escândalo da operação Lava Jato da Petrobrás.

**Tabela 1 - Tema do editorial**

	<i>O Estado de S. Paulo</i>		<i>El Mercurio</i>	
	Freq.	%	Freq.	%
Campanha eleitoral	<b>35</b>	<b>37,6</b>	<b>16</b>	<b>48,5</b>
Política Institucional	3	3,2	8	24,2
Economia	<b>35</b>	<b>37,6</b>	<b>5</b>	<b>15,2</b>
Política Social	2	2,2	1	3,0
Infraestrutura e meio ambiente	5	5,4	1	3,0
Violência e segurança	3	3,2	1	3,0
Ético-moral	<b>10</b>	<b>10,8</b>	1	3,0
Total	93	100	33	100

Fonte: Autora (2016).

Quanto à variável Abrangência, nos dois casos analisados, é possível observar que os conteúdos nacionais tiveram preponderância. Se levarmos em consideração que os principais conteúdos foram sobre a campanha eleitoral, de acordo com a medição da variável Abrangência, observa-se que esse tema se centrou no âmbito nacional quase na totalidade dos casos. Assim também, os temas nacionais são mais abordados quando se menciona às candidatas. Elas foram colocadas pelo jornal em um contexto principalmente nacional (ver tabela 2). Comparativamente, *O Estado de S. Paulo* apresentou um maior interesse pelos temas internacionais do que *El Mercurio*.

**Tabela 2 - Abrangência por jornal**

	<i>O Estado de S. Paulo</i>		<i>El Mercurio</i>	
	Freq.	%	Freq.	%
Regional	5	5,4	1	3,0
Nacional	<b>80</b>	<b>86</b>	<b>31</b>	<b>93,9</b>
Internacional	8	8,6	1	3,0
Total	93	100	33	100

Fonte: Autora (2016).

Nota-se que a variável valência é uma das mais relevantes em nossa pesquisa, uma vez que nos permite reconhecer a tendência editorial em relação às candidatas, ou seja, o tratamento dos conteúdos sobre a apresentação das concorrentes à presidência. Mais adiante essa variável tem uma correlação com as categorias de nossa análise qualitativa (ver apêndice 1) pois a valência permite identificar como se constroem as valorações sobre as candidatas. Consideramos como dados mais significativos que nos dois casos predominam os valores negativos, porém, para Dilma Rousseff se percebe uma tendência mais preponderante do que para Michelle Bachelet. Outro aspecto muito importante foi que no caso de Dilma não apareceram valências positivas, e no caso de Michelle apenas uma. Já as valências neutras e equilibradas são maiores para Bachelet do que para Rousseff, como mostra a tabela 3, a seguir.

**Tabela 3 - Valência Dilma / Michelle**

	<b>Dilma</b>		<b>Michelle</b>	
	Freq.	%	Freq.	%
Positiva	0	0,0	1	3,0
Negativa	<b>82</b>	<b>88,2</b>	<b>22</b>	<b>66,7</b>
Neutra	10	10,8	8	24,2
Equilibrada	1	1,1	2	6,1
Total	93	100	33	100

Fonte: Autora (2016).

Outra variável analisada em nossa pesquisa foi a fonte dos editoriais, com o objetivo de reconhecer se os jornais citaram a sustentação argumentativa de suas opiniões. Para isso, consideramos duas possibilidades: cita fonte ou não cita fonte. No jornal brasileiro a maioria dos editoriais citaram (89,2%) fonte e somente 10,8% não; já no diário chileno os dados foram mais equilibrados, pois 51% cita fonte e 48,5% não, isso significa que a metade dos textos opinativos não apresentam origem em seus argumentos, pelos menos com referências explícitas (ver tabela 4).

**Tabela 4 - Fonte por jornal**

	<i>O Estado de S. Paulo</i>		<i>El Mercurio</i>	
	Freq.	%	Freq.	%
Não cita fonte	10	10,8	16	48,5
Cita Fonte	<b>83</b>	<b>89,2</b>	<b>17</b>	<b>51,5</b>
Total	93	100	33	100

Fonte: Autora (2016).

Por outro lado, realizamos uma tabela cruzada com duas variáveis: Posição e Valência. Isso nos permitiu analisar como foi a visibilidade das candidatas, pois os editoriais ocupavam posições diferentes em cada página do jornal impresso (principal, secundário ou terciário). Sabe-se que o principal tem mais visibilidade, seguido do secundário e terciário respectivamente; portanto, a ideia era observar quais eram as tendências que todos esses apresentavam.

Sendo assim, a posição apareceu nos casos analisados da seguinte forma: no jornal *O Estado de S. Paulo* a posição principal concentrou a maioria das valências negativas de Dilma seguida da posição terciária; as neutras foram agrupadas principalmente na posição principal. Em *El Mercurio* as principais valências são negativas e se concentram nas posições primária e secundária; as neutras na posição secundária (ver tabelas 5 e 6).

**Tabela 5 - Posição por Valência / Dilma**

			Valência Dilma			Total
			Negativa	Neutra	Equilibrada	
Posição	Principal	Freq.	<b>47</b>	4	1	52
		%	<b>50,5</b>	4,3	1,1	55,9
	Secundário	Freq.	13	3	0	16
		%	1,4	3,2	0,0	17,2
	Terciário	Freq.	<b>22</b>	3	0	25
		%	<b>23,7</b>	3,2	0,0	26,9
Total		Freq.	82	10	1	93
		%	88,2	10,8	1,1	100

Fonte: Autora (2016).

Acreditamos que a variável Posição é muito importante e relevante para nossa pesquisa, pois nos permite visualizar uma estratégia estrutural para a apresentação dos discursos. Diante disto, observamos como em ambos os casos os editoriais com valências negativas sobre Rousseff e Bachelet foram apresentados nos principais espaços, o que lhes deu uma maior visibilidade.

**Tabela 6 -Posição por Valência / Michelle**

			Valência Michelle				Total
			Positiva	Negativa	Neutra	Equilibrada	
Posição	Principal	Freq.	0	<b>11</b>	1	2	14
		%	0,0	<b>33,3</b>	3,0	6,1	42,4
	Secundário	Freq.	0	7	4	0	11
		%	0,0	21,2	12,1	0,0	33,3
	Terciário	Freq.	1	<b>4</b>	3	0	8
		%	3,0	<b>12,1</b>	9,1	0,0	24,2
Total		Freq.	1	22	8	2	33
		%	3,0	66,7	24,2	6,1	100,0

Fonte: Autora (2016).

De acordo com os itens apresentados, podemos concluir que os jornais apresentaram um padrão similar, por exemplo, ambos os jornais abordaram preferencialmente o tema Campanha Eleitoral quando mencionaram as candidatas. Nota-se que isso pode parecer óbvio por se tratar de uma conjuntura eleitoral, porém, é importante salientarmos que Dilma Rousseff disputava uma reeleição, pelo qual os discursos poderiam ter sido direcionados a seu governo e não ao seu caráter como candidata, mas não foi que ocorreu.

### **Análise Qualitativa**

Com base em nossa análise prévia, iremos constituir a próxima seção de nosso estudo. Assim, os editoriais analisados a seguir estão inseridos em um con-



texto no qual o universo total do *O Estado de S. Paulo* e de *El Mercurio* apresentaram negativamente às candidatas, ou seja, favoreceram sua visibilidade negativa.

Sendo assim, o que acontece no interior desses textos editoriais, e suas particularidades, é o propósito desta seção. Para esta análise utilizamos uma amostra intencional (RUIZ, 2012). O tamanho do *corpus* (quatro editoriais) corresponde a um ponto de saturação, onde o número de casos analisados se considerou suficiente para atingir a maioria das categorias propostas neste estudo.

Dessa forma, analisamos os editoriais a partir de um quadro categórico com base no esquema proposto por Van Dijk (1996) em *Opiniões e ideologias na imprensa* (ver apêndice 1). Os textos foram submetidos a uma análise sob o aspecto das categorias analíticas para identificar elementos semânticos (substantivos, adjetivos, uso de metáfora, ironia e outros recursos retóricos) em busca de elementos favoráveis, desfavoráveis, ou qualquer outra característica sobre a caracterização das candidatas.

A seguir, apresentaremos a análise dos quatro editoriais<sup>4</sup>. Para isso, foram analisadas as estratégias valorativas e ideológicas, com foco nos aspectos léxico-semânticos, a fim de identificar as categorias mencionadas na apresentação das candidatas. Dessa forma, apresentaremos a nossa análise com os parágrafos mais representativos a partir das nossas categorias analíticas. Salientamos que os trechos analisados correspondem às ideias principais de cada parágrafo.

## **Editoriais de *O Estado de S. Paulo***

*25 de setembro de 2014 – O mundo encantado de Dilma*

O título inclui *atribuições* negativas para a candidata ao empregar a me-

<sup>4</sup> Para efeitos desta pesquisa, os editoriais de *El Mercurio* foram traduzidos o mais fielmente possível à língua portuguesa.

táfora “mundo encantando” e implica uma ironia. “Encantado” significa “o que foi objeto de encantamento ou sortilégio”. Já, o ‘encantamento’ “é a palavra, frase ou qualquer outro recurso a que se atribui o poder mágico de enfeitiçar; encanto, embruxamento” (HOUAISS, 2009). Podemos ver que essa descrição sugere alguma deficiência racional ou objetiva na interpretação do mundo da candidata Dilma.

[Parágrafo 1] Um turista francês de 55 anos, chamado Herbe Goudel, foi decapitado na Argélia por um grupo extremista que disse estar sobre as ordens do Estado Islâmico (EI), a organização terrorista que controla atualmente parte da Síria e do Iraque e lá estabeleceu o que chama “califado”. Um vídeo que mostra a decapitação de Goudel foi divulgado ontem, para servir como peça de propaganda do EI – cujos militantes já decapitara, em frente às câmeras dois jornalistas americanos e um agente humanitário britânico e estarreceram o mundo ao fazer circular as imagens de sua desumanidade. Pois é com essa gente que a presidente Dilma disse que é preciso “dialogar”.

Um aspecto bastante relevante do texto é a presença da oposição Oriente-Occidente nas *descrições*, muito comum na imprensa americana (VAN DIJK, 1996). Pode-se observar proposições pressupostas no uso de elementos léxicos como “grupo extremista” ou “organização terrorista” quando se fala do EI. No texto original este tipo de fraseologia não é escrito entre aspas e é *atribuída* somente aos grupos islâmicos. Depois de realizar as descrições negativas em torno ao “grupo extremista”, se relaciona à presidenta Dilma com esse ao mencionar que ela considerou necessário “dialogar” com ele. Ao ser considerado o EI um grupo alheio ideologicamente à opinião do *O Estado de S. Paulo*, consequentemente a Dilma também o seria.

*15 de outubro de 2014 – A cartada do ‘golpe’*

[Parágrafo 1]. Decerto preocupada com a possibilidade real de derrota no segundo turno, a presidente Dilma Rousseff, candidata à reeleição, parece ter definitivamente perdido a compostura. Em comício em Canoas (RS), na semana passada, a petista deixou toda a prudência de lado e acusou a oposição de tramar um “golpe”.

Observamos aqui *atribuições* negativas nas descrições sobre os atos da presidenta: “perdido a compostura” e “deixou toda a prudência de lado”, ambas sugerem ações inadequadas e sair-se um pouco da sensatez. Essa caracterização negativa com implicações de deficiências racionais já foi observada anteriormente em editoriais do *O Estado de S. Paulo*. Assim, quando se fala de que a Dilma “acusou a oposição de tramar um ‘golpe’” se relativiza a asserção com o uso de aspas no termo “golpe”.

[Parágrafo 5]. Ao usar três vezes a palavra “golpe” na mesma declaração, Dilma ultrapassou os limites da civilidade. Embora ela própria já tenha dito que, em época de eleição, se pode “fazer o diabo”. Uma presidente da República deve saber que não pode destruir pontes com nenhuma parte da sociedade, pois ela governa para todos, e não somente para seus simpatizantes. Quando diz, com todas as letras, que a oposição é golpista, Dilma liquida qualquer possibilidade de diálogo, num eventual segundo mandato, com aqueles que representam cerca da metade dos eleitores do País. Neste parágrafo a escolha da frase “ultrapassou os limites da civilidade” sugere que o caráter civil da presidenta, que deveria ser uma mandatária, não estaria se cumprindo. Ao invés disso, a presidenta estaria sendo descortês, grosseira, incivil (HOUAISS, 2009), de acordo com as *atribuições* desse discurso jornalístico. A *meta-opinião* observada quando o texto afirma que a Dilma acusou à oposição de “golpista” é também desacreditada pelo *O Estado de S. Paulo*.

[Parágrafo 9]. Assim, preocupa observar que, ademais de sua incapacidade como presidente, Dilma agora flerta com autoritarismo daqueles que não conseguem aceitar o contraditório e a alternância no poder. Ela incorporou a seu discurso as teses de uma militância rastaquera – que pode falar o que bem entende porque não tem responsabilidades institucionais. Se atribui a seus adversários intenções golpistas, segue-se que Dilma deslegitimará o resultado das urnas, se este lhe for desfavorável. Definitivamente, não é uma atitude digna de alguém que preze a democracia.

Neste último parágrafo segue o princípio de *polarização* ideológica observado desde o início do editorial: Dilma é caracterizada de forma negativa (incapaz, autoritária). No final o autor do texto arrisca uma conclusão e afirma que “Dilma deslegitimará o resultado das urnas, se este lhe for desfavorável”. Essa proposição não é propriamente uma expressão valorativa, mas uma asserção. E não termina ali, se condena a ação embora se trate de uma suposição (“não é uma atitude digna de alguém que preze a democracia”).

## **Editoriais de *El Mercurio***

*31 de outubro de 2013 – Reformar a qualquer custo?*

[Parágrafo 3] Especificamente, Bachelet propõe subir o equivalente a 3% do PIB da carga tributária. Isso, mais os aumentos da arrecadação provenientes do crescimento econômico, lhe permitiriam abordar os custos da gratuidade educacional, elevar sua qualidade com maiores desembolsos e eliminar paulatinamente o déficit fiscal estrutural hoje estimado em 1%. Como já havia sido adiantado na campanha primária – numa proposta que não parece ter sido modificada – depois da incorporação de conotados experts vinculados ao PDC –, a principal ferramenta tributária é o incremento aos 25% do imposto das empresas

a eliminação do FUT, que termina elevando sua carga tributária em quase 40% e levando-a – como fração do PIB – a um dos valores mais altos entre os países membros da OCDE.

A proposta de Bachelet sobre o aumento de impostos para financiar a educação é apresentada de forma negativa. A escolha do termo “caro” (que tem preço alto, elevado; cujo preço ultrapassa seu valor real - Houaiss, 2009) conota que o custo a pagar ultrapassa um preço justo, o que implica um prejuízo. Outra *atribuição* negativa é quando se diz que a proposta de Bachelet levaria a carga tributária a um dos valores mais altos entre os países da OCDE. É importante destacarmos que o texto foca suas expressões valorativas nas consequências em torno dos contribuintes da proposta, e são claramente negativas.

[Parágrafo 5]. Obviamente, o que está em jogo é importante. Se são válidas as críticas, o programa de Bachelet seria incompatível com o 5% de crescimento anual do PIB potencial e a criação de mais de 600 mil empregos que ela planteia. São metas ambiciosas que exigem um clima econômico propício. Caso não se cumpram, o segundo governo da candidata centro-esquerdista não só estaria condenado a coletar profundas frustrações, mas também, ao subir os impostos, careceria de recursos para tornar possível essa combinação de generosidade fiscal com equilíbrio orçamentário auspiciosamente prometida hoje.

A expressão “o que está em jogo” (‘Estar em jogo’. Diz-se daquilo cujo destino está dependente de circunstâncias, decisão, acaso; estar em causa –Da Silva, 2013) é *importante* e implica que a reforma teria grandes repercussões. Neste parágrafo também se observam *atribuições* negativas implícitas para Bachelet – através de escolhas léxicas como “incompatível”, “condenado” e “frustrações” –, ao apresentar hipoteticamente um panorama desfavorável, caso sua proposta for aprovada. Encerra-se com a asserção de que a candidata “auspiciosamente promete” uma “combinação de generosidade fiscal e equilíbrio orçamentário”. Aqui a escolha do termo “auspiciosamente” embora tenha uma conotação posi-

tiva evoca o plano das predições, do abstrato mais do que do concreto; enquanto que “promete” implica um compromisso verbal. Assim, a frase completa implicaria um compromisso pouco tangível da candidata.

*27 de novembro de 2013 – O valor dos acordos*

[Parágrafo 2]. É preocupante que se interprete uma vitória eleitoral – Sem dúvida muito influenciada pela alta popularidade pessoal da candidata presidencial – como um mandato inapelável por parte da cidadania ao aplicar um programa radical de câmbios ao sistema político, econômico e social que nos rege. Há nele ecos daquele “avançar sem ceder” que tanto dano causou ao Chile há 40 anos. É certo que o programa estabelece a intenção de reescrever a Constituição, de avançar para a gratuidade universal na educação – embora ele em importante medida limite a liberdade de eleger onde estudar – e propõe um drástico aumento de impostos que poderia prejudicar a capacidade das empresas de criar empregos. Mas esses e outros compromissos admitem muitas variantes e seus complexos detalhes estão ainda por se definir.

Aqui a escolha do termo “preocupante” (de ‘preocupar’: causar preocupação; dar ou ter cuidados; tornar-se apreensivo; impressionar(-se), inquietar(-se), - Houaiss, 2009) representa um tipo de perigo a antecipada interpretação sobre a vitória eleitoral de Bachelet. Novamente se observam *atribuições* negativas ao projeto de reformas proposto pela *Nueva Mayoría*, principalmente quando se emprega um *recurso à história* na oração: “Há nele ecos daquele “avançar sem ceder” que tanto dano causou ao Chile há 40 anos”.

Nessa proposição existe uma interpretação claramente ideológica, pois se condena ao governo socialista de Salvador de Allende que foi derrotado por um golpe de Estado conservador em 1973. Essa opinião está organizada de acordo a uma pauta ideológica que *polariza* ao grupo de Bachelet (comparando-o

com o governo de Allende) com os interesses do jornal.

Outras descrições negativas sobre o programa de Bachelet se observam quando se fala do seu projeto de educação gratuita, na eleição de frases como “limite a liberdade de eleger onde estudar”, “propõe um drástico aumentos de impostos” ou “prejudica a criação de empregos”.

[Parágrafo 4]. Caso resulte vencedora no segundo turno, o êxito da segunda Presidência de Michelle Bachelet e das reformas que propôs dependerá crucialmente de sua capacidade para unir desejos em torno a uma agenda moderada, tanto no interior de sua coalisão como além dela. Haverá que saber interpretar a vontade da mudança expressada nas urnas, mas também considerar as muitas apreensões que ela desperta nos importantes setores da sociedade. Sem esse espírito e ainda contando com a maioria parlamentar necessária, seu programa correria o risco de acender a mecha da incerteza política e jurídica, fator que afortunadamente tem estado ausente do Chile por muitos anos e que é capaz de causar enorme dano econômico, social e político. Os setores mais moderados da Nova Maioria podem fazer muito para evitar a tentação de um giro para a esquerda dura.

As proposições do parágrafo 4 são principalmente recomendações sobre as posições ideológicas que, caso ganhe, Michelle Bachelet deveria seguir. Na oração “Haverá (Michelle) que saber interpretar a vontade da mudança expressada nas urnas, mas também considerar as muitas apreensões que ela desperta nos importantes setores da sociedade” convida a procurar acordos com grupos opositores. Nessas linhas e nas seguintes, o jornal expressa sua preocupação pelo suposto risco que um eventual governo de Bachelet representaria. Isso pode observar-se nas escolhas léxicas (“apreensões”, “risco”, “incerteza” e “evitar”) das frases que caracterizam negativamente esse bloco político: “as muitas apreensões que ela (Michelle) desperta”; “seu programa correria o risco de aprender a mecha da incerteza política e jurídica”; e, “evitar a tentação de um giro para a

esquerda dura”.

Assim, depois de termos revisado alguns parágrafos dos editoriais de *O Estado de S. Paulo* e *El Mercurio* nossas observações constatarem basicamente o seguinte: 1. Os textos do *O Estado de S. Paulo* mostraram uma polarização ideológica maior que os de *El Mercurio*; 2. Os editoriais do *O Estado de S. Paulo* são mais explícitos em suas proposições negativas Dilma que os de *El Mercurio* com respeito a Bachelet; 3. As expressões opinativas tendem a ser mais polidas em *El Mercurio*, pois inclusive se observam caracterizações negativas de Bachelet implícitas; já no *O Estado de S. Paulo* se identificaram vários insultos contra a candidata Rousseff; 4. Nos dois jornais, observamos atribuições negativas contra as candidatas mencionadas, em todos os casos analisados; 5. Os candidatos da oposição (Aécio e Matthei), em ambos os países, quando mencionados, foram apresentados de forma positiva e houve uma tendência a diminuir as suas falhas e, 6. Nos editoriais do jornal brasileiro, se observou uma caracterização da Dilma ou seu partido (PT) como pouco competente e inteligente; enquanto que, no jornal chileno, as descrições de Bachelet têm a ver mais com a ‘ambiguidade’ ou ‘inviabilidade’ de suas propostas.

## **Considerações finais**

Os resultados gerais de nossa pesquisa são os seguintes: a análise quantitativa permitiu conhecer algumas generalidades sobre o fenômeno estudado, por exemplo, que no jornal *O Estado de S. Paulo* em menção a candidata estudada foi maior que em *El Mercurio*; que as predominâncias dos temas quando se citou às candidatas, em ambos os jornais, privilegiaram a Campanha eleitoral (37,6% *O Estado de São Paulo* e 48,5% *El Mercurio*). Outro aspecto constatado foi que a principal abrangência de suas abordagens, nos dois casos, foi a nacional (*O Estado de S. Paulo* 86%, *El Mercurio* 93,9%). Enquanto a variável valência, uma



das mais relevantes para este estudo, identificou que nos dois casos predominaram os valores negativos: Dilma de forma mais acentuada (88,2%) que Bachelet (66,7%). Além disso, no caso da Dilma não apareceram valências positivas (0%) e para Michelle apenas uma (3,0%). Isso nos permitiu visualizar o comportamento similar entre os dois casos, mas também um aspecto que determinou a análise comparativa: na abordagem de uma candidata de oposição aos interesses do jornal, *O Estado de S. Paulo* é mais radical nas suas expressões negativas que *El Mercurio*. Em síntese, Dilma foi mais citada, porém essas citações foram mais negativas em comparação com Michelle.

O mesmo se verificou na análise qualitativa na qual foram revisadas as particularidades de nosso fenômeno, a partir do estudo das opiniões de vários parágrafos dos editoriais. A polarização ideológica predominou no *O Estado de S. Paulo* e, diferentemente de *El Mercurio* as expressões valorativas são mais explícitas, pois, usou-se mais a ironia ou inclusive os insultos contra a candidata. Em *El Mercurio* observamos mais caracterizações negativas implícitas, a partir de recursos discursivos e estilísticos que sugerem asserções de forma sutil. Porém, também se encontraram atribuições explícitas. Em suma, ambos os jornais se posicionaram negativamente contra as candidatas progressistas em seus países; enquanto o jornal chileno se mostra mais flexível em reconhecer alguns atributos positivos da Bachelet, o diário brasileiro se mostra discordante com Dilma em todo momento.

Por outro lado, também podemos concluir que a partir do ‘quadro ideológico’ (VanDijk, 1996) que aborda uma estrutura valorativa abstrata de polarização (Eles/Nós), foi possível compreender aspectos sobressalentes de nosso fenômeno, pois se observou constantemente que segue um modelo dual ideológico, no qual os jornais se colocaram de um lado, e as candidatas do outro. Assim, quando elas foram caracterizadas, se seguiu, uma pauta de apresentação favorável/desfavorável, em que os diários se *auto apresentaram* positivamente e

as candidatas negativamente.

Por fim, é importante mencionarmos que este trabalho é apenas uma aproximação sobre o estudo deste fenômeno. Assim, poderíamos indagar sobre futuras linhas de investigação: como continuação a este trabalho se poderia ampliar o estudo qualitativo, tanto na quantidade dos jornais analisados como nas técnicas interpretativas, pois se considera que com os resultados obtidos se aprofundaria mais sobre o entendimento das opiniões nos jornais analisados. Por outro lado, outras linhas que poderiam ser seguidas são as análises estruturais dos textos, pragmáticas ou argumentativas. Assim também, poderia se aportar desde uma perspectiva mais quantitativa, incrementando o número de jornais estudados.

## Referências bibliográficas

- ANJ. *Maiores jornais do Brasil*. Disponível em <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em 8 dez. 2014.
- CPOP. *Pesquisa eleições 2014* - Livro de códigos Jornais, Proposta inicial. Curitiba: UFPR, 2014.
- EL MERCURIO. *El Mercurio líder en circulación*. Disponível em <<http://www.elmercuriomediacenter.cl/el-mercurio-lider-en-circulacion-un-98-mas-deejemplares-promedio-lunes-viernes>>. Acesso em 5 dez. 2014.
- GRUPO ESTADO. *História do grupo Estado nos anos 1870*. Disponível em <[http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1870.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm)>. Acesso 4 mai. 2014.
- HOUAISS. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- LATTANZI, J. FARIA, F. *O Estado de S. Paulo: um expoente da imprensa conservadora (1889 – 1929)*. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 27., 2013. Natal. *Anais...* Natal: Anpuh, 2013.
- MORENO, P. E. Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del Diario El País. *Ámbitos*. Sevilla, nº 9-10, 2003.
- PORTAL DO PLANALTO. *Biografia da presidenta Dilma Rousseff*, Disponível em <<http://www2.planalto.gov.br/presidencia/presidenta/biografia/biografiadilma>>. Acesso em 20 jun. 2015.
- RUIZ O. J. I. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2012.
- VAN DIJK, T. A. Ideología y análisis del discurso. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, nº 29, p. 9-36, 2005.
- VAN DIJK, T. A. Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y culturas*, v. 10, p. 9-50, 1996.
- VAN DIJK, T. A. El análisis crítico del discurso. *Anthropos*. Barcelona, v. 186, p. 23–36, 1999.

**APÊNDICE 1****Categorias analíticas para editoriais (baseado em Van Dijk, 1996)**

<b>CATEGORIA</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Polarização	As opiniões podem estar organizadas de acordo com uma pauta ideológica que polariza ao próprio grupo e os alheios. Nós contra Eles.
Coerência de opinião	É a aplicação de uma atitude geral do texto que pode dar lugar a opiniões específicas sobre personagens ou temas específicos, por exemplo, o terrorismo.
Atribuição	Em contextos explicativos, os atos podem se atribuir a atores, e se explicar em termos de suas propriedades ou da situação. As más ações serão atribuídas aos outros e as boas ações serão geralmente auto assignadas a nós mesmos.
Descrição	A apresentação dos personagens, grupos ou instituições, a partir de suas denominações e exposições. Podem ser concretas ou abstratas e seguir o princípio de polarização ideológica (Nós/Eles).
Interesse	As opiniões positivas ou negativas sobre Nossas ações ou Suas ações seguem uma lógica valorativa baseada numa construção que define melhor Nossos interesses (do jornal).
O implícito	É possível inferir algumas proposições sobre a base de um modelo de fatos ou um modelo de contexto. A presença ou ausência de informação procedente de um modelo pode se constituir semanticamente como sua qualidade explícita ou implícita.
Meta-opiniões	As opiniões podem ser opiniões sobre outras opiniões. As opiniões positivas sobre nossos adversários são desqualificadas.
Expressão	A expressão de opiniões pode se intensificar recorrendo a vários procedimentos estilísticos ou retóricos.
Omissões	A informação negativa e, em consequência, as opiniões negativas sobre Nós, assim como a autocrítica, podem ficar completamente omitidas na confrontação ideológica
Argumentos	As opiniões dos artigos editoriais e de opinião, frequentemente se formulam para dar suporte valorativo que define o ponto programático ou conclusão do artigo de opinião.
O recurso à História	Nas opiniões ideológicas se invoca ou se oculta seletivamente a História

Fonte: Autora.

## CAPÍTULO III

# ‘O MUNDO GIRA SEM O MERCOSUL’

*Um estudo sobre os editoriais do jornal O Estado de S. Paulo*

Yohanna Lara Barros Pinheiro  
Francisco Paulo Jamil Marques

**P**arte relevante da literatura na área de Política Internacional tem elencado os desafios que o Mercado Comum do Sul (Mercosul) enfrenta, tais como disputas internas, ausência de sólidas instituições de gerenciamento de conflitos e incompatibilidade monetária e cambial (SILVA; JOHNSON; ARCE, 2013). Embora essas e outras dificuldades impliquem ainda haver um longo caminho a ser percorrido para que o bloco se consolide em definitivo, o Mercosul ainda guarda para si um papel relevante nas relações regionais<sup>1</sup>.

Apesar disso, questões a envolver Política Externa não costumam ser pauta frequente na imprensa nacional. Ao contrário do que ocorre, por exemplo, nos Estados Unidos, onde os principais jornais, assim como candidatos em épocas de eleição, enfatizam os meios e modos mais eficazes de inserção daquele país no

<sup>1</sup> BRASIL investe no Mercosul para não ficar com o “osso” da Alca. Folha de S. Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/2001-alca-brasil.shtml>>. Acesso em 19 set. 2015.

mundo (ENTMAN, 2004), o entendimento compartilhado pelos cidadãos brasileiros acerca de nossas vitórias e fracassos em transações comerciais, missões humanitárias e cooperações de natureza militar acaba sendo visto como algo secundário – e, por isso mesmo, muitas vezes deixado sob responsabilidade de agências internacionais de notícias. Por contarem com correspondentes em diferentes partes do mundo, agências como *Reuters*, *Associated Press*, *France-Press*, dentre outras, oferecem a empresas jornalísticas de pequeno ou grande porte informações que, dificilmente, seriam obtidas sem um alto investimento financeiro.

O que interessa a esta pesquisa<sup>2</sup>, contudo, não são as notícias alocadas na seção de “Internacional” oferecidas pelos grandes jornais brasileiros, apontados na literatura como *quality papers* (CHAGAS, 2014). O objetivo do capítulo é compreender de que maneira o jornal *O Estado de S. Paulo* se posiciona editorialmente sobre o Mercosul. Em vez de se debruçar analiticamente sobre o conteúdo noticioso – como fizeram Silveira (2005) ou Steinberger (2005) –, a intenção é identificar os posicionamentos institucionais do jornal no que se refere à situação do bloco econômico, ao desempenho dos governos e agentes diplomáticos por ele responsáveis e às alegadas vantagens e desvantagens políticas e econômicas testemunhadas ao longo do processo de integração. Tal procedimento se mostra pertinente ao permitir identificar, por exemplo, o discurso como uma prática ideológica da qual o Jornalismo se mostra um dos agentes mais relevantes.

Para isso, foram examinados os editoriais publicados em *O Estado de S. Paulo* entre janeiro e junho de 2013, um período influenciado, por exemplo, por acontecimentos como a suspensão do Paraguai do Mercosul e a consequente entrada da Venezuela no bloco, além da morte de Hugo Chávez. A hipótese fundamental é a de que a ideia de livre mercado editorialmente defendida por OESP

<sup>2</sup> Uma versão anterior deste trabalho foi publicada na revista *InTexto* (UFRGS) (n. 41, jan./abr. 2018). Os autores são gratos à CAPES e ao CNPq pelos auxílios que tornaram a realização da pesquisa possível.

em sua carta de princípios o faz cultivar uma imagem negativa do Mercosul.

O capítulo se encontra dividido em três tópicos. O primeiro traz, de forma breve, explanações teóricas e históricas a respeito do Mercosul. Em seguida, são debatidas as particularidades do Jornalismo opinativo e de como ele reivindica a condição de orientador da audiência. Na última parte, são estudados, por meio da Análise do Discurso, 16 editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* no qual o bloco econômico selecionado para estudo é o foco principal.

Antes de prosseguir com a análise, pede-se licença para justificar a relevância da investigação em tela. Mesmo que o papel da imprensa no compartilhamento de notícias que tratam das Relações Internacionais venha sendo explorado na literatura já há algumas décadas (GALTUNG; RUGE, 1965), poucos trabalhos brasileiros se preocupam em examinar a forma pela qual os jornais cobrem acontecimentos que envolvem negociações políticas e econômicas entre diferentes países<sup>3</sup>. Tal carência de pesquisas pode ser explicada por razões diversas, a exemplo das poucas oportunidades que o público nacional tem para discutir o papel e a inserção do Brasil no mundo ou da ausência de disciplinas específicas nos cursos de Comunicação espalhados pelo País<sup>4</sup>.

Ressalte-se, porém, que mais raras ainda são as contribuições que analisam, especificamente, o texto editorial e sua condição de gênero opinativo voltado a “orientar” o leitor acerca das posições que as empresas consideram pertinentes. É a essa demanda que o argumento aqui delineado procura contemplar.

<sup>3</sup> Não obstante a escassez de estudos, deve-se considerar a contribuição de autores como Campos (2010), sobre a cobertura da Guerra do Iraque por parte da Revista *Veja*, ou de Glaucio Dillon Soares (2004), que estuda as notícias sobre a América Latina publicadas nos jornais *Correio Braziliense*, *Jornal do Brasil* e *Folha de S. Paulo* entre os anos de 1990 e 1994.

<sup>4</sup> Apenas mais recentemente as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Graduação em Jornalismo mencionaram, ainda que de forma genérica, a importância dos egressos do bacharelado em explorar, no eixo de formação humanística, as Relações Internacionais. O documento está disponível no site do Ministério da Educação, em <<http://goo.gl/77l7Ee>>. Acesso em 21 out. 2015.

## **A integração regional brasileira: breve contextualização sobre os anos recentes**

De acordo com Boito Jr. e Berringer (2013), importantes modificações em nossa política de Relações Exteriores foram promovidas entre 2003 e 2010, mantendo-se certa continuidade de diretrizes no primeiro mandato de Dilma Rousseff (2011-2014). Os autores afirmam ter ocorrido, no início do século XXI, uma mudança no modo pelo qual o país conduziu suas relações com parceiros estrangeiros, passando a escolher como principais focos de atuação (i) a ênfase nas relações Sul-Sul; (ii) a prioridade conferida à América do Sul; (iii) a Rodada Doha da Organização Mundial do Comércio (OMC) e (iv) o arquivamento da proposta da Área de Livre Comércio das Américas (ALCA).

Desde o início de seu primeiro mandato, o governo Lula buscou fortalecer o Mercosul e integrar melhor a América Latina com o intuito de “contrabalançar as relações com os estados imperialistas [sic]” (BOITO JR.; BERRINGER, 2013, p. 36). De acordo com os autores, as eleições de presidentes pouco alinhados à Política Externa norte-americana em países como a Argentina, o Equador, a Bolívia e a Venezuela reforçaram, em um primeiro momento, o estabelecimento dessas iniciativas.

### **O Mercosul: trajetória política e histórica do bloco**

Com o fim da Guerra Fria e da polarização do mundo em modelos políticos e econômicos liderados por Estados Unidos e União Soviética, fortaleceram-se blocos regionais dedicados a buscar maneiras alternativas de integração. De acordo com Celli Junior (2006), a supressão do modelo planejado de economia e o aprofundamento do processo de liberalização das transações internacionais acabaram por fortalecer a expansão do mercado via livre-comércio



(ALMEIDA, 2002; SOUTO MAIOR, 2006). A opção do Brasil por formar um bloco com os vizinhos procurou, assim, dar respostas à realidade emergente no final do século XX.

Assim sendo, em 26 de março de 1991, Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai assinaram o Tratado de Assunção, formando o Mercosul. O objetivo era promover a integração dos quatro países através do estabelecimento de uma Tarifa Externa Comum (TEC), da adoção de uma política comercial compartilhada, da coordenação de políticas macroeconômicas e setoriais, e da harmonização de legislações nas áreas pertinentes (MERCOSUL, Portal oficial, s.d.).

O bloco é formado por duas categorias de países: os membros plenos e os estados associados. Além dos quatro países fundadores (Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai), a Venezuela também possui título de membro pleno desde agosto de 2012. Estão na condição associados o Chile (desde 1996), o Peru (2003), a Colômbia (2004), o Equador (2004) e a Bolívia (1996) (MERCOSUL – Página Oficial, s.d.).

Com mais de duas décadas de existência e já tendo colhido alguns êxitos, o bloco ainda enfrenta desafios: não obstante a proximidade geográfica e os traços históricos comuns, disputas internas continuam a se mostrar proeminentes (SILVA; JOHNSON; ARCE, 2013). A título de ilustração, mencione-se que diplomatas e empresários de cada lado medem forças em setores a exemplo do automotivo, de carnes e de têxteis (BERNAL-MEZA, 2008; ARROYO E ZUSMAN, 2010; VIGEVANI *et al.*, 2002).

É verdade que outras opções de associação foram cogitadas, principalmente, no fim dos anos 1990. A proposta norte-americana de criação da ALCA (Área de Livre-Comércio das Américas), contudo, esbarrou na heterogeneidade econômica, geográfica, social e cultural que caracteriza os países do continente (BATISTA JR., 2008). Isso fez com que alguns estados procurassem alternativas: enquanto, de um lado, Estados Unidos e Chile optaram por um acordo bilateral

em 2004, de outro lado, Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai continuaram a investir na conformação de um bloco comum.

### **Tensões e acontecimentos recentes no bloco**

Desde 2012, as relações no âmbito do Mercosul foram marcadas por acontecimentos que, conforme atestam Silva, Johnson e Arce (2013), alternariam momentos de otimismo e de esgotamento. Três fatos merecem destaque.

#### *a) A suspensão do Paraguai*

Fernando Lugo disputou as eleições presidenciais paraguaias em abril de 2008, candidatando-se pela *Alianza Patriótica para el Cambio* (APC) (FOLETTTO, 2011). Elegeu-se por meio de uma coligação com os liberais. No entanto, segundo Camargo, Gabiatti e Mello (2012, p. 158), o mandato de Lugo “foi engessado pela forte oposição dos partidos da direita paraguaia”. Escândalos políticos, a exemplo de denúncias relativas a seus relacionamentos amorosos, trouxeram mais instabilidade política e acabaram abalando a imagem pública do mandatário.

Foi justamente no governo Lugo que surgiu, no Paraguai, um braço do movimento social dos “sem-terra”, chamado de *carperos* (CAMARGO; GABIA-TTI; MELLO, 2012). Segundo Schembida (2012), no dia 15 de junho de 2012, onze camponeses e seis militares foram mortos em um confronto entre *carperos* e forças policiais durante a desocupação de uma fazenda. Menos de uma semana após o incidente, o Senado paraguaio assumiu o papel de tribunal político e deflagrou o procedimento de impeachment contra Lugo (SCHEMBIDA, 2012). Diante do ocorrido, a Cúpula do Mercosul, decidiu em Mendoza, na Argentina, no dia 29 de junho de 2012, por condenar a ruptura da ordem democrática ocorrida naquele país e afastar o Paraguai temporariamente das decisões do bloco (GEHRE, 2012).

O processo possibilitou o ingresso da Venezuela no Mercosul – que, até então, dependia apenas da aprovação do Paraguai. O governo paraguaio se opôs à adesão da Venezuela ao bloco e chegou a ameaçar não voltar para o Mercosul após a realização de novas eleições (PALACIOS; VILLAVARDE, 2013). Na reunião da cúpula realizada em Montevidéu, em julho de 2013, os países membros do bloco revogaram a decisão que suspendia o Paraguai das decisões do bloco, devolvendo ao país plenos direitos de participação nos órgãos do Mercosul e nas deliberações (RITTNER, 2013).

#### *b) A entrada da Venezuela*

A imagem recente da Venezuela é indissociável de Hugo Chávez, líder que permaneceu no poder de 1999 até sua morte, em 2013. O governo Chavista, de acordo com Bijos e Cavalcante (2013, p.10), foi “um misto de democracia controlada com a mão forte da tirania, combinando eleições periódicas com uma cada vez maior concentração do poder em suas mãos”. Os mesmos autores afirmam que Chávez adotou medidas polêmicas, a exemplo da intervenção em meios de comunicação não-estatais. Conforme explicam Bijos e Cavalcante (2013), o Chavismo foi um entrave complexo à integração regional, sobretudo por conta da cláusula democrática<sup>5</sup> do Mercosul.

Na avaliação de Teruchkin (2006), a entrada de tal país no Mercosul significou “um importante passo para o aprofundamento da integração econômica da América Latina” (p.48). Já Sturaro e Frota (2012) defendem que a principal implicação ao se admitir a Venezuela foi o enfraquecimento do bloco, uma vez que o fato de o regime venezuelano não ser plenamente democrático tornaria a decisão, na opinião dos autores, inconsistente.

<sup>5</sup> De acordo com o Artigo 1º do Protocolo de Ushuaia (1998), “a plena vigência das instituições democráticas é condição essencial para o desenvolvimento dos processos de integração entre os Estados Partes do presente Protocolo”.

*c) A questão argentina*

Resistências à abertura econômica e ao aprofundamento da liberalização do comércio regional são características que, de acordo com Macadar (2009), predominam atualmente no “regionalismo pós-liberal” da América do Sul. Segundo a autora, tem se acentuado a cautela ao se realizar qualquer tipo de concessão no âmbito econômico. Em relação à Argentina, Macadar (2009) sugere que o desinteresse desse país pela agenda de aprofundamento da união aduaneira do Mercosul é visível – a título de ilustração, ressalte-se que a Argentina se opôs à redução de tarifas para produtos industriais na Rodada Doha<sup>6</sup>.

Por um lado, setores ligados ao Itamaraty e à Presidência brasileira (então ocupada pelo Partido dos Trabalhadores) defendem o exercício da tolerância em relação aos países do Cone Sul: o Brasil “deve absorver alguns custos devido a seu papel de liderança regional” (MACADAR, 2009, p.9). Entretanto, a autora aponta que outros setores do governo de Lula e de Dilma defendem uma reação mais enérgica às medidas protecionistas implementadas pela Argentina, denunciando o parceiro de bloco à OMC nas ocasiões em que os prejuízos se avolumem.

Exposto o panorama das tensões que marcaram o Mercosul nos últimos anos, acredita-se ter oferecido, ainda que de maneira introdutória, a base teórico-histórica que contribuirá para a análise dos editoriais selecionados como objeto de estudo desta pesquisa. No próximo tópico, serão discutidas as características e as repercussões do Jornalismo opinativo, bem como a trajetória do jornal *O Estado de S. Paulo*.

<sup>6</sup> Segundo Rodrigues e Paula (2008), a Rodada Doha, iniciada oficialmente em 2001 com a IV Conferência Ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC), teve o objetivo de estabelecer modalidades aptas a promoverem: 1) reduções substanciais no apoio interno ao comércio; 2) incremento no acesso a mercados; 3) eliminação progressiva de todas as formas de subsídios à exportação; e 3) tratamento especial e diferenciado operacional que leve em conta a segurança alimentar e de meios de vida e as necessidades de desenvolvimento rural.

## O papel do Jornalismo opinativo na formação da opinião pública

Luiz Beltrão (1980) defende que cabe ao jornalista a função de “pregoeiro da opinião”, para que ela esteja ao alcance de todos. De acordo com o autor, o papel moral e social do profissional do Jornalismo vai, portanto, além da finalidade puramente informativa. Não por acaso, o Jornalismo guarda o traço da opinião desde a sua gênese (MARQUES DE MELO, 2003; PENA, 2010; MARQUES; MIOLA; SIEBRA, 2013). De acordo com Sousa (2008), ao se modernizar e buscar legitimidade, o Jornalismo passou a separar, de um lado, a opinião e, de outro, a informação – em princípio – isenta, chegando-se ao modelo comercial hoje conhecido. Conforme Traquina (2004), a expansão dos jornais no século XIX fez com que a atividade ganhasse um novo paradigma, caracterizado pela busca do *ideal* de verdade, independência, objetividade e pela noção de serviço público (dentre os autores que debatem de forma aprofundada a relação entre opinião e objetividade no Jornalismo contemporâneo estão Cook (2005), Schudson (2008) e Tuchman (1972), Albuquerque (2000) e Mont’Alverne e Marques (2015). É por isso que os jornais adotam uma abordagem diferenciada entre as páginas que trazem notícias e as que carregam os pontos de vista de articulistas, columnistas ou da própria instituição. De acordo com Biroli e Miguel (2012, p. 28),

Faz parte desse registro a distinção entre jornalismo factual e jornalismo opinativo, ou entre conteúdo factual e opinativo dentro dos mesmos veículos. Mesmo quando se afasta das posições mais ingênuas, a distinção entre o factual e o opinativo atualiza um dos pilares do ideal da objetividade, o entendimento de que é possível ou normativamente desejável produzir informações que estariam desvinculadas das opiniões ou perspectivas sociais dos jornalistas.

Mesmo ciente de tal distinção, autores a exemplo de Marques de Melo (2003) caracterizam o editorial como um “espaço de contradições” justamente por veicular o posicionamento oficial da empresa. Isto é, constitui-se um espaço legíti-

mo para a veiculação de opiniões, mas gera desconfiança por parte do leitor quanto à viabilidade de uma cobertura equilibrada na seção noticiosa. Para o autor, “a opinião contida no editorial constitui um indicador que pretende orientar a opinião pública” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 104).

Mostra-se relevante, assim, a análise do editorial enquanto categoria do Jornalismo opinativo, uma vez que é a partir dele que se pode compreender com maior facilidade a imagem que determinada empresa constrói de governantes ou de instituições.

### **A trajetória do jornal *O Estado de S. Paulo***

Se o discurso é construído ao longo da prática discursiva, é preciso ter conhecimento sobre o contexto midiático, isto é, acerca da posição que determinado periódico ocupa no campo do Jornalismo (GOMES, 2004). *O Estado de S. Paulo* é um dos principais jornais do País<sup>7</sup>, tendo sido fundado em 4 de janeiro de 1875, ainda na época do período imperial brasileiro, com o nome *A Província de S. Paulo*. Durante sua trajetória, o periódico se posicionou politicamente diversas vezes. Em 1909, por exemplo, apoiou a candidatura de Ruy Barbosa à Presidência— o que levou Júlio Mesquita, então proprietário da empresa, à prisão (MAYRINK, 2011). Em 1930, o *Estadão* defendeu a candidatura de Getúlio Vargas (LISBOA, 2012). No entanto, no âmbito do golpe que estabeleceu o Estado Novo (1937-1945), Júlio de Mesquita Filho, herdeiro da empresa, foi preso e expatriado. Em 1964, o *Estadão* declarou-se favorável ao levante militar que depôs João Goulart. Com

<sup>7</sup> De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ), a partir de dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), o jornal *O Estado de S. Paulo* foi o 7º periódico de maior média de circulação no Brasil em 2014, com a tiragem média de 237.901 exemplares impressos e digitais (ver: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/moiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: 19 de set. de 2015). Também cabe ressaltar que o *Estadão* foi eleito o jornal mais admirado do país pela 12ª vez em 2014, segundo pesquisa realizada pelo Grupo Troiano de Branding (ver: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estado-e-jornal-mais-admirado-pela-12-vez,1600775>>. Acesso em 19 set. 2015).

a redemocratização do País, o jornal tomou partido nas eleições presidenciais de 2010, quando, a uma semana do pleito, em 25 de setembro, publicou um editorial no qual declarava apoio ao candidato José Serra (LISBOA, 2012). Verifica-se, então, a importância que a empresa confere a seus posicionamentos políticos, o que reforça a justificativa por investigar seus editoriais.

A seção de opinião do jornal *O Estado de S. Paulo* é identificada pelo título “Notas e informações”, seção fixa nas páginas 2 e 3 do primeiro caderno. Todos os dias, a editoria é composta por dois artigos de opinião assinados, três editoriais, um quadro para o fórum de leitores e outro para informações institucionais. Outro editorial é publicado de terça a domingo, no caderno Economia & Negócios.

O Grupo Estado esclarece quais são seus princípios editoriais no *Código de Conduta e Ética*. As diretrizes que orientam as empresas (e, conseqüentemente, os editoriais) são<sup>8</sup>:

1) O Grupo Estado defende o sistema democrático de governo, a livre iniciativa, a economia de mercado e um Estado comprometido com um país economicamente forte e socialmente justo; 2) Sente-se responsável pela promoção do desenvolvimento humano, político, econômico, social e cultural do Brasil, dando coesão à sociedade civil; [...] 4) [...] defende editorialmente os direitos e as liberdades individuais, o pluralismo democrático e a identidade sócio-cultural do Brasil e de São Paulo; [...] 6) [...] defenderá os cidadãos das agressões de qualquer forma de poder e estimulará a livre iniciativa em todos os âmbitos da atividade humana; [...] 8) [...] Recusam-se, no entanto, a veicular teses que neguem a liberdade, atentem contra a dignidade da pessoa humana ou agridam os princípios da ética informativa definidos neste documento.

Dada a relevância do periódico para a formação das visões de mundo compartilhadas por parcela significativa da sociedade brasileira, bem como por conta da firmeza com que declara seus posicionamentos nos editoriais, justifica-se a

<sup>8</sup> Disponível em: <[http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo\\_de\\_etica\\_miolo.pdf](http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo_de_etica_miolo.pdf)>. Acesso em: 19 set. 2015.

escolha pela análise das representações discursivas veiculadas em *O Estado de S. Paulo*. Retoma-se a hipótese de que seus princípios editoriais levam a empresa a cultivar uma imagem negativa do Mercosul, que seria visto como um entrave à livre iniciativa e ao pleno desenvolvimento da economia de mercado.

## **Análise dos editoriais**

### *Delimitação do corpus empírico e procedimentos de análise*

De modo a reunir material necessário para identificar os posicionamentos institucionais do jornal *O Estado de S. Paulo*, escolheu-se um conjunto de textos publicados pelo referido periódico entre janeiro e junho de 2013. É nesse intervalo em que se verificam os desdobramentos das tensões relacionadas à suspensão do Paraguai, à entrada da Venezuela no bloco em junho de 2012 e a repercussão da morte do presidente Hugo Chávez, ocorrida em março de 2013.

Os editoriais foram coletados a partir do mecanismo de pesquisa do próprio site do *Estadão*<sup>9</sup>. A unidade de registro empregada para realizar a busca na seção específica dos editoriais foi o termo “Mercosul”, tal como propõe Weber (1990) ao fazer um apanhado de sugestões sobre técnicas de coleta de dados. Dessa forma, chegou-se ao total de 16 textos selecionados para análise (quadro 1). Por questões de limitação de espaço, destacam-se apenas os trechos que mais chamam a atenção quanto à postura discursiva do periódico. O *link* de cada unidade de texto investigada está disponível ao final do capítulo.

<sup>9</sup> Disponível em: <[www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br)>. Acesso em: 19 de set de 2015.



**Quadro 1 - Lista de editoriais selecionados para análise**

Nº	DATA	TÍTULO
E01	09/01/2013	O Brasil no jogo chavista
E02	30/01/2013	Pobreza de ideias
E03	12/03/2013	O mundo gira sem o Mercosul
E04	19/03/2013	O alvo do governo Kirchner
E05	04/04/2013	Chávez, o passarinho
E06	16/04/2013	Atrativos do Paraguai
E07	23/04/2013	A volta dos colorados
E08	27/04/2013	Uma reunião vazia
E09	09/05/2013	Em busca de legitimidade
E10	09/05/2013	Um brasileiro na OMC
E11	11/05/2013	Chá de cadeira em Dilma
E12	29/05/2013	O mundo negocia sem o Brasil
E13	05/06/2013	Má diplomacia, mau comércio
E14	19/06/2013	Má lição para novos diplomatas
E15	20/06/2013	Uma Fiesp bolivariana?
E16	22/06/2013	O acordo automotivo, de novo

Fonte: Autores (2015).

Existem questões para as quais uma análise qualitativa se mostra mais adequada para dar respostas – por exemplo, o próprio diagnóstico acerca do posicionamento discursivo da empresa jornalística. Tendo em vista o objetivo da pesquisa, optou-se, assim, por utilizar os mecanismos da Análise do Discurso (AD) para sistematizar e tornar possível o exame da amostra definida.

De acordo com Capelle, Melo e Gonçalves (2003, p. 13), a AD “considera que a situação está atestada no texto e busca mais a compreensão do processo produtivo do discurso”, ou seja, visa entender como o texto “funciona diante de um determinado contexto social e histórico”. Para Manhães (2010), o discurso é, portanto, a “apropriação da linguagem” por um emissor, que classifica, ordena, organiza, persuade e constrói um entendimento, tornando-se, assim, sujeito da ação social.

Compreendendo o Jornalismo como “um lugar de circulação e produção de sentidos” (BENETTI, 2008), entende-se que a AD é o método apropriado para identificar as escolhas do jornalista ou da empresa no momento da elaboração do

texto, o que exige compreensão dos modos de funcionamento do discurso. Segundo Benetti (2008), a corrente francesa da Análise do Discurso é “especialmente produtiva” para a identificação dos sentidos e para o mapeamento de vozes no discurso jornalístico. De acordo com a autora, o Jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, interferindo sobre ela contínua e mutuamente, não podendo ser analisado fora do contexto histórico – justamente por isso o argumento aqui delineado teve o cuidado de apresentar as tensões recentes que marcaram o Mercosul.

Com o entendimento de que a exterioridade não apenas repercute, mas, de fato, constitui o texto e dele não pode ser separada, Benetti (2008, p. 111-112) aponta que, ao utilizar tal método, o pesquisador deve detectar a existência de duas camadas: “a primeira, mais visível, é a camada discursiva; a segunda, só evidente quando aplicamos o método, é a camada ideológica”. Ela explica que a análise deve partir da identificação de “formações discursivas (FDs)” no texto, que podem ser entendidas como um posicionamento (ou “sentido nuclear”), construído através de argumentos. Isto é, cada FD é formada por pequenos significados que, unidos, consolidam o “sentido nuclear” transmitido pelo texto, havendo “tantas formações discursivas quantos sentidos nucleares pudermos encontrar”.

Em um segundo momento, Benetti (2008) pondera que a instituição jornalística constrói um movimento de paráfrase, isto é, reforça o mesmo sentido através das sequências discursivas (SDs) ao longo do(s) texto(s). Cabe ao pesquisador evidenciar tais sequências discursivas, trechos recortados do material sob análise para consolidar o “sentido nuclear” apontado no estudo, ajudando a compreender, assim, em que medida certas visões de mundo são ou não interdidas no texto. Assim, de acordo com o que o leitor poderá perceber, faz-se questão de indicar em cada tópico a seguir uma quantidade relevante de SDs, justamente a fim de comprovar a reiteração dos sentidos e diminuir o grau de subjetividade da análise qualitativa.

Em tempo, ressalte-se a menção a Mazière (2007), para quem, em Análise do Discurso, não se pode falar em neutralidade do investigador. A escolha de uma

dentre as alternativas possíveis para a composição do *corpus*, por exemplo, já implicaria uma predisposição adotada no desenho da pesquisa. Uma análise prévia (com leitura e releitura das unidades de análise) realizada em parceria pelos autores revelou cinco sentidos nucleares, isto é, Formações Discursivas nos editoriais de OESP: 1) as “amarras” do Mercosul; 2) a incompetência/passividade do governo brasileiro; 3) a Argentina protecionista; 4) a Venezuela antidemocrática; e 5) a suspensão do Paraguai como “golpe”. Estas foram as questões sobre as quais o jornal se posicionou mais fortemente nos editoriais que tratavam do bloco durante o período investigado.

A partir da definição das FDs, buscou-se, no corpo dos textos, as SDs que reforçavam a ideia representada pela formação discursiva (numerando-as, a fim de facilitar a organização). Há SDs que se encaixam em mais de uma das formações identificadas. Para esses casos, optou-se por destacar o sentido julgado ser mais significativo para cada SD. A seguir, cada Formação Discursiva é examinada em detalhes. Conforme o leitor perceberá, trechos (Sequências Discursivas) de todos os editoriais que compõem o *corpus* estão ilustrados ao longo da análise. Ao adotar tal procedimento, o objetivo é comprovar que existe um sentido comum compartilhado pelos editoriais, constituindo uma representação que vai além de cada unidade textual. As passagens realçadas permitem verificar as ênfases escolhidas pelos editoriais e auxiliam na consideração da hipótese de investigação apresentada anteriormente.

A este ponto, ressalta-se algo essencial para evidenciar a contribuição da presente pesquisa: de modo concomitante à apresentação dos dados (e a fim de evitar uma mera descrição dos editoriais), empreende-se uma discussão mais aprofundada sobre o posicionamento discursivo do jornal, cotejando-se os achados empíricos com as perspectivas de diferentes autores sobre o papel do Jornalismo enquanto “orientador” da audiência. Também se aproveita a ocasião para criticar o posicionamento da empresa naquelas oportunidades em que os editoriais descon sideram informações relevantes para que o leitor tenha um quadro completo sobre, por exemplo, as vantagens e as desvantagens do Mercosul.

## FD1: As “amarras” do Mercosul

Silva, John e Arce (2013) afirmam que o Mercosul, ao longo de pouco mais de duas décadas de existência, foi marcado pela “oscilação entre o otimismo e o esgotamento”. Levando em conta esse cenário, procurou-se delimitar o posicionamento do *Estadão* sobre as alegadas dificuldades que o bloco enfrenta. Os trechos dos editoriais que mais se dedicam a esse aspecto estão disponíveis abaixo.

**Quadro 2 - Sequências discursivas sobre dificuldades do Mercosul**

SEQUÊNCIA DISCURSIVA	EDITORIAL
SD01: “juízo continua sendo um insumo escasso na América Latina e especialmente no Mercosul.”	E02: Pobreza de ideias
SD02: “Até agora, o Mercosul negociou poucos acordos de livre comércio, sempre com parceiros em desenvolvimento e, em alguns casos, sem relevância econômica para o Brasil.”	E03: O mundo gira sem o Mercosul
SD03: “Brasil e Argentina são os principais integrantes do Mercosul, o bloco do Cone Sul que, teoricamente, é uma união aduaneira, na qual é livre a circulação de bens e serviços.”	E04: O alvo do governo Kirchner
SD04: “além de crescentemente irrelevante, o Mercosul agora se presta ao papel de avalista de um regime que pretende ser legítimo na marra [Venezuela].”	E09: Em busca de legitimidade
SD05: “Enquanto outros países se movem, o Brasil continua preso a um bloco emperrado pelo protecionismo interno e incapaz de concluir acordos comerciais relevantes.”	E12: O mundo negocia sem o Brasil
SD06: “A mesma fantasia explica a insistência do governo em manter o País amarrado a uma união aduaneira fracassada, o Mercosul, um bloco incapaz de funcionar como simples área de livre comércio.”	E14: Má lição para novos diplomatas
SD07: “O Mercosul é hoje muito mais um empecilho do que uma estrutura capaz de ter peso nas decisões internacionais, disse na terça-feira o presidente da Confederação Nacional da Indústria, Robson Braga de Andrade.”	E15: Uma Fiesp bolivariana?
SD08: “Essas amarras limitam, sim, as possibilidades de acordos internacionais mais variados e comercialmente mais vantajosos. As limitações teriam sido mais evidentes se o governo brasileiro tivesse buscado esses acordos mais ativamente, em vez de se restringir a uma política terceiro-mundista.”	E15: Uma Fiesp bolivariana?
SD09: “Sua prematura transformação em união aduaneira, em 1995, tornou ainda mais injustificável o acordo automotivo. Mas, por pressão dos fabricantes argentinos de veículos, ele vigora desde 2000, com alterações pouco significativas feitas em suas sucessivas renovações...”	E16: O acordo automotivo, de novo

Fonte: Autores (2015).

No conjunto de SDs destacadas, percebe-se que os editoriais são enfáticos quanto à posição do jornal acerca do Mercosul. Caracterizando-o como “incapaz”, “união aduaneira fracassada” e “empecilho”, os textos exprimem uma profunda frustração com os rumos tomados pelo bloco, que o jornal afirma ser “emperrado pelo protecionismo interno e incapaz de concluir acordos comerciais relevantes” (SD05).

Na SD01, ao afirmar que falta “juízo” na América Latina, o jornal aponta o que considera falta de discernimento aos representantes políticos da região. Segundo argumentos presentes no editorial, as constantes medidas protecionistas tomadas por países-membros do bloco seriam um entrave para as negociações econômicas.

Para o jornal, a culpa de tal cenário, como se pode extrair a partir da SD06, é da política externa brasileira, motivada pela “insistência” do país em permanecer no bloco. Além disso, na SD09, são abertamente criticadas as estratégias de relações externas do governo, ao se cobrar uma posição mais ativa da chancelaria brasileira em busca de acordos econômicos que não se restrinjam a uma “política terceiro-mundista”, como OESP define.

O único momento em que o bloco não é percebido de forma negativa é no Editorial 2 (E02), quando se afirma que, na negociação da Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos (CELAC) com a União Europeia (UE), deveria ter sido priorizado um acordo dos europeus com o Mercosul, que seria um bloco “razoavelmente estruturado, pelo menos em termos formais”.

#### *FD2: A incompetência/passividade do governo brasileiro*

Nos editoriais que fazem parte da amostra, o jornal *O Estado de S. Paulo* não poupa críticas ao governo comandado por Dilma Rousseff (PT). No quadro abaixo, estão identificadas as SDs em que são feitas referências a representantes,

ações ou estratégias do governo brasileiro. Verifica-se que, em diferentes oportunidades, um mesmo editorial traz passagens com críticas diversas ao comportamento político dos representantes do País.

**Quadro 3 - Sequências discursivas referentes ao governo brasileiro**

SEQUÊNCIA DISCURSIVA	EDITORIAL
SD10: “ <i>A impropriedade do assessor internacional do Planalto está muito menos no seu ensaio de exegese da Constituição de outro país do que em ele não ter se lembrado da famosa interpelação do rei espanhol Juan Carlos ao próprio Chávez: ‘¿Por que no te callas?’</i> ”	E01: O Brasil no jogo chavista
SD11: “ <i>A nova esperteza argentina é mais uma comprovação do erro cometido pelo governo petista, há dez anos, quando optou por um regionalismo ingênuo inspirado em bandeiras terceiro-mundistas.</i> ”	E03: O mundo gira sem o Mercosul
SD12: “ <i>Crescentemente atolado no difícil relacionamento com a Argentina, o governo brasileiro tem espaço cada vez menor para se ajustar às novas condições do mercado internacional.</i> ”	
SD13: “ <i>Enquanto isso, acordos bilaterais e inter-regionais multiplicam-se em todo o mundo, sem a participação do Brasil. Ou seja, o Brasil está cada vez mais fora do jogo relevante para o comércio internacional.</i> ”	
SD14: “ <i>Os números da balança comercial entre os dois países não deixam dúvidas de que a condescendência com que o governo Dilma reage às restrições comerciais da Argentina estimula a ação dos funcionários do governo Kirchner notoriamente contrários à entrada de produtos brasileiros em seu país.</i> ”	E04: O alvo do governo Kirchner
SD15: “ <i>Se o governo Dilma não mudar sua atitude em relação à Argentina, o governo Kirchner se sentirá ainda mais livre para prejudicar o Brasil.</i> ”	E08: Uma reunião vazia
SD16: “ <i>Dos reais interesses dos países que representam, e que motivaram o encontro [entre Rousseff e Kirchner], porém, pouco haverá de que se lembrar.</i> ”	
SD17: “ <i>As frequentes medidas de restrição impostas pelo governo Kirchner à entrada de produtos brasileiros no mercado argentino [...] estão sendo toleradas pelo governo Dilma - mesmo que essas ações desvirtuem o estatuto do Mercosul...</i> ”	E10: Um brasileiro na OMC
SD18: “ <i>Ele [Roberto Azevêdo] tem sido um raro exemplo de seriedade e competência nos postos mais importantes da diplomacia brasileira, dominada há anos por um terceiro-mundismo rastaquera. Igualmente rara é essa vitória de uma diplomacia incapaz, há uns dez anos, de conseguir apoio até entre os vizinhos pouco influentes.</i> ”	
SD19: “ <i>Foi certamente decisivo o apoio da China e da Rússia. Mas esses dois países têm objetivos próprios bem definidos, relações comerciais mais intensas com o mundo rico do que com o Brasil e nenhum compromisso terceiro-mundista. Atribuir esse resultado a algum acerto da geopolítica petista só pode ser má-fé ou ingenuidade.</i> ”	

SD20: “A presidente do Brasil é Dilma Rousseff, <i>mas isso parece ser apenas um detalhe. Na fabulação bolivariana, ela não passa de uma nota de rodapé ante os ‘gigantes’</i> Luiz Inácio Lula da Silva, Hugo Chávez e Néstor Kirchner.	E11: Chá de cadeira em Dilma
SD21: “ <i>No culto à personalidade de Chávez e Lula, Dilma é cada vez mais apenas uma coadjuvante.</i> ”	
SD22: “ <i>Nos últimos dez anos, o governo brasileiro agiu como se a busca de mais acordos com o mundo rico fosse mais arriscada que vantajosa e, é claro, um erro geopolítico e um pecado ideológico.</i> ”	E12: O mundo negocia sem o Brasil
SD23: “ <i>Os quatro países da Aliança do Pacífico têm crescido mais que o Brasil, com inflação menor, e têm multiplicado acordos comerciais com países desenvolvidos e em desenvolvimento, sem se prender a discriminações entre economias do Norte e do Sul.</i> ”	
SD24: “ <i>O terceiro-mundismo do governo petista deu prioridade às relações com países emergentes e até em estágios iniciais de desenvolvimento. A negociação de um acordo de livre comércio entre Mercosul e União Europeia logo empacou... [...] A maior parte dos erros é atribuível à política petista.</i> ”	E13: Má diplomacia, mau comércio
SD25: “ <i>A presidente Dilma Rousseff celebrou dez anos de incompetência e equívocos diplomáticos em seu discurso à nova turma formada pelo Instituto Rio Branco. Seu pronunciamento, na terça-feira, se harmonizou perfeitamente com os erros de avaliação e as fantasias geopolíticas do terceiro-mundismo petista.</i> ”	E14: Má lição para novos diplomatas
SD26: “ <i>a incompetência governamental, no Brasil, prejudica também o poder de competição das empresas. A combinação de erros diplomáticos e de política econômica interna tem resultado igualmente na perda de participação nos mercados vizinhos.</i> ”	
SD27: “ <i>Ainda segundo o estudo, o Brasil, com seu peso, ‘tem plenas condições de liderar o Mercosul’ em negociações com países ou regiões de fora do bloco. Se tem essas condições, por que deixou de usá-las até hoje?</i> ”	E15: Uma Fiesp bolivariana?
SD28: “ <i>O regime de liberdade comercial, aliás, deveria estar em vigor desde a criação do Mercosul, há 22 anos, mas, por pressão argentina generosamente tolerada pelo governo brasileiro, vem sendo seguidamente adiado.</i> ”	E16: O acordo automotivo, de novo
SD29: “ <i>Com a provável renovação desse acordo injustificável numa união aduaneira, o Brasil se aprofundará num atoleiro comercial que o impede de abrir mercados muito mais promissores por meio de acordos bilaterais, que são desprezados pelo governo do PT.</i> ”	

Fonte: Autores (2015).

Como se pode perceber pela quantidade de SDs que reforçam o sentido expresso pela FD em questão, o jornal opõe-se fortemente às ações governamentais brasileiras no âmbito do Mercosul. Em várias sequências, as estratégias nacionais de comércio exterior são criticadas e desqualificadas diretamente.

A gestão e o partido petistas são frequentemente associados ao que o jornal chama de “terceiro-mundismo” (SD11, SD18, SD19, SD24, SD25), o que implicaria, na perspectiva da publicação, rebaixar o Brasil à condição do subdesenvolvimento. Na SD11, por exemplo, o editorial afirma que o governo petista errou ao optar por um “regionalismo ingênuo inspirado em bandeiras terceiro-mundistas”. Pode-se inferir desse trecho que, para o jornal, a integração entre os países da América Latina corresponde a um regionalismo infrutífero.

Um dos principais argumentos utilizados para sustentar a acusação de incompetência do governo brasileiro é a passividade com que, segundo o jornal, ele aceita as medidas protecionistas da Argentina (SD12, SD14, SD15, SD17, SD28 e SD29), destacando-se o caráter “passivo” do Brasil nas negociações.

Nesse cenário, o Brasil é retratado como se estivesse de fora “do jogo relevante para o comércio internacional” (SD13), isto é, com “espaço cada vez menor para se ajustar às novas condições do mercado” (SD12). Dessa forma, pode-se entender que, para o jornal, o culpado pela difícil posição do Brasil ante o comércio internacional é o governo. A posição clara do periódico, nesse caso, ilustra a ideia de Pêcheux sobre como os interesses se revelam discursivamente: “no se puede pretender hablar de discursos políticos sin tomar posición simultáneamente, en la lucha de clases, ya que esta toma de posición en realidad determina el modo de concebir las formas materiales concretas bajo las cuales las ideas entran en lucha en la historia” (1980, p. 182).

### *FD3: A Argentina protecionista*

As medidas protecionistas da Argentina são amplamente criticadas por *O Estado de S. Paulo*, o que motivou o estudo de uma Formação Discursiva específica. Perceba-se que, no caso, a posição do jornal deixa em segundo plano a atuação do governo brasileiro para se dedicar, especificamente, às ações do



governo do país vizinho.

**Quadro 4 - Sequências discursivas sobre governo argentino**

SEQUÊNCIA DISCURSIVA	EDITORIAL
SD30: “Governo e empresários argentinos, <i>cada vez mais protecionistas</i> , têm <i>dificultado qualquer</i> compromisso de liberalização de mercados. Tiveram <i>papel significativo no abandono</i> da Rodada Doha, <i>entravaram qualquer</i> acordo com os europeus e <i>criam obstáculos</i> ao funcionamento do próprio Mercosul.”	E02: Pobreza de ideias
SD31: “O governo argentino pretende <i>arrancar mais vantagens</i> do Brasil, em mais uma revisão do acordo automotivo assinado em 2000 para acabar em 2005...”	E03: O mundo gira sem o Mercosul
SD32: “Comércio aberto está <i>fora da agenda</i> da Casa Rosada.”	
SD33: “A redução de 73% registrada em 2012 no saldo do Brasil no comércio com a Argentina [...] <i>não deixa dúvidas</i> de que a política protecionista <i>cada vez mais agressiva</i> do governo da presidente Cristina Kirchner tem um <i>alvo específico</i> .”	E04: O alvo do governo Kirchner
SD34: “Desde meados da década passada, no entanto, a Argentina vem <i>restringindo</i> a entrada de produtos estrangeiros, mesmo os originários de outros países do Mercosul.”	
SD35: “As presidentes dos dois países [Brasil e Argentina] <i>deveriam</i> discutir, entre outras, a questão da <i>deterioração</i> do comércio bilateral por causa do <i>crescente</i> protecionismo argentino.”	

Fonte: Autores (2015).

A partir das SDs acima destacadas, pode-se depreender que, para a publicação em tela, a Argentina representa uma das grandes razões para o insucesso do bloco. O país é retratado como “cada vez mais protecionista” (SD30) e “agressivo” (SD33), dificultando as negociações e criando “obstáculos ao funcionamento do próprio Mercosul” (SD30). O jornal dá a entender ainda que o governo argentino ataca, particularmente, o Brasil (SD31), “arrancando [dele] mais vantagens” (SD31), através de “fórmulas calculadas para dispensar aquele sócio [o Brasil] de se tornar competitivo”.

Ao final do Editorial 02, “Pobreza de ideias”, o jornal desqualifica o governo argentino, reforçando sua posição ao indagar o motivo pelo qual os europeus continuam a tentar um acordo com “essa gente”.

Em suma, a representação de determinados atores sociais (ênfatizando qualidades ou defeitos) elaborada pelo jornal acaba revelando a perspectiva do enunciador e os interesses por ele defendidos. De acordo com Pêcheux (1997, p. 160),

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc., não existe ‘em si mesmo’ (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico, no qual são produzidas (isto é, reproduzidas).

Assim, ao desconsiderar informações como, por exemplo, o fato de que a balança comercial brasileira tem se mostrado superavitária quando consideradas as transações comerciais com os países do Mercosul<sup>10</sup>, o jornal acaba colocando em segundo plano informações fundamentais que permitiriam ao leitor ter acesso a um quadro mais amplo, o que daria a oportunidade para que fosse formulada uma interpretação particular sobre as vantagens e desvantagens do bloco.

#### *FD4: A Venezuela antidemocrática*

Com duração de 14 anos, o governo Chávez foi frequentemente entendido como antidemocrático na opinião de autores a exemplo de Bijos e Cavalcante (2013, p.10), apesar da realização de eleições periódicas na Venezuela. Ao se dedicar a essa temática em seus editoriais, OESP reitera sua rejeição à entrada de tal país no Mercosul.

<sup>10</sup> De acordo com o Governo brasileiro, o Brasil teve superávit maior que US\$ 6 bilhões no comércio exterior com os países do Mercosul. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/12/brasil-tera-superavit-superior-a-us-6-bi-em-2014>>. Acesso em 25 set. 2015.

**Quadro 5 - Sequências discursivas sobre o governo da Venezuela**

SEQUÊNCIA DISCURSIVA	EDITORIAL
SD36: “[Marco Aurélio] Garcia esteve com os seus <i>bons amigos</i> Raúl e Fidel Castro, além de se reunir com o vice chavista Nicolás Maduro, <i>príncipe regente e herdeiro designado da autocracia bolivariana.</i> ”	E01: O Brasil no jogo chavista
SD37: “Decerto também deve ter transmitido aos interlocutores a garantia da presidente [Rousseff] de que apoiará seja lá o que os chavistas e os seus mentores cubanos decidirem - <i>ainda que atropelando a Constituição criada pelo próprio regime...</i> ”	
SD38: “Hugo Chávez <i>reencarnou num passarinho</i> . A notícia foi dada pelo sucessor do caudilho venezuelano, o presidente <i>posticho</i> Nicolás Maduro... [...] Maduro, <i>claro, assoviou de volta, porque, entre outras qualidades fantásticas, ele entende a linguagem dos bichos, e percebeu que se tratava de Chávez emplumado.</i> ”	E05: Chávez, o passarinho
SD39: “Não se trata, pois, da eleição de um presidente, mas da <i>unção do filho de Deus</i> na Venezuela - e, nesse caso, seu opositor, Henrique Capriles, <i>só pode ser o diabo.</i> ”	
SD40: “A <i>beatificação</i> do falecido, como se sabe, começou logo depois de sua morte, mas, à medida que o tempo passa, os <i>hagiógrafos</i> estão <i>perdendo qualquer pudor.</i> ”	
SD41: “Como <i>entidade divina</i> , portanto, Chávez é <i>onipresente</i> , e as <i>leis terrenas não se aplicam a seus apóstolos.</i> ”	
SD42: “Se <i>havia necessidade</i> de alguma prova <i>adicional</i> de que há na Venezuela de hoje uma <i>brutal regressão da democracia</i> , a despeito do que pensam os simpatizantes do chavismo no governo brasileiro, <i>agora não há mais.</i> ”	
SD43: “A presidente Dilma Rousseff estenderá hoje o <i>tapete vermelho</i> a Nicolás Maduro, conferindo-lhe uma <i>legitimidade</i> que o presidente venezuelano <i>está muito longe de desfrutar em seu próprio país.</i> ”	
SD44: “A oposição acusa os chavistas de <i>fraudar</i> a votação, de <i>intimidar</i> eleitores e de usar a máquina administrativa de forma <i>irrestrita em favor do candidato governista, entre outras irregularidades.</i> ”	
SD45: “Ao mesmo tempo, Maduro e <i>sua truculenta militância</i> vêm empreendendo uma sistemática campanha para <i>destruir a oposição</i> , dona de metade dos votos na última eleição. [...] os chavistas agora <i>impuseram limites</i> à circulação de jornalistas na Assembleia Nacional.”	E05: Chávez, o passarinho
SD46: “Pois é esse ‘ <i>democrata</i> ’ que será <i>abraçado</i> por Dilma, de quem receberá o <i>apoio público e incondicional, mesmo diante de tantas arbitrariedades.</i> ”	
SD47: “Como se sabe, Maduro veio ao Brasil para <i>obter a legitimidade política que lhe falta na Venezuela</i> , graças à <i>truculência</i> com que ele está tratando a oposição.”	E11: Chá de cadeira em Dilma
SD48: “Tudo isso acontece em meio a uma <i>avassaladora crise econômica</i> , cujo lado mais <i>perverso e politicamente explosivo</i> é o desabastecimento de alimentos - que Maduro atribuiu à ‘ <i>sabotagem econômica</i> ’, sem reconhecer a <i>óbvia incompetência de seu governo.</i> ”	

Fonte: Autores (2015).

A partir da leitura das sequências discursivas acima, verifica-se que o *Estadão* não perde oportunidade para criticar o governo venezuelano. Ao afirmar, na SD36, que o então vice-presidente Nicolás Maduro seria o “príncipe regente e herdeiro designado da autocracia bolivariana”, o jornal equipara o modelo de governo venezuelano então vigente a uma monarquia. Na sentença, percebe-se o uso da hipérbole, figura de linguagem que, dentre outras tarefas, como reforçar a ironia, constitui um recurso de persuasão.

Mas é na SD38 que o jornal deixa transparecer mais fortemente seu desagrado por Maduro. Ao repetir a história, contada pelo então presidente, de que Chávez teria aparecido para ele em forma de um “passarinho”, *O Estado de S. Paulo* ironiza a situação, de forma a ressaltar a improbabilidade do relato.

A campanha eleitoral teria sido marcada, conforme o periódico, pela “beatificação” (SD40) de Chávez. O jornal chega a afirmar que não se trata da eleição de um presidente, mas da “unção do filho [Maduro] de Deus [Chávez] na Venezuela”. Com o triunfo de Maduro, o periódico passa a questionar a validade do resultado das eleições, conforme percebido na SD44. Um mês após o início da nova administração naquele país, o *Estadão* continua a atacar o presidente venezuelano, afirmando que Maduro se revelou “incapaz” solução para enfrentar uma “avassaladora” (SD48) crise econômica.

Diante do panorama venezuelano delimitado pelo jornal, o Brasil é acusado de apoiar a qualquer custo o regime, considerado antidemocrático (SD37, SD43, SD46, SD47), conferindo a Maduro uma legitimidade que, segundo o jornal, ele não possui em sua própria nação (SD43, SD47).

#### *FD5: A suspensão do Paraguai*

No final de junho de 2012, dois episódios simultâneos afetaram a dinâmica de funcionamento do Mercosul: a suspensão temporária do Paraguai e a entrada

da Venezuela no bloco. O processo conjunto de saída do Paraguai e de entrada da Venezuela no Mercosul é caracterizado pelo jornal como “golpe” (SD53 e SD54). Para *O Estado de S. Paulo*, a expulsão do Paraguai foi uma “decisão calculada” para “permitir o ingresso da Venezuela” (SD50, SD51) no bloco pela “porta dos fundos” (SD54).

**Quadro 6 - Sequências discursivas sobre a suspensão do Paraguai**

SEQUÊNCIA DISCURSIVA	EDITORIAL
SD49: “Ano passado, [Dilma] excluiu o Paraguai do Mercosul porque o colega Fernando Lugo foi destituído pelo Congresso... [...] Mas, na Venezuela, o chavismo fará o que bem entender com a Constituição... [...] - e não será Dilma quem objetará.”	E01: O Brasil no jogo chavista
SD50: “Numa decisão calculada para permitir o ingresso da Venezuela de Hugo Chávez no Mercosul, a que o Paraguai se opunha ferrenhamente, o país foi suspenso do bloco...”	E07: A volta dos colorados
SD51: “É por isso que Maduro parece muito à vontade entre seus pares bolivarianos no Mercosul, tão à vontade que, no auge do cinismo, se declarou favorável à volta do Paraguai ao bloco...”	E09: Em busca de legitimidade
SD52: “Restou a Dilma fazer um discurso curto, protocolar, em que exaltou a ‘parceria estratégica’ entre Brasil e Venezuela...”	E11: Chá de cadeira em Dilma
SD53: “No caso do Paraguai, esse descontentamento [com o Mercosul] é reforçado pelo tratamento imposto ao país depois da cassação do mandato do presidente Lugo. Esse tratamento foi parte de um golpe para facilitar a admissão da Venezuela bolivariana, uma democracia exemplar, segundo os governos petista e kirchnerista.”	E12: O mundo negocia sem o Brasil
SD54: “[trecho de estudo da Fiesp] ‘Não apenas as regras do Mercosul são suficientemente flexíveis para acomodar as prioridades dos membros [...] como há formas construtivas para acomodar as circunstâncias individuais de cada Estado.’ Mais que discutível, essa frase parece uma confissão: a Fiesp considera um exemplo de flexibilidade o golpe vibrado contra o Paraguai para que se pudesse admitir a Venezuela pela porta dos fundos?”	E15: Uma Fiesp bolivariana?

Fonte: Autores (2015).

No contexto, o jornal ainda retrata Dilma Rousseff como inconstante, ao “excluir” (SD49) o Paraguai do Mercosul e não objetar que os Chavistas façam “o que bem entenderem com a Constituição” (SD49), sugerindo dubiedade de posicionamento da presidente brasileira. O periódico aproveita para desqualificar os

governos petista e kirchnerista ao afirmar que, para ambos, a Venezuela seria uma “democracia exemplar” (SD53). Em suma, o jornal defende que a suspensão do Paraguai foi um artifício planejado pelos outros membros do bloco para facilitar a entrada da Venezuela, contribuindo para a desqualificação do bloco.

Quando boa parte dos editoriais caracteriza o presidente Nicolás Maduro como incompetente ou truculento, o jornal apresenta suas visões de mundo (reforçando o compromisso que assumiu com o leitor por meio do que está publicado no documento *Código de Conduta e Ética*, apresentado anteriormente), ao mesmo tempo em que demanda de seus leitores uma compreensão prévia sobre o que tais termos significam do ponto de vista político-histórico.

O jornal *O Estado de S. Paulo*, quando se define defensor da “liberdade”, por exemplo, reivindica para si um posicionamento expresso por meio do uso da língua, construindo, ao mesmo tempo, um princípio ideológico e uma relação (que pode ser de aproximação ou de afastamento, caso a audiência discorde) com o leitor. No caso, o editorial constrói um tipo de contrato singular, na medida em que o texto opinativo não necessariamente clama pela objetividade e pela imparcialidade, o que localiza o material em outro tipo de projeto discursivo.

A este ponto, já é possível retomar a discussão proposta por Steinberger (2005b, p. 24), para quem a comunicação de massa “tem hoje o poder de configurar mentalidades e, portanto, [pode angariar] o apoio necessário à consolidação do projeto de qualquer liderança internacional”. Em outras palavras, as transações entre os países e a imagem de líderes nacionais acabam sendo influenciadas pelos “modos de apresentação do mundo” propiciados pela comunicação de massa (especialmente, pelo Jornalismo) (p. 184). O mesmo ocorre quando determinadas visões são oferecidas como a única alternativa, em detrimento de outras, o que diminui a possibilidade de que discursos hegemônicos sejam contestados. É o caso dos modos através dos quais *O Estado de S. Paulo* caracteriza os vizinhos brasileiros, sentindo-se mais à vontade para criticá-los em espaço dedicado exclusivamente à

opinião da empresa.

Restringir-se à opinião do periódico faz, então, com que o leitor acabe rejeitando ou nem mesmo tendo a oportunidade de conhecer outras perspectivas – descarta-se, por exemplo, o fato de que o Brasil poderia se tornar referência para países em desenvolvimento, legitimando-se em outros fóruns de interesse para a diplomacia nacional. A ideia de ganho promovida pelo jornal *O Estado de S. Paulo* enfatiza o lucro na esfera econômica, deixando de lado o prestígio político que pode ser tão importante quanto a geração de riquezas.

### **Para concluir**

Charaudeau (2010) destaca, dentre as tarefas da comunicação de massa, a função de reguladora do cotidiano social, influenciando o que é percebido coletivamente como algo que merece aprovação ou reprovação. Mas o que dizer quando se lida com gêneros de opinião no Jornalismo? Que diferenças do ponto de vista da construção ideológica do discurso podem ser percebidas?

A fim de colaborar na reflexão sobre tais questões, a pesquisa teve como finalidade analisar o posicionamento editorial do jornal *O Estado de S. Paulo* acerca do Mercosul. Conforme Marques de Melo (2003, p. 104), embora os editoriais se dirijam formalmente à opinião pública, parte de sua função consiste em dialogar diretamente com os agentes representativos do estado, sinalizando como a empresa jornalística entende que os assuntos públicos devem ser orientados. Esse comportamento é visível no caso de *O Estado de S. Paulo*, que, frequentemente, sugere medidas e ações divergentes daquelas adotadas pelo governo.

Verificou-se que o Mercosul é retratado pelo periódico de forma regularmente negativa, corroborando-se a hipótese da investigação, o que tem o potencial de despertar no leitor um sentimento de descrença em relação ao futuro ou aos ganhos advindos a partir das negociações realizadas no âmbito do bloco. As figu-

ras de linguagem presentes no material, como a ironia, o sarcasmo e a hipérbole, estabelecem com o leitor uma relação de cumplicidade interpretativa (BENETTI, 2007), tentando induzi-lo a concordar com o discurso do jornal.

Na primeira FD identificada, o bloco é percebido como um entrave ao Brasil e apontado como uma das razões pelas quais o país não conseguiria obter melhor êxito econômico. A política externa brasileira e a gestão petista, particularmente, são retratadas na segunda FD como grandes culpados pela frágil posição do Brasil perante o comércio internacional – o governo é caracterizado como detentor de ideais pouco pragmáticos do ponto de vista do comércio.

A terceira FD, ao construir a imagem da Argentina como protecionista e problemática, aponta-a como uma das principais culpadas pela crise do bloco econômico. A Venezuela, na quarta FD, é retratada como um país antidemocrático e em grave crise econômica, o que a tornaria um parceiro comercial e político desinteressante. A quinta FD, que diz a respeito à questão da suspensão do Paraguai e da entrada da Venezuela do bloco, é mais um argumento cuja interpretação reforça a perspectiva do jornal de que o Mercosul seria irrelevante no cenário mundial.

É verdade que nem todos os analistas concordam com o diagnóstico de que o bloco tem fracassado em suas tentativas de integração (BATISTA JR., 2008). O jornal, por outro lado, assume uma postura incisiva em seus editoriais e, com isso, esforça-se para persuadir os leitores a perceberem a realidade de acordo com o quadro que ele constrói (SOUZA, 2006).



## Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE, A. Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. *Contracampo*, v. 4, p. 23-57, 2000.
- ALMEIDA, P. R. O Brasil e os blocos regionais: soberania e interdependência. *São Paulo em Perspectiva*, v. 16, nº 1, p. 3-16, 2002.
- ARROYO, M.; ZUSMAN, P. *Argentina e Brasil: possibilidades e obstáculos no processo de integração territorial*. São Paulo: Humanitas, 2010.
- ASSOCIAÇÃO Nacional de Jornais (ANJ). *Maiores jornais do Brasil*. Disponível em <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em 19 set. 2015.
- BATISTA JR., P. N. A América do Sul em movimento. *Revista de Economia Política*, v. 28, nº 2, p. 226-238, 2008.
- BELTRÃO, L. *Iniciação à filosofia do Jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1960.
- \_\_\_\_\_. *Jornalismo Opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BENETTI, M. Análise do Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (org.). *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BERNAL-MEZA, R. Argentina y Brasil en la Política Internacional: regionalismo y Mercosur (estrategias, cooperación y factores de tensión). *Revista Brasileira de Política Internacional*, v. 51, nº 2, p. 154-178, 2008.
- BIJOS, L.; CAVALCANTE, D. O. *Reflexões a respeito da entrada da Venezuela no Mercosul*. In: Jornadas de la Asociación Argentina de Historia de las Relaciones Internacionales, 14., 2013. Buenos Aires, *Anais...* Buenos Aires: Asociación Argentina de Historia de las Relaciones Internacionales, 2013.
- BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. Orgulho e preconceito: a 'objetividade' como mediadora entre o jornalismo e seu público. *Opinião Pública*, v. 18, nº 1, p. 22-43, 2012.
- BOITO JR, A.; BERRINGER, T. Brasil: Classes Sociais, Neodesenvolvimentismo e política externa nos governos Lula e Dilma. *Revista de Sociologia e Política*, v. 21, nº 47, p. 31-38, 2013.
- BRASIL. Decreto no 7.859, de 6 de dezembro de 2012. Promulga o Protocolo de Adesão da República Bolivariana da Venezuela ao Mercosul. *Diário Oficial da União*, Brasília, 7 dez. 2012. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/decreto/d7859.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7859.htm)>. Acesso em 19 set. 2015
- CAMARGO, L. H. K.; GABIATTI, D. A.; MELLO, R. T. O processo de impeachment do ex-presidente paraguaio Fernando Lugo: observando o fenômeno jurídico material à luz da teoria crítica do direito. *Unoesc & Ciência - ACSA*, v. 3, nº 2, p. 157-170, 2012.

- CAMPOS, C. L. O. Estratégias de referenciação no discurso midiático – práticas ideológicas de inclusão e exclusão de dizeres no discurso sobre a guerra. *Linguagem em (Dis)curso*, v. 10, nº 1, p. 43-67, 2010.
- CAPELLE, M. C. A.; MELO, M. C. O. L.; GONÇALVES, C. A. Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 5, nº 1, p. 1-15, 2003.
- CELLI JUNIOR, U. Teoria geral da integração. In: MERCADANTE, A. de A.; CELLI JUNIOR, U.; ARAÚJO, L. R. de (Org.). *Blocos econômicos e integração na América Latina, África e Ásia*. Curitiba: Juruá, 2006. p. 19-37.
- CHAGAS, V. Papel de embrulhar peixe: uma análise sobre o modelo econômico de distribuição dos jornais e seus prognósticos. *Contemporanea*, v. 12, p. 410-427, 2014.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.
- COOK, T. E. *Governing with the news*. Chicago: The University of Chicago Press, 2005.
- ENTMAN, R. M. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2004.
- ‘ESTADO’ é o jornal mais admirado pela 12ª vez. *O Estado de S. Paulo*. 01/12/2014. Disponível em < <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estado-e-jornal-mais-admirado-pela-12-vez,1600775> >. Acesso em 19 set. 2015.
- FOLETTTO, R. De bispo a presidente: construções histórico-midiáticas do presidente paraguaio Fernando Lugo nas revistas semanais brasileiras. *Estudos em Comunicação*, nº 10, p. 227-243, 2011.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. H. The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, v. 2, nº 1, p. 64-90, 1965.
- GEHRE, T. “Dança das cadeiras no Mercosul”: uma avaliação crítica. *Boletim Meridiano* 47, v. 13, nº 133, p. 47-53, 2012.
- GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- GRUPO ESTADO. *Código de ética e conduta*. Disponível em <[http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo\\_de\\_etica\\_miolo.pdf](http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo_de_etica_miolo.pdf)>. Acesso em 19 set. 2015.
- LISBOA, S. S. M. *Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência*. 112 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.
- MACADAR, B. M. B. As relações comerciais Brasil-Argentina: Evolução recente. *Indicadores Econômicos FEE*, v. 37, nº 2, p. 1-10, 2009.
- MANHÃES, E. Análise do discurso. In: DUARTE, J.; BARROS, ANTONIO (Org.). *Métodos e*

*técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES DE MELO, J. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no Jornalismo brasileiro*. Campos de Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

MARQUES, F. P. J. A.; MIOLA, Edna; SIEBRA, N. Jornalismo, Assessoria de Imprensa e seus condicionantes organizacionais: Uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo. *Animus*, v. 13, n° 25, p. 145-166, 2014.

MAYRINK, J. M. *Trajatória de um jornalista liberal, Júlio de Mesquita Filho*. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/artelazer,trajetoria-de-um-jornalista-liberal-julio-de-mesquita-filho,471570,0.htm>>. Acesso em 19 set. 2015.

\_\_\_\_\_. *Uma vida de 136 anos e cada vez mais novo*. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,uma-vida-de-136-anos-e-cada-vez-mais-novo,661749,0.htm>>. Acesso em 19 set. 2015.

MAZIÈRE, F. *A análise do discurso: história e práticas*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

MERCOSUL - Portal Oficial. *Saiba mais sobre o MERCOSUL*. Disponível em <<http://www.mercosul.gov.br/saiba-mais-sobre-o-mercosul>> Acesso em 19 set. 2015.

MERCOSUL *suspende Paraguai e anuncia adesão da Venezuela*. Disponível em <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/06/mercosul-suspende-paraguai-e-anuncia-adesao-da-venezuela.html>>. Acesso em 19 set. 2015.

MONT'ALVERNE, C.; MARQUES, F. P. J. A. A opinião da empresa no Jornalismo brasileiro: Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 12, n° 1, p. 121-137, 2015.

PALACIOS, A.; VILLAVERDE, J. *Presidente eleito do Paraguai rejeita voltar a Mercosul liderado por Caracas*. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,presidente-eleito-do-paraguai-rejeita-voltar-a-Mercosul-liderado-por-caracas-,1052922,0.htm>>. Acesso em 19 set. 2015.

PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

\_\_\_\_\_. *Remontémonos de Foucault a Spinoza*. In: TOLEDO, Mario Monforte (org.). *El discurso político*. Cidade do México: Universidad Nacional Autónoma de México y Editorial Nueva Imagem, 1980.

PENA, F. *Teoria do Jornalismo*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

RITTNER, D. *Mercosul revoga suspensão ao Paraguai*. Disponível em <<http://www.valor.com.br/internacional/3196986/mercosul-revoga-suspensao-ao-paraguai>>. Acesso em 19 set. 2015.

RODRIGUES, T. S. F.; PAULA, N. M. de. A agricultura nas negociações multilaterais da Rodada Doha e suas implicações para o Brasil. *Revista de Economia*, v. 34, n° 2, p. 95-115, 2008.

SCHEMBIDA, R. E. *Las bases de la inestabilidad: cultura e instituciones políticas en Paraguay*.

*Revista Paraguay Desde Las Ciencias Sociales*, nº 1, p.149-172, 2012.

SCHUDSON, M. *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Cambridge: Polity, 2008.

SILVA, M. A.; JOHNSON, G. A.; ARCE, A. M. O MERCOSUL em seu labirinto: desafios da Integração Regional. *Revista de Geopolítica*, v. 4, nº 1, p. 52-64, 2013.

SILVEIRA, M. C. O Jornalismo como Usina de Preconceito: A Propagação de Estereótipos nos Países do MERCOSUL e o Caso Paraguaio. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 2, p. 32-43, 2005.

SOARES, G. A. D. A América Latina na imprensa brasileira. *Opinião Pública*, v.10, nº 1, p. 63-90, 2004.

SOUSA, L. S. C. Mercosul, sociedade e opinião: exercícios de hegemonia na página de opinião da Folha de S. Paulo. *Carta Internacional*, v. 3, nº 3, p.17-22, 2008.

SOUTO MAIOR, L. A. P. O Brasil e o regionalismo continental frente a uma ordem mundial em transição. *Revista Brasileira de Política Internacional*, v. 49, nº 2, 2006.

SOUZA, M. M. *Transitividade e construção de sentido no gênero editorial*. 418 f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2006.

STEINBERGER, M. B. Jornalismo e imaginário internacional sobre o Mercosul. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 2, nº 2, p. 63-73, 2005.

\_\_\_\_\_. *Discursos geopolíticos da mídia: Jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: Cortez, 2005.

STURARO, G. W.; FROTA, A. F. M. A suspensão do Paraguai e a entrada da Venezuela: Implicações para o regime de defesa coletiva da democracia no Mercosul. *Revista Conjuntura Austral*, Porto Alegre, v. 3, nº 13, p.45-53, 2012.

TERUCHKIN, S. U. Ampliação do Mercosul: a adesão da Venezuela. *Indicadores Econômicos FEE*, v. 34, nº 3, p. 45-50, 2006.

TUCHMAN, G. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *The American Journal of Sociology*, v. 77, nº 4, p. 660-679, 1972.

VIGEVANI, T.; MARIANO, M. P.; MENDES, R. G. Instituições e conflitos comerciais no Mercosul. *São Paulo em Perspectiva*, v. 16, nº 1, p. 44-53, 2002.

WEBER, R.P. *Basic content analysis*. Sage University Papers Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, 1990.

*Editoriais utilizados como corpus da pesquisa (em ordem cronológica de publicação)*

- O BRASIL no jogo chavista. *O Estado de S. Paulo*. 09/01/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-brasil-no-jogo-chavista,-982138,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- POBREZA de ideias. *O Estado de S. Paulo*. 30/01/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,pobreza-de-ideias,-990695,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- O MUNDO gira sem o Mercosul. *O Estado de S. Paulo*. 12/03/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-mundo-gira-sem-o-Mercosul,-1007616,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- O ALVO do governo Kirchner. *O Estado de S. Paulo*. 19/03/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-alvo-do-governo-kirchner,-1010487,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- CHÁVEZ, o passarinho. *O Estado de S. Paulo*. 04/04/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,chavez-o-passarinho,-1016837,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- ATRATIVOS do Paraguai. *O Estado de S. Paulo*. 16/04/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,atrativos-do-paraguai,-1021503,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- A VOLTA dos Colorados. *O Estado de S. Paulo*. 23/04/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,a-volta-dos-colorados,-1024332,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- UMA REUNIÃO vazia. *O Estado de S. Paulo*. 27/04/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,uma-reuniao-vazia,-1026069,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- EM BUSCA de legitimidade. *O Estado de S. Paulo*. 09/05/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,em-busca-de-legitimidade,-1029975,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- UM BRASILEIRO na OMC. *O Estado de S. Paulo*. 09/05/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,um-brasileiro-na-omc,-1029970,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- CHÁ de cadeira em Dilma. *O Estado de S. Paulo*. 11/05/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,cha-de-cadeira-em-dilma,-1030686,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- O MUNDO negocia sem o Brasil. *O Estado de S. Paulo*. 29/05/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-mundo-negocia-sem-o-brasil,-1036719,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.
- MÁ diplomacia, mau comércio. *O Estado de S. Paulo*. 05/06/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,ma-diplomacia-mau-comercio,-1039002,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.

MÁ lição para novos diplomatas. *O Estado de S. Paulo*. 19/06/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,ma-licao-para-novos-diplomatas-,1044165,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.

UMA FIESP bolivariana? *O Estado de S. Paulo*. 20/06/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,uma-fiesp-bolivariana-,1044609,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.

O ACORDO automotivo, de novo. *O Estado de S. Paulo*. 22/06/2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-acordo-automotivo-de-novo-,1045548,0.htm>>. Acesso em 15 set. 2015.

## CAPÍTULO IV

# O IMPACTO DA SÉRIE ‘DIÁRIOS SECRETOS’ NAS REELEIÇÕES DOS DEPUTADOS ESTADUAIS NELSON JUSTUS E ALEXANDRE CURI NO PARANÁ EM 2010

Renan Colombo

**E**ste artigo consiste em um estudo comparativo entre os padrões geográficos de votação dos deputados estaduais paranaenses Nelson Justus (DEM) e Alexandre Curi (PMDB)<sup>1</sup> nos pleitos de 2006 e 2010. O trabalho tem por objetivo diagnosticar, a partir das diferenças de bases geoeleitorais entre uma eleição e outra, o impacto da série de reportagens “Diários Secretos”, do jornal *Gazeta do Povo*, de Curitiba, sobre a votação dos candidatos em 2010 – à época, Justus e Curi ocupavam, respectivamente, a presidência e a primeira secretaria da Assembleia Legislativa do Paraná (Alep).

A série de reportagens expôs, a partir de março de 2010, um escândalo de mau uso do dinheiro público na Alep, estruturado por meio da ocultação de Diários Oficiais contendo atos ilícitos como a contratação de funcionários fantasmas, que

<sup>1</sup> Os nomes completos dos candidatos são Alexandre Maranhão Khury e Nelson Roberto Plácido Silva Justus, mas este trabalho se refere a ambos como Alexandre Curi e Nelson Justus, respectivamente, porque tais são os nomes pelos quais ambos são conhecidos no campo político.

ficou conhecido como “Diários Secretos” e que deu visibilidade negativa aos dois deputados naquele ano, dada a posição que ocupavam na Mesa Diretora da Alep. Cerca de 80% das chamadas de capa da *Gazeta do Povo* que fizeram referência a Nelson Justus durante o escândalo<sup>2</sup> tiveram valência negativa (ALVES, 2011).

Mesmo a série de reportagens tendo sido publicada em ano eleitoral e criado um ambiente informativo desfavorável aos candidatos, ambos se reelegeram em 2010 com pequena variação no número final de votos em relação a 2006. Houve crescimento de 850 votos (0,48%) na votação conjunta de ambos no pleito mais recente. Essa expansão é resultado da votação de Alexandre Curi, o único que somou mais votos em 2010 na comparação com a eleição anterior, como se vê na tabela abaixo.

**Tabela 1 - Votos de Alexandre Curi e Nelson Justus em 2006 e em 2010**

Candidato	Votos		Saldo
	2006	2010	
Alexandre Curi	131.988	134.233	2.245
Nelson Justus	44.430	43.035	-1.395
Soma dos candidatos	176.418	177.268	850

Fonte: TSE (2011a, 2011b).

Diante disso, Alves (2011) analisa a correlação entre as reportagens e a votação dos candidatos e diagnostica o que chama de “efeito teflon”; ou seja, a falta de efeitos concretos das denúncias sobre os candidatos, visto que “(...) a série de denúncias intitulada ‘Diários Secretos’ refletiu timidamente no processo eleitoral dentro dos padrões aqui analisados, pois, os principais personagens envolvidos, os deputados Nelson Justus e Alexandre Curi alcançaram reeleição” (p. 18).

<sup>2</sup> Nelson Justus foi citado em 60 de 136 chamadas de capa analisadas, tendo visibilidade negativa em 49 (81,3%) delas. Esteve ainda em duas chamadas (3,3%) com valência neutra e em nove chamadas (15,0%) com valência positiva.



Nota-se, porém, uma diferença significativa entre os padrões geográficos de distribuição dos votos nos dois pleitos, o que põe em xeque a conclusão apresentada por Alves e indica que é necessária uma investigação mais profunda do possível impacto do jornal nas votações dos candidatos.

Houve, por parte de ambos, migração de votos de Curitiba para o interior do Paraná entre 2006 e 2010, com ampliação do número de municípios onde ambos receberam votos: 14 a mais para Curi (chegando a 319) e 19 a mais para Justus (chegando a 230). A capital deixou de ser o principal colégio eleitoral da dupla: em 2010, Curi perdeu em Curitiba cerca de 70% votos que fizera em 2006, enquanto Justus teve queda de 43%, na mesma base de comparação.

**Tabela 2 - Votação detalhada de Alexandre Curi e Nelson Justus em 2006 e 2010**

Candidato		Saldo total	Saldo em Curitiba	Cidades onde foi votado
Alexandre Curi	N	2.245	-7.479	14
	%	1,70%	-70,20%	4,59%
Nelson Justus	N	-1.395	-1.824	19
	%	-3,10%	-43,30%	9,00%

Fonte: TSE (2011a, 2011b).

É especialmente importante para este estudo a queda acentuada de votos de ambos os candidatos em Curitiba, pois é nesta cidade que a *Gazeta do Povo*, responsável pela série de reportagens, concentrava, em outubro de 2010, 75% de seus assinantes, o que correspondia, na época, a 38 mil leitores.

O objetivo desta pesquisa, portanto, é medir, a partir da investigação das mudanças nos padrões geográficos de votação de Alexandre Curi e Nelson Justus entre 2006 e 2010 (variável dependente), o possível impacto eleitoral do noticiário negativo da *Gazeta do Povo* durante o escândalo dos “Diários Secretos” (variável independente) no último pleito. Busca-se resposta à seguinte pergunta: como a série de reportagens “Diários Secretos” impactou o desempenho eleitoral de Nelson

Justus e Alexandre Curi em 2010, ante 2006? Aprofundando a questão, chega-se a este questionamento: a constatação da reeleição de ambos é suficiente para afirmar a ausência de efeitos da campanha jornalística realizada pelo jornal?

O método proposto para se analisar a questão é um estudo comparativo, feito em duas etapas, para investigar as diferenças entre os padrões de distribuição espacial dos votos nos pleitos de 2006 (antes do escândalo) e 2010 (depois do escândalo), com um cruzamento entre as estatísticas de distribuição de votos dos candidatos e a penetração geográfica do jornal *Gazeta do Povo*. Na primeira etapa, a unidade de análise são os municípios do Paraná onde os candidatos receberam votos em 2006 e/ou 2010, de forma a testar a hipótese de migração de votos para as cidades em que o jornal tem circulação reduzida ou nula. Na segunda etapa, são consideradas as dez zonas eleitorais de Curitiba, também ordenadas pelo número de assinantes do jornal, buscando identificar diferenças resultantes da maior ou menor presença do jornal.

Ressalta-se que o trabalho não pretende explicar a votação dos candidatos em 2010 a partir do jornal, mas aferir uma possível relação entre a série de reportagens e o padrão de votação dos candidatos, na comparação entre os pleitos de 2006 e 2010. Este estudo filia-se à Comunicação Política<sup>3</sup> e se mostra importante na medida em que está construído a partir de uma lacuna do campo, que é a pesquisa dedicada a verificar o impacto da cobertura midiática no desempenho eleitoral de candidatos.

## **O escândalo dos “Diários Secretos”**

As reportagens da série “Diários Secretos” foram publicadas a partir de

<sup>3</sup> A Comunicação Política é entendida como um campo interdisciplinar entre a Comunicação e as Ciências Sociais e Política que surge no Brasil, em formato contemporâneo, a partir da década de 1970 (RUBIM; AZEVEDO, 1998).

16 de março de 2010<sup>4</sup> e se estenderam com elevada periodicidade por alguns meses – é difícil estabelecer um fim preciso, pois novas reportagens eram publicadas à medida que novos fatos surgiam, e os desdobramentos do caso se estendem até o presente. Alves (2011) considerou o período entre 16 de março de 2010, data de publicação da primeira reportagem<sup>5</sup>; e 10 de outubro de 2010, momento pós-eleitoral. Tal recorte é adotado aqui. As principais reportagens também foram veiculadas pela RPCTV, emissora afiliada da Rede Globo no Paraná e do mesmo grupo empresarial da *Gazeta do Povo*, o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCom)<sup>6</sup>.

Em síntese, as reportagens mostraram que, por meio da ocultação da divulgação de centenas de Diários Oficiais (documentos que relatam os atos administrativos da Casa, como contratações e exonerações de servidores), a Assembleia contratava funcionários fantasmas ou “laranjas”, cujos salários eram desviados, em um grande esquema de lavagem de dinheiro. Tais diários oficiais eram lançados avulsamente, fora da ordem regular, e, por isso, não chegavam ao conhecimento do público.

Ribeiro (2013) apura que a estratégia do jornal foi apresentar acusações em duas etapas: denunciando a participação no esquema de diretores administrativos da Alep; e trazendo acusações contra os deputados responsáveis pela gestão da Casa.

A partir da segunda fase, a visibilidade de Nelson Justus na série de reportagens chega ao nível mais negativo, com o início de uma campanha do

<sup>4</sup> É possível ler todas reportagens da série no seguinte endereço eletrônico: [www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-secretos/](http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-secretos/).

<sup>5</sup> As investigações jornalísticas que precederam a publicação da primeira reportagem duraram cerca de dois anos, período no qual os quatro jornalistas que assinam a série (Karlos Kohlbach, Katia Brembatti, James Alberti e Gabriel Tabatcheik) consultaram em torno de 724 diários oficiais da Assembleia Legislativa do Paraná, publicados entre 1998 e 31 de março de 2009. Assim, os documentos revelam fatos ocorridos em um período de dez anos.

<sup>6</sup> Trata-se do maior conglomerado de comunicação do Paraná, que, até o primeiro semestre de 2016, possuía dois jornais diários (*Gazeta do Povo* e *Tribuna*), um portal de notícias (*Paraná Online*), oito emissoras de TV afiliadas à Rede Globo (*RPCTV*) e duas rádios (*98FM* e *Mundo Livre FM*).

jornal para que o deputado renuncie ao cargo de presidente da Assembleia. Em 8 de abril, chamada de capa mostra uma cobrança da sociedade civil e de alguns partidos pela renúncia: “OAB, PPS e PV defendem afastamento de Justus”. No dia seguinte, o jornal publica em editorial em que defende a saída de Justus. A campanha se estendeu por um longo período, mas acabou frustrada, já que ele se manteve na presidência da Assembleia.

A série trouxe exatamente um terço do total de matérias do escândalo como manchete do jornal – em cerca de 80% dos casos, com viés negativo (ALVES, 2011). Justus figura em cerca de 20% das manchetes e Curi, em 8%, como se vê a seguir.

**Tabela 3 - Citações a Alexandre Curi e Nelson Justus na capa da Gazeta do Povo\***

Candidato		Chamadas de capa	Manchetes
Alexandre Curi	N	23	11
	%	16,90%	8,00%
Nelson Justus	N	60	27
	%	44,10%	19,80%

\*Entre março e outubro de 2010

Fonte: Alves (2011).

Esse conjunto de dados revela como não apenas as notícias da série “Diários Secretos” estiveram em evidência nas capas e manchetes da *Gazeta do Povo*, mas também como os deputados – principalmente Nelson Justus – tiveram seus nomes ligados ao fato, com responsabilização e cobranças, gerando muita visibilidade negativa.

A partir do reconhecimento que obteve, do autorreferenciamento que promoveu e dos objetivos políticos que articulou e defendeu, a série “Diários Secretos” acabou por praticar o que, em um neologismo, chamaremos de “jornalismo de campanha”; ou seja: uma cobertura noticiosa que se afastou dos princípios de imparcialidade e neutralidade, que formam o modelo vigente no Jornalismo comercial brasileiro (BUCCI, 2000), para o uso extensivo de recursos interpretativos

e valorativos nos textos com vistas à defesa pública e insistente de determinados posicionamentos. No caso, pedia-se, especialmente em editoriais<sup>7</sup>, o afastamento de Nelson Justus e Alexandre Curi de seus cargos.

Do ponto de vista conceitual e diante das características que apresenta, a série pode ser classificada como escândalo midiático, a partir da Teoria Social do Escândalo (THOMPSON, 2002).

Em relação à *Gazeta do Povo*, tratava-se do jornal de maior circulação no Paraná, com cerca de 50 mil assinantes, em outubro de 2010. Os leitores do periódico se concentravam na região Leste do estado, que engloba Curitiba e região metropolitana, e o Litoral. Na capital, o jornal tinha 38.186 assinantes (75% do total)<sup>8</sup>. Havia pequena penetração nas demais regiões do Estado. Londrina e Maringá, no Norte e as cidades mais populosas do interior, eram apenas a 7ª e a 11ª em número de assinantes. O jornal deixou de circular em versão impressa diária em 2017. Passou, então, a contar com uma edição semanal, veiculada aos fins de semana e com teor analítico. As informações factuais se concentram no site do jornal, atualizado continuamente.

## **Debate sobre os efeitos da mídia**

Em linhas gerais, os estudos de Comunicação Política sobre os efeitos da mídia estão situados entre dois eixos antagônicos: um que subestima e outro que superestima o poder de influência dos meios de comunicação sobre os receptores das mensagens midiáticas, inclusive as de cunho político-eleitoral (ALDÉ; VEIGA, 2004).

<sup>7</sup> Contundente neste sentido é o editorial de 9 de março de 2010, três dias a publicação da primeira denúncia contra Nelson Justus, acusado de manter uma rede de influências que se relacionava com as contratações ilegais da Assembleia. “É urgente o afastamento do presidente da Assembleia Legislativa, Nelson Justus (DEM), para que se possa obter êxito na apuração das denúncias que rondam o Legislativo paranaense”, diz o texto.

<sup>8</sup> Os dados de circulação se referem a outubro de 2010, data das eleições estudadas neste trabalho, e foram repassados ao pesquisador pela direção do jornal.

Tal divisão é identificada na extensiva análise e catalogação dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais brasileiras pós-ditadura feita por Colling (2006). Do ponto de vista do impacto dos meios de comunicação sobre os eleitores e o cenário da disputa, os estudos são classificados em uma escala que compreende a atribuição de efeitos “pouco significativos”, “significativos” e “muito significativos” à cobertura noticiosa (p. 48). O autor aponta que, ao longo das quatro eleições compreendidas entre 1989 e 2002, não é possível identificar uma tendência inequívoca nos estudos, já que há variação, de pleito para pleito, do eixo interpretativo dominante. Esse cenário equilibrado o leva à conclusão de que “o impacto da mídia sobre os eleitores e o cenário ainda gera muitas controvérsias” entre os pesquisadores da área (idem, p. 418).

As divergências sobre o impacto da mídia nas eleições estão baseadas, sobretudo, em visões díspares sobre a autonomia dos sujeitos/eleitores diante dos meios de comunicação de massa. Tais visões, ao longo do tempo, alternaram-se na hegemonia dos estudos dessa área, como uma espécie de pêndulo que ocupa diferentes posições conforme o período em questão.

No campo da comunicação, o que se convencionou chamar de estudos de recepção ou audiência tem se alinhado segundo dois eixos antagônicos, alternando teorias que contrapõem, de um lado, a concepção dos meios de comunicação como todo-poderosos, que atribui os efeitos da comunicação, via mídia, exclusivamente à ação do emissor sobre o receptor, relegando a este um papel mais ou menos passivo; do outro, a ênfase na capacidade interpretativa do receptor que, como qualquer leitor, pode modificar o significado das mensagens, de acordo com suas próprias contingências (ALDÉ; VEIGA, 2004, p. 485).

A despeito das diversas interpretações, uma tendência identificada por Colling (2006) é o crescimento gradual do reconhecimento da autonomia do eleitor diante da mídia. Parte-se de um cenário em que o cidadão é quase nulo, como em 1989; para se chegar, no pleito de 2002, o mais recente a ser analisa-

do, a um contexto de estudos em que “o receptor passou a ser mais considerado como capaz de negociar com os conteúdos recebidos via mídia”, o que denota que os acadêmicos “reconheceram com mais intensidade a complexidade das relações entre a mídia e os eleitores” (p. 402).

As teorias desenvolvidas desde a década de 1980 se caracterizam por uma busca de equilíbrio na relação entre emissor e receptor, pois compreendem que o processo comunicativo e a construção de sentido para a mensagem têm origem em uma negociação entre esses dois agentes.

O sentido, por unívoco que possa parecer no momento da emissão da mensagem, só emerge totalmente na interação específica com o espectador concreto. (...) Embora as condições de cada pessoa envolvida em seu consumo modulem a dita recepção, uma visão negociada da relação entre mídia e audiência concebe a mídia como um quadro de referência privilegiado em termos da elaboração de explicações para a política (ALDÉ; VEIGA, 2004, p. 485).

Outro traço marcante das teorias contemporâneas é o reconhecimento de que a comunicação não é um elemento que age sozinho na construção da opinião pública, mas se relaciona com uma série de outras variáveis, cuja importância só pode ser determinada pelas características de cada processo comunicativo em si. “Os efeitos da mídia são variados, de acordo com as situações específicas em que se inserem, e sofrem a ação de contratendências e resistências” (MIGUEL, 2002).

É no contexto de tal debate e ressaltando tamanha complexidade do processo informativo que nos lançamos a campo para medir a possível influência das reportagens no desempenho eleitoral dos candidatos.

O referencial teórico considerado neste artigo também se apoia na ideia de agendamento da mídia. O conceito foi apresentado nos anos 1970 por Maxwell McCombs e Donald Shaw, ganhou consistência nas décadas seguintes, com a incorporação de novos conceitos (enquadramento e *priming*), e permanece bastante atual. A formulação da ideia de agendamento configurou o que D'Ádamo

*et al.* (2000) consideram o terceiro paradigma dos estudos sobre os efeitos da mídia, na década de 1970, sucedendo as matrizes dos efeitos ilimitados (década de 1930) e dos efeitos limitados (década de 1940) (p. 58).

A ideia-força do agendamento estabelece que, em sua cobertura noticiosa, a mídia coloca ênfase em determinadas questões, atraindo a atenção do público para elas e, dessa maneira, sugerindo “sobre o que” as pessoas devem pensar. Em outras palavras, os meios de comunicação agendam o debate público, donde a origem do termo (MCCOMBS; SHAW, 1972, p. 177). A cobertura da imprensa constitui, assim, “el mapa que sirve de guía a la opinión pública en su travesía a través de los espacios públicos y políticos” (D’ÁDAMO *et al.*, 2000, p. 62).

Assim, a ideia do agendamento aplicada ao nosso objeto de estudo pressupõe o raciocínio de que a *Gazeta do Povo* agendou o debate sobre o escândalo midiático dos “Diários Secretos” entre os leitores, levando-os a pensar sobre o caso e, em estágio final, influenciando-os, em maior ou menor grau.

## **Geografia eleitoral e comportamento do eleitor**

O formato da pesquisa empírica filia este estudo à escola da Geografia Eleitoral, ramo da Geografia Política, sendo esta uma área interdisciplinar entre Ciência Política e Geografia Política, conforme classificação de Trigal e Del Pozo (1999). A filiação se dá porque este artigo utiliza as variáveis dependente e independente em perspectiva geográfica, relacionando-as a unidades de análise espaciais: os municípios do Paraná, em um primeiro momento; e as zonas eleitorais de Curitiba, na etapa seguinte.

A escola da Geografia Eleitoral, que Zavala classifica como um “enfoque metodológico” (2012), parte da premissa de que é possível apontar influências geográficas no comportamento eleitoral, tal qual se faz neste estudo. Diante disso, as pesquisas do campo dedicam-se a “(...) conocer los patrones espaciales



del voto, en función del apoyo otorgado a los partidos políticos por parte del electorado y la relación de dicha preferencia con las características demográficas, socioeconómicas y espaciales de la población” (GONZÁLES *apud* ZAVALA, 2012, p. 83). Não faremos testes tão amplos em nossa pesquisa empírica, que se limitará a investigar os padrões espaciais de distribuição de votos dos candidatos.

Taylor relaciona quatro processos ou efeitos estruturais que podem interferir na tomada de decisão do eleitor, e cabe aqui reproduzir um deles, que tem relação com nosso objeto de estudo. Trata-se do “efeito de proteção local”, que ocorre quando certo tema da eleição tem mais importância em determinado local do que em outro(s) (*apud* TRIGAL; DEL POZO, 1999, p. 187). Tal efeito é observado por Dellavigna e Kaplan (2007), que encontraram consistentes evidências empíricas de que o acesso ao canal de televisão a cabo Fox News potencializou as chances de eleitores votarem no candidato republicano nas eleições presidenciais norte-americanas de 2000, em comparação com cidadãos que não assistiam ao canal<sup>9</sup>.

A lógica do estudo é idêntica à nossa: a presença ou a ausência de um veículo de comunicação em diferentes localidades tem como resultado, em face da cobertura jornalística realizada e das diferenças produzidas pelo acesso ou não ao veículo, influência na tomada de decisão do eleitor, reforçado a importância do fator geográfico.

O campo da Geografia Eleitoral evoca, assim, a teoria do contextualismo geográfico, que, em contraposição à visão individualista, considera que o ambiente sociogeográfico, por meio de processos complexos de interação entre os indivíduos que a ele pertencem, pode exercer influência sobre a decisão do voto

<sup>9</sup> Dellavigna e Kaplan (2007) priorizaram o fator geográfico, ao comparar a variação do percentual de voto republicano, entre 1996 e 2000, período em que o canal Fox News ingressou no mercado, em dois conjuntos de cidades: as que, em 2000, ofereciam o canal a seus moradores e as que, naquele mesmo ano, não dispunham do serviço – a cobertura parcial de emissoras é comum nos Estados Unidos, dada a estrutura comercial das empresas locais de televisão a cabo.

(SOARES; TERRON, 2008, p. 225). O contextualismo geográfico preconiza, ainda, a ideia de que não se pode compreender a política fora do contexto em que ela ocorre nem das relações sociais que este contexto enseja (idem). Numa palavra, Trigal e Del Pozo (1999) afirmam que, na geografia eleitoral, “el territorio adquiere, pues, personalidad sociológica” (p. 196).

Embora este capítulo utilize dados eleitorais agregados, sem análises individuais da tomada de decisão do eleitor, é importante falar brevemente sobre comportamento eleitoral, de forma a estabelecer uma referência conceitual de fundo para o estudo. Conforme o termo “personalidad sociológica” sugere, uma das correntes explicativas do voto que se adéquam ao nosso trabalho é a sociológica – a literatura da área é composta por, além dessa, mais duas correntes explicativas elementares: psicológica e teoria da escolha racional. A vertente sociológica considera que o contexto sociocultural e econômico do indivíduo é, a partir dos processos de interação dos círculos sociais, determinante na construção do posicionamento eleitoral.

Os estudos contemporâneos, porém, observam que, isoladamente, as teorias elementares são insuficientes para explicar a complexidade do comportamento eleitoral brasileiro<sup>10</sup> (RADMANN, 2011). Em razão disso, nosso referencial teórico é complementado com a adoção da teoria da escolha racional, que se sustenta na ideia de que o eleitor é racional e tende a maximizar seus benefícios, razão pela qual apresenta um comportamento satisfacionista e opta pelo candidato que parece lhe apresentar a melhor relação custo/benefício (DOWNS, 1999).

O embasamento teórico também passa por Zaller (1992), que sustenta uma teoria da dinâmica da opinião pública segundo a qual o nível de exposição

<sup>10</sup> Radmann (2001) diagnostica que “o baixo grau de consistência ideológica do eleitorado brasileiro, não sendo possível identificar um conjunto de opiniões e atitudes que se associem de maneira estável com a preferência partidária dos eleitores” (p. 53) torna difícil a consolidação no campo das explicações de caráter sociológica e psicológico, enquanto “a vigência de um alto nível de desinformação, apatia e ceticismo dos eleitores em relação à política” (idem, p. 109) representa um problema para a teoria da escolha racional.

dos eleitores às informações é um dos elementos decisivos para a maneira como ele pode sentir os efeitos da mídia (p. 39)<sup>11</sup>. Tal pressuposto sustenta nossa variável independente, qual seja a circulação da *Gazeta do Povo* no Paraná e nos bairros de Curitiba, visto que o acesso à série “Diários Secretos” é tido como um fator que diferencia o conjunto dos eleitores e, por isso, pode contribuir para explicar o desempenho eleitoral dos candidatos.

### **Análise empírica**

Os dados utilizados nesta pesquisa empírica têm duas origens: informações de circulação da *Gazeta do Povo*, divididas por municípios do Paraná e por zonas eleitorais de Curitiba; e dados eleitorais e de gastos de campanha aferidos pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Do ponto de vista da natureza dos dados, portanto, a técnica de pesquisa predominante é a Análise de Dados Existentes (BABBIE, 2003), que tem como vantagem a economia de tempo e custos para a obtenção de informações, visto que as estatísticas já estão disponíveis, precisando apenas ser coletadas e organizadas.

As estatísticas de circulação da *Gazeta do Povo* se referem a outubro de 2010, data do pleito mais recente analisado, foram gentilmente cedidas ao pesquisador pela direção do jornal e formam a variável independente. Os dados têm duas divisões: a distribuição de assinantes pelos municípios do Paraná, para a primeira fase dos testes; e a distribuição de assinantes nas dez zonas eleitorais do município, formando a segunda etapa.

As estatísticas do TSE foram colhidas no site do Tribunal e embasam a variável dependente (mudanças no padrão geográfico de votação entre 2006 e 2010).

<sup>11</sup> Os outros dois fatores são as informações contidas nos discursos das elites políticas e as predisposições políticas dos eleitores (ZALLER, 1992).

O primeiro conjunto de análises, que abrange o estado do Paraná, inclui cinco testes principais: prova de Qui-Quadrado, teste de Risco Relativo e teste de Q de Yule, todos possíveis de serem realizados a partir da montagem de uma tabela quádrupla com os dados considerados, como as que apresentaremos a seguir. Os dois últimos testes são o Teste T de Student e a Correlação Linear de Pearson.

Primeiro, apresentamos o cruzamento de dados entre a variação de votos de Alexandre Curi entre 2006 e 2010 e a circulação da *Gazeta do Povo* em outubro de 2010. O universo são os 355 municípios do Paraná onde ele recebeu votos em 2006 e/ou 2010.

**Tabela 4 - Circulação do jornal x variação de votos de Alexandre Curi entre 2006 e 2010 (por municípios)**

		Gazeta do Povo		Total	
		Tem assinante	Não tem assinante		
<b>Alexandre Curi</b>	Perdeu votos	N %	49 14,60%	99 29,50%	148 44,10%
	Ganhou votos	N %	70 20,80%	117 34,90%	187 55,80%
Total		N %	119 35,50%	216 6,40%	335 100%

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

A tabela a seguir traz o cruzamento entre a variação de votos de Nelson Justus de 2006 para 2010 e a presença de assinantes da *Gazeta do Povo* em outubro de 2010. O universo considerado é compreendido pelos 268 municípios do Paraná onde Justus recebeu votos em 2006 e/ou 2010.

**Tabela 5 - Circulação do jornal x variação de votos de Nelson Justus entre 2006 e 2010 (por municípios)**

			Gazeta do Povo		Total
			Tem assinante	Não tem assinante	
<b>Nelson Justus</b>	Perdeu votos	N %	53 19,70%	64 23,80%	117 43,60%
	Ganhou votos	N %	59 22,00%	92 34,30%	151 56,30%
Total		N	112	156	268
		%	41,70%	58,20%	100%

Fonte: TSE (2011a, 2011b).

O teste de RR busca “testar estatisticamente as diferenças de probabilidades para ocorrência de determinado fenômeno (o risco) em função de dadas características presentes na população pesquisada” (CERVI, 2005, p. 19). O fator de risco, em questão, é a perda de votos, enquanto a característica da população pesquisada é a abrangência da área formada pelos assinantes do jornal. O cálculo é feito dividindo-se o número de casos em que o fator de risco incide sobre a característica na população (perda de votos na área de assinantes do jornal) pelo número de casos em que o fator de risco não aparece na população (perda de votos fora da área de assinantes do jornal).

O teste de Q de Yule, neste capítulo, aplica-se para duas finalidades: verificar se duas variáveis dicotômicas estão relacionadas entre si, e de quanto é a intensidade da relação. O teste para saber se há relação entre elas é o de Independência. Para que as variáveis tenham relação, é preciso que o resultado seja diferente de zero. Caso isso se confirme, passa-se ao teste de Correlação, feito para medir a intensidade da relação. O sinal (negativo ou positivo) presente no resultado da equação indica a direção da relação, enquanto o valor denota a intensidade dessa relação.

O teste de Qui-Quadrado tem como objetivo verificar possíveis diferenças entre duas distribuições – no caso, a perda de votos dos candidatos nas áreas em que o jornal circula e nas áreas em que o jornal não circula. Para que as diferenças sejam estatisticamente significativas, é preciso que o nível de significância fique abaixo de 0,05.

Já o Teste T de Student é utilizada para comparar as médias entre duas variáveis (CERVI, 2012), para verificar se há diferenças significativas entre os dois grupos analisados. No nosso caso, adotamos o Teste T comparando a média de assinantes da *Gazeta do Povo* nos municípios onde os candidatos perderam votos entre 2006 e 2010 e a média de assinantes do jornal nos municípios onde eles mantiveram ou ampliaram a votação mais recente. A expectativa é que haja concentração de assinantes onde houve perda de votos.

Por fim, está a Correlação Linear de Pearson, aplicada para verificar e estimar numericamente o grau da relação que existe entre duas variáveis contínuas (idem). O coeficiente que resultado do teste, chamado de coeficiente de correlação, será um valor compreendido entre -1 e +1, indicando o sentido e a intensidade da relação – que será tão mais forte quanto mais próxima do valor 1, seja positivo ou negativo.

No segundo caso desta bateria inicial de testes, em que a área geográfica é reduzida às dez zonas eleitorais de Curitiba, a natureza dos dados não permite a tabulação de uma tabela quádrupla. Por isso, realizar-se-ão testes mais elementares, como frequência, mediana e média, a partir da ordenação da circulação do jornal nas zonas eleitorais da cidade e seu cruzamento com a perda de votos dos candidatos. Os testes do Teste T e da Correlação Linear de Pearson se repetem nesta etapa.

Busca-se, em todos os testes, rejeitar a Hipótese Nula, que indica que as diferenças entre o desempenho eleitoral dos candidatos entre 2006 e 2010 se devem às oscilações do acaso. A rejeição implica a adoção da Hipótese Alternativa,

que sustenta que há variações não aleatórias na relação entre as variáveis.

Apresentamos, a seguir, os resultados dos testes para medir a relação entre a variável dependente (as mudanças no padrão geográfico de votação de Justus e Curi entre 2006 e 2010) e a variável independente (o possível impacto do noticiário negativo da *Gazeta do Povo* durante o escândalo dos “Diários Secretos”) em duas etapas: estadual e municipal, começando pela primeira.

O teste de Risco Relativo (RR) de Alexandre Curi, buscando concluir se houve mais chances de o candidato perder votos nas áreas onde o jornal tem assinantes, revela um RR de 0,88. Embora o resultado seja baixo, revela que houve, de fato, maior risco relativo de perda de votos do candidato nas áreas onde havia leitores do jornal.

O teste seguinte é do Q de Yule, que busca medir a intensidade da relação entre as duas variáveis em questão. O Teste de Independência, tem como resultado um valor de 0,010, que, embora seja um coeficiente baixo, é diferente de zero. Por isso, rejeita a independência entre as variáveis e permitindo o avanço do estudo. O Teste de Correlação do Q de Yule, que se propõe a medir a intensidade da correlação entre as variáveis, tem como resultado -0,0945. Isso indica uma correlação negativa entre a perda de votos de Curi e a área de circulação da *Gazeta do Povo*, o que equivale a dizer que houve, ainda que de forma fraca, mais perda de votos de Curi nos locais em que o jornal está presente.

No teste de Qui-Quadrado, o nível de significância, destacado na tabela abaixo, não ficou abaixo do limite crítico de 0,05. Assim, não é possível rejeitar a Hipótese Nula e passa-se a considerar que não há diferenças de distribuição que sejam estatisticamente significativas na comparação da perda de votos de Curi nas áreas em que o jornal circula com a perda de votos nas áreas em que o jornal não circula.

**Tabela 6 - Teste de Qui-Quadrado para Alexandre Curi: circulação do jornal/variação de votos**

	Valor	DF	Nível de significância
Qui-Quadrado de Pearson	0,675	1	0,411
Número de casos válidos	335		

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

O resultado do Teste T mostra que a média de assinantes da *Gazeta do Povo* foi maior nas cidades onde houve perda de votos de Curi em 2010, sobre 2006. Havia, conforme a tabela a seguir, média de 286,28 assinantes do jornal onde Curi perdeu votos, frente a uma média de 27 assinantes nos locais onde houve manutenção ou acréscimo de votação. Ou seja: havia, em média, 10 vezes mais assinantes do jornal nos municípios onde o candidato teve a votação reduzida em 2010, em relação ao pleito anterior.

**Tabela 7 - Teste T para média de assinantes da Gazeta do Povo/variação da votação**

	Votos de Curi	N	Média
<b>Assinantes</b>	Manutenção ou ganho	187	27,99
	Perda	159	286,28
	Diferença de médias		258,29

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

Em relação a Nelson Justus, os resultados em todos os testes, para as duas variáveis em questão, são semelhantes.

O teste de Risco Relativo (RR) revela um valor de 1,15, superior ao resultado obtido com os dados de Curi, o que denota uma possibilidade mais forte, comparativamente, de Justus perder votos nas áreas onde o jornal tem assinantes.

O teste de Independência de Q de Yule aponta para um Delta (subtração da frequência esperada pela frequência observada) de 0,015, diferente de zero e que,



por isso, refuta a independência e atesta a relação entre as variáveis, permitindo o avanço aos testes seguintes. O Teste de Correlação do Q de Yule, executado para medir a intensidade entre as variáveis (área de circulação do jornal e perda/ganho de votos do candidato entre 2006 e 2010) dá o resultado de 0,1271, mostrando uma relação entre as duas variáveis que, embora fraca, é positiva – o que descarta uma tendência de perda de votos nas regiões onde o jornal se faz presente. Tem-se, aqui, o resultado mais díspar ante o obtido com Curi, cujo teste apontou uma relação negativa de -0,0945.

O teste de Qui-Quadrado, que visa verificar diferenças entre duas distribuições, aponta para um nível de significância de 0,305, que, embora menor que o visto no teste de Alexandre Curi (0,411), fica igualmente acima do limite de 0,05 e nos impede de rejeitar a Hipótese Nula (H0) – que, neste caso, nos diz não haver diferenças significativas.

**Tabela 8 - Teste de Qui-Quadrado para Nelson Justus: circulação do jornal/variação de votos**

	Valor	DF	Nível de significância
Qui-Quadrado de Pearson	1,051	1	0,305
Número de casos válidos	268		

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

O resultado do Teste T mostra que, a exemplo do que ocorrera com Curi, houve um número médio maior de assinantes da *Gazeta do Povo* nos locais onde Justus perdeu votos em 2010: houve, em média, 374 assinantes nesses municípios, frente a 45 dos demais. Logo a média de leitores do jornal no primeiro grupo (onde houve perda de votos) é 8 vezes maior do que no segundo grupo (onde houve manutenção ou ganho de votos).

**Tabela 9 - Teste T para média de assinantes da Gazeta do Povo/variação da votação de Nelson Justus no Paraná (por municípios)**

	Votos de Justus	N	Média
Assinantes	Manutenção ou ganho	156	45,92
	Perda	116	374,92
	Diferença de médias		329

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

Outra prova que apresenta resultados satisfatórios na relação entre as duas variáveis, para ambos os candidatos, é o teste de Correlação Linear de Pearson, cujo coeficiente indica correlação negativa entre os municípios onde há assinantes da *Gazeta do Povo* e as localidades em que os dois candidatos tiveram variação de votos. Isso equivale a dizer que, nas regiões com leitores fixos do jornal, houve maior incidência de perda de votos para os dois candidatos em 2014. As correlações negativas são de -0,592 (ou -59,2%) e de -0,334 (ou -33,4%) para Curi e para Justus, respectivamente.

**Tabela 10 - Correlação entre assinantes da Gazeta do Povo e diferença de votação para Justus e Curi (por municípios)**

		Diferença de votos de Curi	Diferença de votos de Justus
Assinantes da Gazeta do Povo	Correlação de Pearson	-0,592**	-0,334**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000
	N	346	272

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

Agora passamos à segunda fase de testes para medir a relação entre a variável dependente (as mudanças no padrão geográfico de votação de Justus e Curi entre 2006 e 2010) e a variável independente (o possível impacto do noticiário negativo da *Gazeta do Povo* durante o escândalo dos “Diários Secretos”), em que

a unidade de análise é formada pelas dez zonas eleitorais de Curitiba, já classificadas de acordo com o número de assinantes do jornal. O quadro a seguir apresenta a classificação e mostra quais são os bairros mais populosos e os com os maiores números de assinantes do jornal.

**Quadro 1 - Zonas eleitorais de Curitiba x assinantes da Gazeta do Povo**

<b>GRUPO</b>	<b>ZONA ELEITORAL</b>	<b>ASSINANTES DO JORNAL</b>	<b>BAIRROS MAIS POPULOSOS</b>	<b>BAIRROS COM MAIS ASSINANTES</b>
Circulação baixa	175	3,42%	Capão Raso, CIC e Tatuquara	Capão Raso, CIC e Tatuquara
Circulação baixa	145	3,60%	Pinheirinho, Sítio Cercado e Xaxim	Capão Raso, CIC e Tatuquara
Circulação baixa	174	4,64%	Alto Boqueirão, Boqueirão e Hauer	Boqueirão, Gua- birotuba e Hauer
Circulação baixa	176	4,37%	Fazendinha, Guaíra e Novo Mundo	Fazendinha, Novo Mundo e Parolin
Circulação baixa	4	8,9%	CIC, Portão e Santa Quitéria	CIC, Portão e Campo Comprido
Circulação alta	3	10,35%	Cajuru, Capão da Imbuia e Uberaba	Cajuru, Cristo Rei e Jardim Botânico
Circulação alta	178	12,46%	Butiatuvinha, Centro e Santa Felicidade	Butiatuvinha, Centro e Santa Felicidade
Circulação alta	2	13,22%	Bacacheri, Bairro Alto e Santa Cândida	Alto da Rua XV, Bacacheri e Juvevê
Circulação alta	1	14,92%	Barreirinha, Boa Vista e Mercês	Boa Vista, Centro Cívico e Mercês
Circulação alta	177	24,10%	Água Verde, Bigorrilho e São Braz	Água Verde, Batel e Bigorrilho

Fonte: *Gazeta do Povo*.

Em linhas gerais, a tabela mostra uma divisão bastante clara: o jornal está mais presente em bairros das zonas central e norte de Curitiba, como Água Verde, Batel, Bigorrilho, Boa Vista e Bacacheri – regiões mais ricas. Por outro lado, a pre-

sença é baixa nas localidades situadas mais ao sul do município, como Cidade Industrial de Curitiba (CIC), Pinheirinho, Sítio Cercado e Xaxim – bairros mais pobres.

Antes de iniciar os testes, faz-se necessária uma ressalva: nesta etapa da análise não foi possível utilizar dados dicotômicos e dispostos em tabela quadrupla, como ocorreu na fase anterior, pois o total de casos considerados (as dez zonais eleitorais de Curitiba) é excessivamente baixo e não contém o número mínimo adequado de cinco unidades em casa quadrante. Isso inviabiliza a realização de testes como Risco Relativo, Q de Yule e Qui-Quadrado, sob pena de obtenção de dados sem consistência estatística.

A análise mais ampla da votação de Alexandre Curi em Curitiba mostra uma acentuada perda de votos entre 2006 e 2010, com recuo de 10.653 votos para 3.174 votos de um ano para outro. Isso representa uma queda de 7.479 votos, ou 70,20%. Em outras palavras, o candidato perdeu, na cidade como um todo, aproximadamente dois de cada três votos que obtivera quatro anos antes.

Tal queda acentuada de votos, aliada ao fato de a *Gazeta do Povo* concentrar 75% de seus assinantes no município, torna necessária esta análise mais detalhada da realidade, tendo como foco exclusivo o município.

Nota-se que Alexandre Curi perdeu votos em todas as zonais eleitorais de Curitiba. Em razão disso, não é possível comparar a média de assinantes dos locais onde houve manutenção/ganho de votos e dos locais onde houve perdas, como se fez quando o universo considerava os municípios do Paraná.

A queda mais significativa do candidato se deu nas zonais eleitorais em que a *Gazeta do Povo* tem mais circulação. A perda média de votos neste grupo foi de 901,8 votos, ante 594 votos médios perdidos no grupo das zonais eleitorais onde o jornal menos circula. Isso significa que nas zonais eleitorais com mais assinantes a perda de votos em 2010, frente a 2006, foi 1,5 maior do que nas zonais eleitorais com menos assinantes.

A título de comparação, entre 2002 e 2006, a perda de votos de Curi fora

menor em ambos os grupos e ocorreu com mais força nas zonas eleitorais com menor presença da *Gazeta do Povo*: 344,8 votos médios perdidos na área de alta circulação do jornal e 467 votos nas regiões com baixa circulação. Além disso, em duas zonas eleitorais (145, com 44 votos; e 1, com 62 votos), o candidato teve ganho de votos – fenômeno que não aconteceu entre 2006 e 2010. Tais dados mostram que não apenas a perda de votos do candidato em Curitiba foi maior em 2010 do que em 2006 (ver tabela 5), como, no pleito mais recente, a perda se concentrou nas áreas de circulação da *Gazeta do Povo*.

Em relação a Nelson Justus, a queda de votos em Curitiba também foi acentuada: de 4.207 votos em 2006 para 2.383 votos em 2010. A perda totaliza 1.824 votos, ou 43,35% do que havia sido conquistado no primeiro pleito. De maneira aproximada, metade dos eleitores que votaram em Justus em 2006 mudou o voto na eleição seguinte.

Os dados apontam que, na média, a perda de votos de Justus se concentra no conjunto de zonas eleitorais em que a *Gazeta do Povo* reúne seus assinantes: a média de votos perdidos nesses locais foi de 291,8, frente a 73 nas zonas eleitorais com menos assinantes. Assim, os dados mostram que nas áreas da cidade em que há mais presença do jornal a perda de votos de Justus em 2010 foi quatro vezes maior em relação aos bairros com menos leitores.

É preciso, porém, fazer uma ressalva importante. Em relação à variação de votos entre 2002 e 2006, a perda de votos do candidato nas áreas de circulação da *Gazeta do Povo* foi ainda mais forte, com 307,2 votos perdidos, em média (15,4 a mais que do entre 2006 e 2010, portanto). Já nas áreas com menor presença do jornal, a perda de votos foi menor, comparativamente: 42,6 votos (cerca de 30 votos, em média, a menos do que no intervalo 2006/2010). Isso mostra que, no intervalo 2002/2006, a perda de votos de Justus nas áreas de maior presença do jornal foi mais intensa do que no intervalo 2006/2010, o que enfraquece, em alguma medida, o poder explicativo destes dados, a despeito da possibilidade de

fatores externos à cobertura do jornal – não considerados neste estudo – terem influenciado na curva descendente de votos do candidato

Chama a atenção, ainda, o fato de que houve duas zonas eleitorais em que o candidato ganhou votos em 2010, justamente as duas com os menores índices de circulação do jornal. Trata-se das zonas 175 e 145, que concentram 3,42% e 3,60% dos assinantes da *Gazeta do Povo*, respectivamente, e onde ele obteve acréscimos de 21 e 51 votos, nesta ordem. Por outro lado, na zona 177, que concentra o maior número de assinantes do veículo (24,10%), a perda foi de 388 votos, a segunda maior entre todas as zonas eleitorais do município.

**Tabela 11 - Correlação entre assinantes da Gazeta do Povo e diferença de votação para Justus e Curi (por municípios)**

Grupo	Zona eleitoral	Assinantes da Gazeta do Povo	Perda de votos de Curi	Perda de votos de Justus
Circulação baixa	175	1.307 (3,42%)	734	21
	145	1.375 (3,60%)	541	51
	176	1.669 (4,37%)	359	94
	174	1.772 (4,64%)	579	175
	4	3.399 (8,90%)	757	168
	Média			594
Circulação alta	3	3.953 (10,35%)	2206	284
	178	4.758 (12,46%)	333	284
	2	5.049 (13,22%)	869	396
	1	5.698 (14,92%)	569	151
	177	9.206 (24,10%)	505	338
	Média			901,8

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

Ainda em relação a Nelson Justus, o Teste T mostra que nas duas zonas eleitorais em que ganhou votos em 2010, há uma média de 1.341 assinantes, ao passo que, nas oito zonas onde se registrou perda de votos, a média de leitores do jornal totaliza 4.438 – número três vezes maior, portanto.

**Tabela 12 - Teste T para média de assinantes da Gazeta do Povo/variação da votação de Nelson Justus em Curitiba (por zonais eleitorais)**

	Votos de Justus	N	Média
Assinantes	Manutenção ou ganho	2	1.341
	Perda	8	4.438
Diferença de médias			3.097

Fonte: TSE (2011a, 2011b) e *Gazeta do Povo*.

Em suma, na análise em nível municipal das duas variáveis em questão, os resultados são complementares e consistentes ao indicar que a grande perda de votos dos dois candidatos em Curitiba, na eleição de 2010, esteve concentrada nas zonas eleitorais onde o jornal tem mais assinantes.

Portanto, tanto para Alexandre Curi como para Nelson Justus – no caso deste último, porém, com menos intensidade do que verificado entre as eleições de 2002 e 2006 – é possível aceitar a hipótese principal do estudo, pois os dados revelam uma relação geográfica estatisticamente significativa entre a perda de votos e a presença de assinantes da *Gazeta do Povo*.

## Conclusão

As análises realizadas neste artigo mostraram que a variável independente testada empiricamente no nosso modelo – a série de reportagens “Diários Secretos”, do jornal *Gazeta do Povo* – apresentou resultados estatisticamente significativos para explicar a variável dependente do trabalho.

Dessa forma, pode-se afirmar que a cobertura noticiosa da *Gazeta do Povo* impactou o desempenho eleitoral de ambos os candidatos em 2010, especialmente nas áreas em que o jornal está mais presente.

Essa conclusão se construiu a partir de uma análise em dois níveis: estadual, considerando os municípios do Paraná; e municipal, com o universo com-

posto pelas dez zonais eleitorais de Curitiba. Nos dois casos, a perda de votos de Alexandre Curi e Nelson Justus em 2010 foi mais acentuada nos distritos eleitorais ou regiões onde havia mais assinantes da *Gazeta do Povo* – métrica utilizada para representar empiricamente a variável independente, qual seja a série de reportagens “Diários Secretos”.

Comparativamente, em nível estadual, o impacto da série de reportagens sobre a votação de 2010 foi maior para Alexandre Curi do que para Nelson Justus. Já na esfera municipal, os impactos eleitorais foram mais intensos no caso do candidato de Justus.

Nossos resultados se chocam com as conclusões a que havia chegado Alves (2010), que, embora com menos profundidade, tinha analisado o mesmo objeto desta pesquisa. Para além do crescimento da votação conjunta dos dois candidatos em 2010, frente a 2006, no que Alves (idem) chamou de “efeito teflon”, nós não apenas identificamos uma migração de votos entre municípios do Paraná e entre zonas eleitorais de Curitiba, como também notamos que, em ambos os níveis de análise, tal migração teve como característica a perda mais acentuada de votos nas áreas em que a *Gazeta do Povo* tinha mais assinantes. Assim, os resultados de Alves (ibidem) foram rejeitados por este artigo, que não comprovou haver “efeito teflon” na votação dos candidatos em 2010.

Concluimos, por fim, que o sucesso do nosso modelo empírico para avaliar o impacto eleitoral da série “Diários Secretos” evidencia que o objeto não foi esgotado. Fica a certeza de que o escândalo e suas implicações institucionais e político-eleitorais merecem ser estudados continuamente, para que olhares contendo novos debates e novas reflexões lancem luz sobre este episódio, um dos mais importantes da história da política paranaense.



## Referências bibliográficas

- ALDÉ, A.; VEIGA, L. Recepção da Comunicação Política. In: RUBIM, A. A. C. (Org.) *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.
- ALVES, C. A. *Efeito teflon: o escândalo dos Diários Secretos e a reeleição de Nelson Justus e Alexandre Curi*. In: Seminário Nacional de Sociologia & Política, 3, 2011. Curitiba, *Anais...* Curitiba: Seminário Nacional de Sociologia & Política, 2011.
- BABBIE, E. *Métodos de Pesquisa de Survey*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- BUCCI, E. B. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CERVI, E. *Análise de dados categóricos aplicada à Ciência Política*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Métodos quantitativos aplicados às Ciências Sociais*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2012.
- COLLING, L. *Estudos Sobre Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-ditadura*. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006.
- DELLAVIGNA, S.; KAPLAN, E. The Fox News Effect: Media Bias and Voting. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 122, n° 3, p. 1187–1234, 2007.
- D'DÁDAMO, O.; FREIDENBERG, F.; BEAUDOUX, V. D. Medios de comunicación de masas y establecimiento del agenda: un estudio empírico en Argentina. *América Latina Hoy*, n° 25, p. 57-66, 2000.
- DOWNS, A. *Uma Teoria Econômica da Democracia*. São Paulo: Edusp, 1999.
- MCCOMBS, M.; SHAW, D. L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, n° 36, p. 176-187, 1972.
- MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, n° 55-56, p. 155-184, 2002.
- RADMANN, E. R. H. *O eleitor brasileiro – Uma análise do comportamento eleitoral*. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, 2001.
- RIBEIRO, A. T. *A influência das reportagens Diários Secretos na criação do movimento O Paraná Que Queremos e a revitalização da esfera pública*. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-alexandro-2013-influencia-reportagens-diarios-secretos.pdf>>. Acesso em 11 ago. 2013.
- RUBIM, A. A. C.; AZEVEDO, F. A. *Mídia e Política no Brasil: Estudos e Perspectivas*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, p. 1-24, 1998.

- SOARES, G.; DILLON, A.; TERRON, S. L. Dois Lulas: a geografia eleitoral da reeleição (explorando conceitos, métodos e técnicas de análise geoespacial). *Opinião Pública*, v. 14, nº 2, p. 269-301, 2008.
- THOMPSON, J. B. *O Escândalo Político – Poder e visibilidade na era da mídia*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2002.
- TRIGAL, L. L.; DEL POZO, P. B. *Geografia Política*. Madrid: Cátedra, 1999.
- TSE, Tribunal Superior Eleitoral. *Eleições / Eleições anteriores / Eleições 2010 / Estatísticas*. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2010/eleicoes-2010/estatisticas>>. Acesso em 28 out. 2011a.
- \_\_\_\_\_. *Eleições / Eleições anteriores / Eleições 2006 / Resultado das eleições 2006*. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2006/resultado-das-eleicoes-2006>>. Acesso em 28 out. 2011b.
- ZALLER, J. R. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- ZAVALA, R. G. B. Génesis de la geografia electoral. *Espacialidades*, nº 2, p. 80-95, 2012.

## CAPÍTULO V

# A VISIBILIDADE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ NA IMPRENSA ESTADUAL (2010-2011)

Daniela Drummond

Os meios de comunicação de massa e a mídia atuam como mediadores entre os acontecimentos e a sociedade, contribuem para o debate público e podem agendar temas para a discussão, por isso, segundo Arruguete (2005) eles são um dos principais espaços de debate nas sociedades contemporâneas. De acordo com Porto (2004), a mídia desempenha um papel político e ideológico importante, dessa forma, sua onipresença e sua influência são estudadas por especialistas em comunicação de massa e cientistas sociais que tentam explicar e apontar seu papel veiculador de valores e visões.

Cervi (2009) aponta dois fenômenos sociais brasileiros que justificam a análise da relação entre os meios de comunicação e a política: primeiramente o aprofundamento da democracia de massas no país, com a manutenção das eleições periódicas para cargos do Executivo e do Legislativo, já que o Brasil é uma democracia relativamente jovem, com pouco mais de 30 anos que foi realizada a primeira eleição direta após a ditadura militar para o cargo de presidente da

República. A realização de pleitos bianualmente e a aceitação dos eleitos como legítimos são indicadores de que a democracia no Brasil vem se consolidando. O segundo fenômeno citado por Cervi (2009) está no papel desempenhado pelos meios de comunicação, já que a mídia é considerada indispensável para o debate público nas democracias de massa, pois é, simultaneamente, reguladora do debate e fornecedora de informações.

O objetivo deste trabalho é estudar a relação da mídia local das cinco maiores cidades do Estado do Paraná e como se dá a visibilidade da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) na produção das notícias sobre esta instituição e seus atores. É importante destacar aspectos como o de que a política contemporânea, do exercício do governo à disputa eleitoral se estabelece numa estreita relação com a comunicação de massa, pois os agentes políticos tendem a atuar para a esfera de visibilidade pública controlada pela comunicação, sendo que boa parte dos acontecimentos políticos são encenados com a presença ou através dos meios de comunicação.

Para fazer a cobertura destes acontecimentos políticos que são mediados e noticiar informações de interesse público, a mídia sofre influências que direcionam o foco de suas matérias. Gomes (2007) destaca que, ao selecionar e processar o conteúdo que a mídia considera relevante e do interesse do seu público, ela interviém na formação do pensamento da opinião pública.

Para McCombs (1997), os meios de comunicação de massa são de grande importância nas democracias modernas, graças ao poder dos mesmos de pautar assuntos discutidos na esfera pública, pois a maneira como a mídia processa as informações e trata os temas também influencia a recepção das informações e o processamento feito pelo público.

O conceito de enquadramento do qual se utiliza esta pesquisa busca descrever o poder de um texto de comunicação através da análise dos quadros predominantes, sendo possível definir problemas, diagnosticar causas e fazer um julga-

mento moral. O enquadramento denota como os temas já estabelecidos pela agenda são pensados; através dessa abordagem é possível chegar às origens da mensagem, pois as análises de enquadramento conseguem detectar qual é a influência exercida no transcrever da informação (ENTMAN, 1993; COLLING 2001).

Nos cinco jornais analisados, *Gazeta do Povo*, de Curitiba; *Folha de Londrina*, de Londrina; *Jornal da Manhã*, de Ponta Grossa; *O Diário do Norte do Paraná*, de Maringá; e *O Paraná*, de Cascavel, verificou-se que boa parte dos parlamentares são eleitos por votos regionalizados, além destes parlamentares serem mais citados nos jornais que demarcam sua região, o que justifica um estudo comparativo entre os jornais para verificar em que medida o fenômeno se repete nos diferentes veículos regionais do estado do Paraná. Também considera-se importante analisar a presença da instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) e das personalidades políticas nos jornais do estado, pois não basta que os veículos façam a cobertura do tema, é preciso saber como ele é tratado e qual abordagem recebe – no caso desta pesquisa, verificando se mais personalizado, dando ênfase às ações e atributos pessoais dos parlamentares ou mais institucionalizadas, enfatizando a instituição legislativa.

O trabalho permite aplicar os conceitos de enquadramento (ENTMAN, 1993) e valência (IESP), que foram elaborados para pesquisas de cobertura eleitoral, mas adaptados para essa pesquisa que analisa as notícias publicadas em dois anos, no ano de 2010 e no ano de 2011, ou seja, em duas legislaturas diferentes da Assembleia Legislativa, a 16ª e 17ª, sendo que 2010 foi um ano eleitoral, com eleições para os cargos de presidente, deputados federais, senadores, governadores e deputados estaduais. Essa pesquisa analisa o período anterior às eleições, durante as eleições para os cargos de deputados estaduais e posteriormente a estas eleições. Por isso, torna-se possível adaptar os conceitos e variáveis para esta análise, com objetivo de verificar se há alterações no tratamento dado pelos veículos de comunicação no período prévio, ao longo e posterior ao período eleitoral.

Pretende-se responder a seguinte pergunta: Qual a visibilidade dada à Assembleia Legislativa Estadual e seus parlamentares nas notícias dos jornais impressos do Estado do Paraná? Esta pergunta é pertinente para uma análise de enquadramento, valência e tema, seguida de uma comparação dos tipos de abordagens feitas pelos veículos que irão contribuir para a formação da concepção e das ideias que os cidadãos do estado têm em relação a esta instituição legislativa e aos deputados estaduais.

A pesquisa utiliza o método quantitativo de Análise de Conteúdo. A escolha do método está relacionada com o objetivo da pesquisa, que busca relacionar os dados da realidade com os conceitos e teorias já existentes, por meio da coleta e Análise de Conteúdo dos jornais impressos. Assim, o método de semana composta (uma amostragem feita a partir de uma edição semanal em sequência contínua, em uma semana lê-se um exemplar da terça-feira, na semana seguinte um exemplar de quarta-feira, e assim sucessivamente, contemplando todos os dias da semana e sempre analisando exemplares dos cinco diferentes veículos, mas na mesma data), elaborado por Bauer (2002), é o que será utilizado, para ter uma amostra adequada para este estudo. Foram 54 semanas, no ano de 2010 e 52 semanas em 2011. A soma total das semanas dos veículos analisados resulta numa amostra de 106 edições de cada periódico. Como são cinco periódicos a amostra tem aproximadamente 530 exemplares se houver notícias em todos os dias contemplados pela amostra. Foram catalogadas apenas as notícias referentes à Alep, sendo totalizadas 2.583 entradas de notícias. Os jornais foram analisados em aproximadamente 60 visitas ao acervo da Biblioteca Pública do Estado do Paraná.

O período dos anos de 2010 e 2011 da coleta se justifica como forma de comparação das notícias de um ano eleitoral, no qual diversos deputados estaduais – cujas notícias sobre os mesmos são objetos da análise – concorrem à reeleição; e por ser o ano seguinte um ano sem eleições para os cargos estudados.

A pesquisa apresenta sob quais enquadramentos de valores as notícias

são elaboradas, além disso, também analisa qual a valência (se positiva ou negativa) em relação aos candidatos e parlamentares, qual o tema das notícias e o formato delas.

A hipótese de pesquisa é a de que as notícias são em sua maioria personalizadas e não institucionalizadas, isto é, enfatizam as ações dos parlamentares e não os acontecimentos institucionais, sendo que as notícias favorecem a imagem dos deputados em detrimento do desfavorecimento da instituição legislativa que fica em segundo plano. Isso ocorreria para atrair a atenção do leitor aos parlamentares, principalmente aqueles da região de abrangência dos jornais. Com isso, a contribuição dos meios de comunicação para o debate público seria minimizada.

Seguindo a ideia de chamar a atenção pelo inusitado, observaram-se quais são os temas mais importantes, quais mais aparecem, quais os atores que possuem maior espaço para apresentam suas opiniões e qual o espaço que ocupam nas páginas dos jornais impressos - além de que em alguns casos pode-se perceber a regionalização e a ênfase aos parlamentares daquela base eleitoral em que o veículo impresso faz parte.

A hipótese é que os veículos regionais priorizam em suas notícias os parlamentares de sua região dando maior visibilidade a eles, pois o tipo de enquadramento (Eleitoral, Personalista, Temático ou Episódico) – destinado aos parlamentares e à instituição Alep são distintos, sendo que as informações sobre os parlamentares dão preferência aos atores individuais, focando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional; enfatizando a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos principalmente nas cidades em que possuem a maioria dos seus eleitores. Acredita-se que isso ocorra devido à influência e ligação que os parlamentares possuem com os veículos de comunicação, seja por serem bons “anunciantes” em períodos eleitorais, ou mesmo pela relação que estabelecem com os jornalistas que fazem a cobertura, denotando ausência de imparcialidade e obje-

tividade. Além disso, também é observada na pesquisa a questão da valência, pois muitas das notícias são de escândalos políticos, isto é, de valência negativa, ou ao menos que as grandes notícias e com mais destaque sejam negativas.

O objetivo é identificar como a imprensa trata a instituição legislativa estadual nas cinco principais regiões do estado, permitindo a comparação entre o tipo de cobertura institucional destinada à Alep e personalista dos parlamentares; mostrando quais deputados são citados e em quais regiões, principalmente, apresentando a forma como esses atores são noticiados cotidianamente pela imprensa estadual. Uma informação que ajuda a explicar a presença e visibilidade das notícias está relacionada à tematização, considerando a Alep como um ator político. Neste caso, a hipótese é que os temas relacionados à Alep e seus parlamentares não apareçam todos da mesma forma, o que seria resultado da seleção, hierarquização e influências que interferem na produção do jornal. Há escolhas feitas por diversas instâncias, as quais podem ser explicadas pela teoria do *gatekeeper* - isso interfere no agendamento que a mídia faz e mostra o enquadramento dado aos assuntos.

## **A comunicação de massa e o Jornalismo Político**

O processo comunicacional, que permite discussões sobre temas de interesse público, tais como as notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, ganha mais importância em governos democráticos, pois nestes sistemas a informação tem impacto nas decisões políticas, principalmente em períodos eleitorais. Este trabalho pretende analisar não em quais decisões influenciam, mas quais as características das notícias sobre esta instituição em um país com uma democracia recente. Cervi (2010) diz que duas características da democracia estão relacionadas com o ambiente informacional dos indivíduos: uma é a pluralidade de ideias e a outra o livre debate e a circulação de informações.

Neste tipo de governo a mídia cumpre a função de ampliar o leque de sub-



sídios dos indivíduos a respeito dos temas de interesse público. Por isso, analisar como determinados assuntos aparecem na mídia se justifica pela importância que ela possui a partir do processo de agendamento dos temas que serão debatidos na sociedade, principalmente quando se trata de estudar as notícias sobre uma instituição legislativa estadual. (HABERMAS, 2006; MIGUEL, 2002; ARRUQUETE, 2005).

### **Mídia regional e local**

A mídia local é fundamental na produção de informações de proximidade, já que as pessoas têm interesse naquilo que as atinge diretamente, por isso, procuram saber o que está acontecendo em seu bairro, cidade e estado. Segundo Peruzzo (2006), a mídia local é tão antiga quanto os meios de comunicação de massa, sendo que historicamente ao ser criado, o jornal, o rádio ou mesmo a televisão têm apenas abrangência local ou regional; posteriormente, alguns desenvolvem seu caráter nacional ou internacional, já outros permanecem locais. Para Peruzzo, a influência política existente em cada veículo regional é distinta, como pôde se observar neste estudo, que também usa o conceito de proximidade utilizado pela mídia regional ou local frutos das singularidades de uma determinada região e muito ligada à questão territorial, por isso a imprensa regional trabalha com informações de proximidade. Entretanto, da mesma forma que o meio de comunicação local tem a possibilidade de apresentar de forma mais completa a vida da localidade em que se insere, pode produzir informações distorcidas, fruto dos vínculos com interesses políticos e econômicos. Mas está num contexto mais vantajoso com seu leitor, graças à proximidade.

Cervi (2009) afirma que os meios de comunicação locais e regionais são importantes porque interferem no debate sobre os temas políticos em pequenas comunidades, “com o agravante de que eles costumam ter mais credibilidade do que

as grandes mídias externas ao grupo social” (CERVI, 2009, p.8). Assim, as notícias dos jornais regionais analisados, por exemplo, do *Jornal da Manhã*, da cidade de Ponta Grossa, tem mais importância para o eleitor daquele município do que um jornal de circulação nacional que não fale dos candidatos daquela região.

## **Informação e agendamento**

Cohen (1963) explica que a imprensa geralmente não consegue dizer às pessoas como pensar, no entanto, consegue agendar, isto é, dizer aos indivíduos receptores das informações sobre o que pensar, assim o mundo torna-se diferente para os leitores baseado no mapa que é cunhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que o indivíduo lê ou mesmo as pessoas que ele convive. Além de influenciar os eleitores, acaba influenciando os próprios candidatos, que passam a tratar de temas – incluam em suas agendas - que antes de serem abordados pela mídia não eram suas preocupações, mas após serem mencionados pela mídia ou por seus concorrentes passam a ser (TRAQUINA, 1995; HOHLFELDT, 1997).

O pressuposto fundamental da hipótese do agendamento para Colling (2001) é a ideia de que a compreensão que as pessoas possuem da realidade é fornecida pela mídia que sua comunidade acompanha. É a noção de que os temas entram na esfera pública através da mediação, entretanto acontecem diversos fatos todos os dias. Alguns são escolhidos pelos pauteiros, editores e repórteres baseados nos critérios de noticiabilidade e de profissionalismo para tornarem-se notícia. Ao mesmo tempo, outros acontecimentos não são reportados pela mídia - e esta é a base da teoria do *gatekeeping*. Os jornalistas, ao publicarem as notícias, estão agendando e tematizando assuntos sobre os quais os cidadãos podem discutir e formar opinião. Foi baseado nesse raciocínio que Maxwell McCombs e Donald Shaw elaboraram a hipótese do Agenda-Setting em 1972. Segundo essa hipótese, os meios de comunicação podem influenciar as pessoas não só sobre o que pensar,

mas também como pensar.

A hipótese do agendamento midiático diz que o impacto dos meios de comunicação sobre os receptores é direto, mas não imediato e que seus efeitos são a longo prazo. A pesquisa sobre as notícias da Assembleia Legislativa não tem como objetivo testar a hipótese do agendamento no público já que não é um estudo de recepção, mas sim assumir as premissas dessa hipótese que já foram testadas por outros pesquisadores.

Nesta pesquisa verificou-se que muitas vezes o jornal *O Diário do Norte do Paraná*, de Maringá, deixou de publicar notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares, sendo importante enfatizar que dos jornais estudados este foi o único que não possuía uma editoria de política.

Os estudos sobre agendamento ganham mais evidência e adeptos devido à influência dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea, pois é cada vez mais difícil que um grande número de pessoas fique sabendo de acontecimentos apenas através da comunicação interpessoal. E, no caso dos atores políticos e das celebridades, para que estes sejam conhecidos pela sociedade é inevitável que estejam presentes nos meios de comunicação.

A função do agendamento acaba sendo utilizada nos estudos da cobertura jornalística e não só nos estudos de recepção, já que segundo esta teoria, o tipo de cobertura influencia o debate público, o que justifica estudar e analisar o tratamento dado pelos jornalistas que são os produtores das notícias a respeito dos temas. Como o objetivo deste estudo é analisar e identificar de que forma a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares aparecem nos jornais regionais do estado, tendo como base que a forma pela qual a imprensa aborda determinados assuntos – escolha do tema que será noticiado, visibilidade ou presença na primeira página, sendo destaque ou não nas principais páginas dos jornais, pelo enquadramento dado – tem implicações na formação da opinião dos indivíduos.

## O enquadramento e a teoria da tematização

A identificação do enquadramento de uma matéria ou reportagem consiste na busca da definição do problema apresentado, na verificação da existência ou não da personalização do problema, na identificação das causas do problema apresentado na reportagem, na identificação dos atores, na solução deste problema e a quem está sendo creditada tal solução, além da avaliação moral do problema. Nas notícias políticas, o enquadramento agrega valor, sendo uma das maiores funções inseridas sobre o poder político, “pois o *frame* no texto informativo é a marca do poder” (ENTMAN, 1993, p.5).

A teoria do enquadramento não defende que a audiência recebe passivamente as mensagens, ela argumenta que os receptores tiram suas conclusões e significados a partir das informações que receberam. Mas quando um único enquadramento domina a notícia ou as notícias sobre o assunto, é bem possível que uma grande maioria de pessoas tenham o mesmo ponto de vista.

Uma das principais premissas da teoria do enquadramento é que um problema pode ser visto por várias perspectivas e ser interpretado a partir de diferentes valores e considerações. “O enquadramento refere-se ao processo pelo qual as pessoas desenvolvem uma conceituação particular de um problema ou reorientam seu pensamento sobre um assunto”<sup>1</sup> (CHONG; DRUCKMAN, 2007, p.104).

Acredita-se que através do enquadramento escolhido os meios de comunicação dão forma à estrutura de preferências nos marcos de referência para a interpretação de temas políticos, podendo considerar o enquadramento como um importante instrumento de poder. Do ponto de vista operacional o enquadramento envolve a seleção do que é narrado na busca de deixar a informação mais noticiável e significativa para a audiência. Enfim, “o enquadramento determina se a

<sup>1</sup> Framing refers to the process by which people develop a particular conceptualization of an issue or reorient their thinking about an issue (CHONG; DRUCKMAN, 2007, p.104).

maioria das pessoas percebe e como elas compreendem e se lembram de um problema, da mesma forma que determina a maneira que avaliam e escolhem a forma de agir sobre ele” (ENTMAN, 1993, p.52-54). Para este mesmo autor, enquadrar é selecionar aspectos da realidade percebida e deixá-lo mais saliente no texto.

## **Metodologia e análise**

No estado do Paraná, o parlamento é formado por 54 representantes, considerados neste estudo como atores políticos individuais. Esta instituição centraliza a elaboração das leis que regem o Estado, e também tem como um de seus papéis o de expressar as reivindicações dos cidadãos ao conjunto de poderes do Estado.

Apresenta-se neste momento a análise dos jornais pesquisados - *Gazeta do Povo*, *Folha de Londrina*, *O Paraná*, *O Diário do Norte do Paraná* e *Jornal da Manhã* – que fazem a cobertura da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e de seus deputados estaduais nos anos de 2010 e 2011. Devido a impossibilidade de trabalhar com todas as edições publicadas no período, o banco de dados com notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares foi produzido tendo por base a coleta por amostragem, que segundo Bauer (2002) é denominada “amostra por semana composta”, em que se coleta o material por dias das semanas, fazendo um rodízio de datas, para que não haja viés na amostra e possa abarcar edições de todos os dias da semana.

O *corpus* da pesquisa é composto pela análise das edições dos jornais referentes a 54 semanas, no ano de 2010 e 52 semanas em 2011. A soma total das semanas dos veículos analisados resulta numa amostra de 106 edições de cada periódico, como são cinco periódicos a amostra tem aproximadamente 530 exemplares se houver notícias em todos os dias contemplados pela amostra. Foram catalogadas apenas as notícias referentes à Alep, sendo totalizadas 2.583 entradas de notícias.

Constatou-se que o jornal com maior número de entradas foi a *Gazeta do Povo*, de Curitiba, que teve um total de 851 entradas de notícias. Em seguida está o jornal *O Paraná*, de Cascavel, com 643 entradas, depois o *Jornal da Manhã*, de Ponta Grossa, com 501 entradas, a *Folha de Londrina*, de Londrina, com 432 entradas e por último o jornal *O Diário do Norte do Paraná*, de Maringá, com 156 entradas. Essa característica influi no processo de visibilidade, como demonstrado na discussão teórica (MCCOMBS, 2009).

Como as notícias coletadas foram aquelas que citavam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná ou o nome de um de seus parlamentares com mandato em vigência do ano de coleta considera-se interessante perceber a diferença do formato das notícias diferenciando-as pelas que citam a palavra Assembleia Legislativa do Estado do Paraná ou por aquelas que citam apenas o nome dos parlamentares. Como afirma Mont'Alverne (2016, p.7) “identificar as personagens e instituições citadas em um texto institucional de quality papers permite compreender, em parte, a quem estes periódicos dirigem-se”.

Separando as notícias entre as que citam a Assembleia Legislativa e as que não citam, verificou-se que no jornal *Folha de Londrina*, da cidade de Londrina, 348 das 432 entradas de notícias citam a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. Das notícias que citam a Alep, 213 (61,2%) estão no formato Reportagem ou nota, seguidos de 97 notícias em formato Coluna, que representa 27,9% das notícias institucionalizadas que citam a Assembleia. A quantidade das notícias não institucionalizadas na *Folha de Londrina* é cinco vezes menor que a quantia das institucionalizadas, pois das 432 entradas de notícias coletada na amostra, apenas 84 eram personalizadas, ou seja, tratavam apenas de um ou mais de um parlamentar. Quanto às notícias que citavam apenas os deputados no jornal *Folha de Londrina*, o formato predominante foi a Coluna, já que 57 notícias, ou seja, 67,9% das notícias personalizadas estavam neste formato.

O jornal *Gazeta do Povo*, de Curitiba, foi o que mais publicou notícias

sobre a Assembleia Legislativa do Paraná no período analisado, sendo que 771 notícias das 851 notícias deste jornal citaram a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, ou seja, a grande maioria das notícias deste jornal também são institucionalizadas. O formato predominante nas notícias que citam a Alep foi o Reportagem ou nota, já que 450 (58,4%) das notícias que citam a instituição estavam nesse formato. Também foram analisados os formatos das notícias, sendo classificados como Chamada de primeira página, Reportagem ou nota, Charge, Infográfico ou Ilustração, Foto, Coluna, Artigo Assinado, Editorial e Carta ao leitor. Os demais formatos predominantes nas notícias que citavam a Assembleia no jornal *Gazeta do Povo* foram: Coluna, com 81 (10,5%) e o terceiro que mais apareceu foi o Carta do Leitor, com 80 (10,4%).

**Tabela 1 – Formato dos textos que citam a Alep e os deputados estaduais**

		Folha de Londrina	Gazeta do Povo	Jornal da Manhã	O Diário do Norte do PR	O Paraná	Total
<b>Cita Deputados</b>	Chamada 1ª pg.	2 (2,4%)	2 (2,5%)	15 (8,2%)	4 (4,7%)	4 (2,1%)	27 (4,3%)
	Reportagem/Nota	18 (21,4%)	16 (20%)	44 (23,9%)	19 (22,1%)	20 (10,5%)	117(18,8%)
	Charge/Infog./Ilust.	0	0	1 (0,5%)	0	0	1 (0,2%)
	Foto	6 (7,1%)	29 (36,3%)	35 (19%)	23 (26,7%)	22 (11,6%)	115 (18,4%)
	Coluna	57 (67,9%)	16 (20%)	63 (34,2%)	40 (46,5%)	144 (75,8%)	320 (51,3%)
	Artigo Assinado	0	1 (1,3%)	21 (11,4%)	0	0	22(3,5%)
	Editorial	0	0	2(1,1%)	0	0	2 (0,3%)
	Carta do leitor	1(1,2%)	16(20%)	3(1,6%)	0	0	20 (3,2%)
	<b>Total</b>	<b>84 (100%)</b>	<b>80 (100%)</b>	<b>184 (100%)</b>	<b>86 (100%)</b>	<b>190 (100%)</b>	<b>624 (100%)</b>
<b>Cita Assembleia</b>	Chamada 1ª pg.	12(3,4%)	55(7,1%)	13(4,1%)	3 (4,3%)	16 (3,5%)	99 (5,1%)
	Reportagem/Nota	213 (61,2%)	450 (58,4%)	93 (29,3%)	24 (34,3%)	221(48,8%)	1001(51,1%)
	Charge/Infog./Ilust.	2 (0,6%)	3(0,4%)	2 (0,6%)	0	0	7 (0,4%)
	Foto	8 (2,3%)	36(4,7%)	32 (10,1%)	4 (5,7%)	8 (1,8%)	88 (4,5%)
	Coluna	97 (27,9%)	81 (10,5%)	144 (45,4%)	38 (54,3%)	206 (45,5%)	566 (28,9%)
	Artigo Assinado	0	35 (4,5%)	32 (10,1%)	0	2 (0,4%)	69 (3,5%)
	Editorial	4 (1,1%)	31(4%)	0	0	0	35 (1,8%)
	Carta do leitor	12 (3,4%)	80 (10,4%)	1 (0,3%)	1 (1,4%)	0	94 (4,8)
	<b>Total</b>	<b>348 (100%)</b>	<b>771 (100%)</b>	<b>317 (100%)</b>	<b>70 (100%)</b>	<b>453 (100%)</b>	<b>1.959 (100%)</b>

Fonte: Autora (2013).

Conforme apresentado na tabela 1, o *Jornal da Manhã*, de Ponta Grossa, também citava a Assembleia Legislativa do Paraná na maior parte de suas notícias, das 501 entradas de notícias do veículo, 317 citavam a Casa de Leis, ou seja, foram consideradas notícias institucionalizadas, e destas notícias o formato predominante foi de Coluna que apareceu 144 vezes, ou seja, 45,4% das notícias que citavam a Alep tinham esse formato. O segundo formato que mais apareceu nas notícias institucionalizadas do *Jornal da Manhã* foi o Reportagem ou nota, com 93 entradas, o que representa 29,3%. Já as notícias que mencionavam apenas os parlamentares da 16ª e 17ª legislaturas totalizavam 184 notícias, com o formato predominante de Coluna (34,2%).

No jornal *O Diário do Norte do Paraná*, do município de Maringá foi o único jornal dos cinco analisados, que deu mais destaque para notícias que tratavam apenas dos parlamentares, sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, já que 86 das 156 notícias falavam apenas dos parlamentares, contra 70 que citava a instituição legislativa. O formato predominante das notícias personalizadas do jornal maringaense foi Coluna, com 40 entradas, ou seja, 46,5% das notícias que citam só os parlamentares estavam neste formado. O segundo formato predominante nas notícias que não citavam a instituição foi Reportagem ou Nota, aparecendo 19 vezes, isto representa 22,1% das notícias que citam só os parlamentares. Das notícias consideradas pela pesquisa como institucionais, que citavam a Assembleia, o formato predominante também foi Coluna, que foi usado 38 vezes na amostra, isto é em 54,3% das notícias institucionais. É importante destacar que o jornal *O Diário do Norte do Paraná* é o único jornal regional que não tem editoria de Política. E foi o jornal com mais informações personalizadas.

O quinto jornal analisado foi *O Paraná*, de Cascavel. Nele há o predomínio das notícias institucionalizadas, pois das 643 notícias da amostra, 453 citam a Assembleia, contra menos na metade desse valor, ou seja, 190 que não citam. Nas notícias institucionalizadas o formato predominante foi Reportagem ou nota, em



221 (48,8%). O segundo formato predominante nas notícias institucionalizadas foi Coluna, em 205 (45,5%). Já nas notícias que citam apenas os parlamentares, o formato predominante do jornal *O Paraná* foi Coluna (75,8%).

Comparando os cinco jornais analisados, percebe-se que nas notícias que citam a Assembleia, ou seja, que são institucionalizadas, o formato predominante nos jornais *Folha de Londrina*, *Gazeta do Povo* e *O Paraná* foi o Reportagem ou nota e nos jornais *Jornal da Manhã* e *O Diário do Norte do Paraná* foi Coluna. Já nas notícias personalizadas, que citam apenas os parlamentares, com exceção da *Gazeta do Povo*, que teve como formato predominante a Foto, os quatro demais jornais utilizaram mais o formato Coluna quando mencionavam apenas os parlamentares sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

A tabela 2 apresenta os tamanhos em centímetros quadrados das notícias que citam a Assembleia e que citam apenas os deputados estaduais do Paraná nos jornais analisados. As notícias que não citam a Assembleia Legislativa, mencionando apenas os parlamentares, têm um tamanho médio de 136,88 centímetros quadrados no jornal *Folha de Londrina*. Já as notícias que citam a Alep no mesmo jornal têm uma média de 258,99 centímetros quadrados, ou seja, são quase o dobro do tamanho. A soma da amostra de notícias da *Folha de Londrina* que não cita a Alep corresponde a 11489 centímetros quadrados, contra 90127 da soma das notícias que citam a Alep, ou seja, quase 8 vezes mais espaço para as notícias institucionalizadas na *Folha de Londrina*.

No jornal *Gazeta do Povo* as notícias institucionalizadas, que citam a Alep também aparecem em um volume muito maior, são 80 notícias que não citam a Assembleia, contra 771 que citam.

O *Jornal da Manhã*, embora também tenha mais notícias que citam a Assembleia, a diferença da quantidade é bem menor que dos jornais *Folha de Londrina* e *Gazeta do Povo*. No *Jornal da Manhã* 184 notícias são apenas sobre os parlamentares, sem citar a instituição. *O Diário do Norte do Paraná* é o único onde

há mais notícias que se referem apenas aos parlamentares, de um total de 156 notícias analisadas, 86 não citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e tem um tamanho médio de 133,33 centímetros quadrados, somando um total de 11466 centímetros quadrados de notícias que não citam a Alep.

Finalmente no jornal *O Paraná*, 190 das 646 notícias não citam a Assembleia, essas notícias tem um tamanho médio de 217,519 centímetros quadrados, cuja soma da amostra representa 9861 centímetros quadrados. Das notícias que citam a Assembleia na amostra analisada deste jornal de 453 entradas de notícias.

O desvio padrão calculado é a medida de variabilidade mais usada como índice de dispersão, além de ser a mais confiável no que diz respeito à generalização da amostra. “O desvio padrão é a raiz média quadrática dos desvios calculados em relação à média aritmética da série” (CERVI, 2011, p.69). Quanto ao desvio padrão foram obtidos os seguintes resultados nas notícias que citam apenas os deputados: *Gazeta do Povo* = 197,878; *O Diário do Norte do Paraná* = 183,758; *Folha de Londrina* = 203,542; *Jornal da Manhã* = 190,651 e *O Paraná* = 130,815. Isso representa que o jornal com maior heterogeneidade de tamanho dos textos é a *Folha de Londrina*, que apresenta o maior desvio padrão, de 203,542. Já o veículo com as notícias de tamanhos mais semelhantes, ou seja, mais homogêneo é *O Paraná*, que tem o menor desvio padrão, de 130,815.

Em relação às notícias que citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, os resultados dos desvios padrões obtidos foram: *Gazeta do Povo* = 561,841; *O Diário do Norte do Paraná* = 456,974; *Folha de Londrina* = 246,281; *Jornal da Manhã* = 199,405 e *O Paraná* = 291,86. Isso representa que o jornal com maior heterogeneidade de tamanho dos textos que citam a Casa de Leis é a *Gazeta do Povo*, que apresenta o maior desvio padrão, de 561,841. O veículo com as notícias de tamanhos mais semelhantes, ou seja, mais homogêneo é o *Jornal da Manhã*, que tem o menor desvio padrão, de 199,405.

Também se analisou a valência dos textos, segundo critério estabelecido

pelo IESP: 1. Positiva – texto sobre ou com candidato abordando ações de sua iniciativa; auto declarações ou declarações de terceiros favoráveis (avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato ou a instituição; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis; 2. Negativa - Texto que reproduz ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor ou de terceiros a respeito da atuação do candidato ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis; 3. Neutra - Agenda do candidato, citação sem avaliação moral, política ou pessoal. Simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação com respeito à posição do candidato; 4. Equilibrada- Texto que reproduz aspectos positivos e negativos do candidato ou da instituição com intensidades muito semelhantes, gerando equilíbrio de opiniões/abordagens contidas nas entradas.

**Tabela 2 – Tamanhos das notícias que citam a Alep e não citam nos jornais analisados**

		<b>Cita só Deputados</b>	<b>Cita Assembleia</b>
<b>Folha de Londrina</b>	N	84	348
	Média	136,88	258,99
	Desvio padrão	203,542	246,281
	Soma	11.498	90.127
<b>Gazeta do Povo</b>	N	80	771
	Média	175	603,47
	Desvio padrão	197,878	561,841
	Soma	14.000	465.276
<b>Jornal da Manhã</b>	N	184	371
	Média	164,49	142,36
	Desvio padrão	190,651	199,405
	Soma	30.265	45.127
<b>O Diário do Norte do Paraná</b>	N	86	70
	Média	133,33	272,89
	Desvio padrão	183,758	456,974
	Soma	11.466	19.102
<b>O Paraná</b>	N	190	453
	Média	217,519	298,53
	Desvio padrão	130,815	291,86
	Soma	9.861	62.604

Fonte: Autora (2013).

Em relação à valência, nos textos que citam somente os deputados estaduais, verificou-se que no jornal *Folha de Londrina* que nas notícias que citam apenas os deputados predomina a valência positiva em 46,4% dos textos no formato Reportagem ou nota, a valência negativa foi predominante em 21,4% dos textos que citam apenas os parlamentares, seguido de 16,7% de valência neutra e 15,5% de valência equilibrada. Ainda na *Folha de Londrina*, nas notícias que citavam a Casa de Leis, a valência predominante manteve-se a positiva, embora tenha caído de 46,4% para 39,9%. Ao citar a Alep a valência neutra ultrapassou a negativa, representando 21%, depois a negativa, 20,3% e por fim a equilibrada 18,8%.

No jornal *Gazeta do Povo*, nas notícias que citavam apenas os parlamentares, a valência predominante foi a neutra (43,8%), seguida da negativa (27,5%), depois equilibrada (16,3%) e, em menor quantidade, a positiva (12,5%). Ao citar a Alep, a valência predominante passou a ser a equilibrada (31,9%), seguida da negativa (29,8%), neutra (28,4%) e positiva (9,9%).

No *Jornal da Manhã*, quando citados apenas os parlamentares, a valência predominante foi a positiva (63%), seguida da negativa e neutra, ambas com 13% e equilibrada (10,3%). Quando a instituição é citada, reduz-se em 10% as notícias com valência positiva, que passam para 53% das notícias que citam a instituição.

*O Diário do Norte do Paraná* que tem o predomínio das notícias personalizadas, citando apenas os parlamentares, quando não menciona a Alep, mas apenas os deputados estaduais, tem em suas reportagens ou notas o predomínio da valência Positiva (79,1%), seguida da Equilibrada (12,8%), Neutra (7%) e Negativa (1,2%). Ao citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná aumenta-se muito a valência negativa e conseqüentemente, diminuem-se as notícias com valência positiva. Nas reportagens ou notas que citam a Casa de Leis há o predomínio das notícias com valência positiva (61,2%), seguido de negativa (20,4%), Neutra (14,3%) e Equilibrada (4,1%).

No jornal *O Paraná*, nas notícias personalizadas, que não mencionam a

Alep a valência predominante é a positiva (57,9%), seguido da equilibrada (21,6%), Neutra (14,7%) e negativa (5,8%). Nas notícias institucionalizadas, novamente vê-se a diminuição das notícias com valência positiva em relação às personalizadas, sendo ainda assim a valência positiva a predominante (47,9%), seguido da neutra (23,1%), equilibrada (20,4%) e negativa (8,6%). Há novamente o aumento das notícias de valência negativa quando citada a Alep.

### **Os temas das notícias**

Como este trabalho se baseia na ideia de que a comunicação e o Jornalismo têm como um de seus principais papéis funcionarem como instrumento educador e favorecedor da democracia, acredita-se que a análise dos temas tratados nas notícias que mencionam os deputados estaduais e da Assembleia Legislativa do Paraná são importantes, pois elas podem agendar temas para o debate público. Além da questão abordada por Miguel (2002) em relação às interferências entre a mídia e a esfera política, devido ao poder de influência que uma exerce sobre a outra.

Para saber qual o assunto predominante nas notícias sobre a Alep, os textos foram classificados de acordo com doze temas gerais: 1. Campanha Eleitoral, 2. Político-institucional, 3. Economia, 4. Política Social, 5. Infraestrutura e meio ambiente, 6. Violência e Segurança, 7. Ético-moral, 8. Política para Esporte, 9. Cultura / variedades, 10. Política Estadual / Nacional, 11. Política Internacional, 12. Outros. Os temas foram estabelecidos baseado nas pesquisas já desenvolvidas pelo Grupo de Pesquisa de Comunicação e Política (CPOP) da Universidade Federal do Paraná.

Nas matérias que citam apenas os deputados estaduais e que não citam a instituição legislativa, verificou-se a predominância do tema Político-institucional nos jornais *Folha de Londrina* (50%), *Gazeta do Povo* (58,8%), *O Diário do Norte do Paraná* (33,7%) e *O Paraná* (91,6%). O único jornal que teve como tema pre-

dominante o Campanha Eleitoral foi o *Jornal da Manhã*, do município de Ponta Grossa.

Ainda nas notícias que citam apenas os parlamentares, o tema Campanha Eleitoral é o segundo que mais aparece nos jornais *Folha de Londrina* (19%), assim como Ético-moral (19%) e também no *O Diário do Norte do Paraná* (27,9%). O tema Ético-moral é o segundo predominante nos jornais *Gazeta do Povo* (16,3%) e *O Paraná* (2,6%), embora em proporções muito diferentes.

Nas notícias em que a Alep é mencionada, em todos os cinco jornais analisados, sem exceção, o tema predominante foi o Político Institucional. O tema Campanha Eleitoral desaparece das notícias que citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. O tema Ético-moral é o segundo predominante nos jornais *Folha de Londrina* (10,3%), *Gazeta do Povo* (25,9%) e *Jornal da Manhã* (11,4%).

O enquadramento noticioso dos textos jornalísticos também foi identificado neste trabalho. Segundo a categorização utilizada adaptada de Porto (2005) ele só vale para as notícias informativas, ou seja, no formato Reportagem ou Nota. Essa variável é aplicada para os textos informativos – notas e reportagens. Podem ser classificados como: 1. Eleitoral: quando trata de assunto relacionado às eleições; 2. Personalista: quando dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional, enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos; 3. Temático: quando interpreta posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha e de seus valores. Dá ênfase às plataformas partidárias ou programas para diferentes temas; 4. Episódicos: restringe-se a relatar acontecimentos recentes, sem o enfoque característico dos outros três enquadramentos. É descritivo e orientado por acontecimentos que geram reações do público. Desconsidera aspectos mais amplos do evento, pode ser um simples relato de fatos ou declarações dos atores políticos.

Em relação ao enquadramento das reportagens, verificou-se que quatro

dos cinco jornais analisados, quando a instituição Assembleia Legislativa do Paraná não é citada, o enquadramento predominante é o Personalista, ou seja, aquele que preferêcia aos atores individuais. Na *Folha de Londrina* e na *Gazeta do Povo*, 50% das reportagens estão sob o enquadramento personalista. No *Jornal da Manhã*, 56%, e no *O Diário do Norte do Paraná*, 68%. Somente no jornal *O Paraná* que as notícias que falam somente dos deputados possuem em sua maioria o enquadramento temático, 80% delas estão sob este enquadramento predominante. Nos jornais *Folha de Londrina* e no *Jornal da Manhã*, o segundo enquadramento que mais aparece é o Temático. Já na *Gazeta do Povo* é o episódico, devido às notícias de denúncias.

Entretanto, ao mencionar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, o enquadramento predominante passa a ser o temático. Na *Folha de Londrina*, 68,5% das notícias institucionalizadas estão sob este enquadramento. Na *Gazeta do Povo* são 45,6% das notícias institucionalizadas com enquadramento Temático, no *Jornal da Manhã* são 38%, no *O Diário do Norte do Paraná* são 37% e no *O Paraná* são 63,8%. Como afirma Entman (1993, p.52-54), do ponto de vista operacional o enquadramento envolve a seleção do que é narrado na busca de deixar a informação mais noticiável e significativa para a audiência. O enquadramento determina também a maneira a realidade e os fatos são percebidos e devem ser salientados, assim, quando individuais os parlamentares são mais importantes como atores, mas quando mencionada a Alep, esta passa a ser mais destacada e enfatizada no texto.

## **Conclusão**

Com a análise de 2.583 notícias coletadas dos jornais *Gazeta do Povo*, *Folha de Londrina*, *Jornal da Manhã*, *O Diário do Norte do Paraná* e *O Paraná* foi possível apresentar um panorama da produção noticiosa que os veículos fizeram

sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares durante a 16ª e 17ª legislatura. Com o estudo do tamanho dos textos, do formato, da temática, do enquadramento dos textos, da valência e a verificação da prioridade aos parlamentares ou a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná em detrimento dos parlamentares, é possível responder qual é a visibilidade, a abordagem dada à Assembleia Legislativa Estadual e seus parlamentares nas notícias dos jornais impressos do Estado do Paraná.

A comparação dos diferentes veículos regionais do estado foi importante para perceber as características de tratamento da notícia dado por cada periódico. Separar as notícias que tratam apenas dos parlamentares e aquelas que mencionam a instituição foi relevante para verificar se havia diferença no tratamento dos atores, e isso foi constatado, como será explicado a seguir. Nota-se que a cobertura feita pelos cinco veículos apresenta, em determinados momentos da análise, proximidades e divergências que apontam para resultados significativos a respeito da sua contribuição no processo de difusão da informação do tema analisado.

Na *Gazeta do Povo*, das 851 notícias deste jornal, 771 citaram a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, ou seja, a grande maioria das notícias deste jornal são institucionalizadas. Já as notícias personalizadas – que citavam apenas os parlamentares sem mencionar a Alep - eram apenas 10% do total de notícias da amostra deste jornal, ou seja, 80 notícias.

Na *Folha de Londrina*, verificou-se 348 das 432 entradas de notícias citam Alep. A quantidade das notícias não institucionalizadas na *Folha de Londrina* é cinco vezes menor que a quantia das institucionalizadas.

O *Jornal da Manhã*, da Ponta Grossa, também citava a Assembleia Legislativa do Paraná na maior parte de suas notícias, das 501 entradas de notícias do veículo, 317 citavam a Casa de Leis, ou seja, eram institucionalizadas, com formato predominantemente de Coluna.

No jornal *O Diário do Norte do Paraná*, do município de Maringá foi o



único jornal dos cinco analisados, que deu mais destaque para notícias que tratavam apenas dos parlamentares, sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, pois 86 das 156 notícias falavam apenas dos parlamentares, contra 70 que citava a instituição legislativa. É importante destacar que o jornal *O Diário do Norte do Paraná* é o único jornal regional que não tem editoria de política.

O quinto jornal analisado foi *O Paraná*, de Cascavel. Nele há o predomínio das notícias institucionalizadas, pois das 643 notícias da amostra, 453 citam a Assembleia, contra menos na metade desse valor, ou seja, 190 que não citam. Nas notícias institucionalizadas o formato predominante foi Reportagem ou nota, em 221 (48,8%).

Respondendo à pergunta da pesquisa “qual a visibilidade dada à Assembleia Legislativa Estadual e seus parlamentares nas notícias dos jornais impressos do Estado do Paraná?”, percebe-se que o gênero Informativo predomina nos jornais *Gazeta do Povo* e *Folha de Londrina*, enquanto o Opinitivo predomina nos demais: *Jornal da Manhã*, *O Diário do Norte do Paraná* e *O Paraná*.

A *Gazeta do Povo* foi o jornal que mais disponibilizou espaço em sua primeira página para noticiar a Alep, sendo que (6,7%) estavam nesta localização. O segundo veículo que mais noticiou a Alep ou os deputados na primeira página foi o *Jornal da Manhã* (5,6%) e o que menos deu espaço em suas capas foi *O Paraná* (3,1%).

Dos cinco jornais analisados verificou-se que na *Folha de Londrina* as notícias são predominantemente institucionalizadas, assim como na *Gazeta do Povo*, e as notícias institucionalizadas também são maiores, no *Jornal da Manhã* a maior parte das notícias também são institucionalizadas.

*O Diário do Norte do Paraná* é o único onde há mais notícias que se referem apenas aos parlamentares, de um total de 156 notícias analisadas, 86 não citam a Alep. Entretanto, as notícias institucionais são maiores, embora em menor volume. No *O Paraná*, também há o predomínio das notícias institucionalizadas,

pois apenas 190 das 646 notícias não citam a Assembleia, mas o tamanho médio das notícias é bem parecido.

Quanto à valência das notícias, na maioria dos jornais quando tratados apenas os deputados, ou seja, nas notícias mais personalizadas a valência predominante era a positiva e em maior volume, ao citar a instituição a valência positiva diminui, o que traz a percepção de que a instituição está mais ligada a informações negativas.

Em relação ao enquadramento das reportagens, verificou-se que quatro dos cinco jornais analisados, quando a instituição não é citada, o enquadramento predominante é o Personalista, ou seja, aquele que dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional, enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos. O único jornal enquadramento predominante temático quando trata dos deputados foi *O Paraná*.

Assim, percebeu-se ao longo das análises que a hipótese de que as notícias são personalizadas, dando ênfase aos dramas dos deputados ao invés da Assembleia Legislativa como instituição se confirmou em volume apenas no jornal *O Diário do Norte do Paraná*, de Maringá, mas no enquadramento em todos os jornais que citam somente os parlamentares sem mencionar a Alep, exceto *O Paraná*.

## Referências bibliográficas

- ARRUGUETE, N. Los medios de comunicación y la formación de la agenda pública. *Verso e Reverso – Revista de Comunicação*, v. 19, nº 41, 2005.
- CERVI, E. U. (Org.). *Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais*. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009.
- \_\_\_\_\_. *Análise de dados categóricos aplicada às Ciências Sociais*. Apostila. Curitiba, 2010.
- CHONG, D. DRUCKMAN, J. N. Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, v. 10, p. 103-126, 2007.
- COLLING, L. *Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados*. *Famecos*, nº 14, p. 88-101, 2001.
- ENTMAN, R. M. Framing toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, v. 43, nº 4, p. 51-58, 1993.
- \_\_\_\_\_. *Projections of power: framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.
- GAMSON, W.; MODIGLIANI, A. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American Journal of Sociology*, v. 95, p. 1-37, 1989.
- GITLIN, T. *The Whole World is Watching: mass media and the making and unmaking of the new left*. Berkeley/Los Angeles: University of California Press, 1980.
- GOFFMAN, E. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press, 1974.
- GOMES, W. *Publicidade, discutibilidade, visibilidade: Para uma revisão do conceito de esfera pública política*. In: Encontro Anual da Compós, 16., 2007. Curitiba, *Anais...* Curitiba: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2007.
- HANSEN, M. R. *Esfera pública, democracia e jornalismo: as representações sociais da cidadania em “Veja” e “IstoÉ”*. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2007.
- HOHLFELDT, A. Os estudos sobre a hipótese do agendamento. *Famecos*, nº 7, p. 42-51, 1997.
- LASWELL, H. The structure and function of communication in society. In: SCHRAMM, W.; ROBERTS, D. (Org.). *The process and effects of mass communication*. Chicago: University of Illinois Press, 1957.
- MCCOMBS, M. *A teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- MCCOMBS, M.; SHAW, D. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, nº 1, p.176-187, 1972.

- MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, nº 55-56, p. 155-184, 2002.
- \_\_\_\_\_. O Jornalismo como Sistema Perito. *Tempo Social*, v. 11, nº 1, p. 197-208, 1999.
- \_\_\_\_\_. Um ponto cego nas Teorias da Democracia: os Meios de Comunicação. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais – BIB*, nº 49, p. 51-77, 2000.
- MONT’ALVERNE, C. “A quem se dirige o Jornalismo político? Um estudo acerca de personagens e instituições mencionadas por editoriais sobre o Congresso Nacional publicados por O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo”. In: Seminário Nacional de Sociologia e Política, 7., 2016. Curitiba, *Anais...* Curitiba: Seminário Nacional de Sociologia e Política, 2016.
- PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Revista Comunicação & Sociedade*, nº 43, p. 67, 2005.
- PORTO, M. P. *Enquadramentos da mídia e política*. In: Encontro Anual ANPOCS, 26., 2002. Caxambu, *Anais...* Caxambu: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2002.
- PORTO, M. Enquadramentos da Mídia e Política. In: RUBIM, A. (Org.) *Comunicação Política: Conceitos e Abordagens*. Salvador: Editora UFBA, 2004. p. 74-104.
- SHOEMAKER, P. J.; COHEN, A. A. *News around the world: Content practitioners, and the public*. New York: Routledge, 2006.
- SHOEMAKER, P.; VOS, T. *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge, 2009.
- TRAQUINA, N. O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo. *Revista Comunicação e Linguagens*, nº 21-22, 1995.
- WEAVER, David H. Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming Journal of Communication. *Journal of Communication*, v. 57, nº 1, p. 142-147, 2007.

## CAPÍTULO VI

# A COBERTURA JORNALÍSTICA EM MÍDIAS LEGISLATIVAS

*Um estudo sobre a Agência Câmara*

Leidyanne Viana Nogueira  
Francisco Paulo Jamil Marques

**P**ara Kovach e Rosenstiel (2004), o Jornalismo, não obstante ter passado por várias mudanças nas últimas décadas, permanece fundamental para “fornecer aos cidadãos as informações de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (p. 31). Para os autores, contudo, a função social de tal atividade estaria ameaçada, no início do século XXI, por conta do “surgimento de um jornalismo baseado no mercado, mais e mais divorciado da ideia de responsabilidade cívica” (p. 49). Bucci (2008a) aponta um diagnóstico semelhante, destacando que o esforço agora se volta para manter o Jornalismo independente não somente de anunciantes e de governos, mas, também, dos interesses estritamente econômicos dos próprios donos das empresas noticiosas.

Na tentativa de evitar tais riscos e de fortalecer a ligação da imprensa com o interesse público, um grupo de jornalistas e acadêmicos propôs o conceito de “Jornalismo público”. De acordo com Moraes (2011), tal movimento – cujos princípios ou nomenclaturas ainda hoje não são consensuais, sendo denominado, a

depende do autor, de “Jornalismo cívico”, “comunitário” ou “de serviço público” (TRAQUINA, 2005) – propõe repensar, por exemplo, a ênfase das perguntas clássicas do Jornalismo (quem; o quê; onde; por qual motivo; de que maneira) a fim de destacar a natureza dos problemas coletivos.

Deve-se também perguntar sobre a relação dos cidadãos com essas questões e problemas; com quem se deveria estar falando, sobre o que, onde, quando e como as pessoas podem se envolver na sua deliberação, e por que ele está sendo resolvido ou não (MORAES, 2011, p. 43).

Destaque-se que mesmo instituições do Estado têm se esforçado para consolidar as experiências de Jornalismo público mundo afora. É o caso da Câmara dos Deputados, que conta com um complexo sistema de comunicação cuja proposta editorial, conforme será detalhado mais à frente, é realizar, entre outras tarefas, um Jornalismo voltado para o interesse público e para a promoção da cidadania, como suplemento à cobertura política da imprensa tradicional. Contudo, se, nos veículos da Câmara, não haveria, em princípio, um confronto explícito entre a lógica do Jornalismo e a lógica do mercado (em virtude do financiamento provido com recursos públicos), é possível diagnosticar determinados conflitos entre a lógica do Jornalismo e a lógica dos interesses políticos ali presentes, por conta da subordinação hierárquica dos jornalistas aos deputados (BERNARDES, 2010; 2011).

Assim, levando em conta as peculiaridades da *Agência Câmara*, o capítulo<sup>1</sup> tem como objetivos principais (a) compreender como se dá a abordagem do tema “reforma política” em um conjunto de notícias elaboradas pela *Agência Câmara* e (b) verificar em que medida há diversidade de vozes nos materiais examinados. Consideramos que essas duas questões permitem confrontar, de um lado, a proposta de comunicação editorial formulada pela Casa e, de outro, aquilo que é

<sup>1</sup> Uma versão anterior deste trabalho foi publicada na Revista Eletrônica de Ciência Política (RECP / UFPR) (v. 7, n. 2, 2016). Os autores são gratos à CAPES e ao CNPq pelos auxílios que tornaram a realização da pesquisa possível.

efetivamente praticado no âmbito dos veículos da Câmara. Ademais, pretende-se discutir de que maneira a *Agência Câmara* produz um conjunto de sentidos sobre a questão da reforma política, ao mesmo tempo em que limita a visibilidade de emergência de outros.

Por meio da Análise de Discurso, serão examinadas 17 notícias sobre a reforma política, todas publicadas entre julho e outubro de 2013. Este tem se mostrado um tema relevante na última década, considerando a quantidade de proposições legislativas aprovadas ou em discussão no Congresso. Além disso, as modificações no comando da Secretaria de Comunicação da Câmara dos Deputados chanceladas pela Mesa Diretora (sobretudo a partir de 2015), que tinha Eduardo Cunha (PMDB-RJ) à frente, atraem a atenção para os efeitos da gestão política na área de comunicação da Casa<sup>2</sup>.

Nesse sentido, ressalte-se que mesmo ao cumprir funções importantes em relação à transparência ou ao potencial de responsividade dos parlamentares, como defende Jardim (2007), entre os interesses de origem na criação dos veículos da Câmara está a função de promover a imagem dessa instituição. Como se verá adiante, alterações estruturais na proposta da Secom trataram de separar as funções de comunicação institucional, de um lado, e as jornalísticas, de outro. Até que ponto, contudo, tal divisão é capaz de afastar o interesse institucional na produção de notícias? Para Bucci (2008b), nos canais legislativos, “a finalidade de dar transparência está subordinada à finalidade de promoção” (p. 263).

Assim sendo, e com o objetivo de verificar empiricamente tal problema, apresenta-se a primeira hipótese do trabalho:

*H1: Mesmo que a proposta editorial da Agência Câmara enfatize a ideia de Jornalismo público, predomina, nas notícias analisadas, um discurso oficial atrelado à construção de uma imagem positiva da Casa.*

<sup>2</sup> Ver: < <http://goo.gl/OwPzc0> >. Acesso em 03 mai. 2015.

Vale destacar que, embora a possibilidade de vício partidarista da cobertura seja reduzida em virtude da diversidade de legendas na Câmara – como defendem Bernardes (2010), Bucci (2008b) e Sant’Anna (2009) –, tal realidade não é garantia de uma pluralidade de fontes (sobretudo porque uma efetiva variedade de fontes extrapola considerar apenas os parlamentares). Apesar disso, em pesquisa realizada por Queiroz (2007) junto a profissionais da *TV Câmara*, a pluralidade de fontes foi a opção que mais apareceu como parâmetro exigido pelas chefias na produção diária de matérias. Para a autora:

[...] as matérias produzidas pelos jornalistas das TVs legislativas devem refletir esse aspecto [o perfil pluripartidário] e dar voz a todas as representações políticas. É uma característica importante porque faz com que as matérias reflitam a multiplicidade de vozes da sociedade representadas no parlamento. Tanto parlamentares de partidos majoritários quanto os da minoria devem ser ouvidos (QUEIROZ, 2007, p. 146).

Contudo, a própria autora ressalta que “[e]mbora a preocupação com a pluralidade das fontes esteja presente na produção diária da emissora, muitas vezes essa pluralidade se restringe a ouvir diversos partidos em vez de diversos parlamentares de diferentes partidos” (p. 162). Tal observação encontra respaldo no “oficialismo” constatado por Bernardes (2011, p. 178):

[...] não são todos os parlamentares que merecem atenção das mídias legislativas. Geralmente, aparecem aqueles que são detentores de cargos e de algum tipo de poder institucional dentro da instância legislativa, com especial privilégio para o presidente da Câmara e para os líderes partidários.

Nesse sentido, apresenta-se a segunda hipótese de pesquisa:

*H2: Também de forma contrária à proposta editorial que guia o trabalho da Agência Câmara, as notícias relativas à reforma política são marcadas por uma escassa pluralidade de fontes.*



Com o intuito de verificar as duas hipóteses, o trabalho conta com a seguinte estrutura: os próximos tópicos discutem um conjunto de elementos que envolvem o sistema de comunicação da Câmara, apoiando-se na abordagem dos conceitos de Comunicação institucional e Jornalismo público. Em seguida, apresentam-se a análise empírica e as principais descobertas da pesquisa.

### **Comunicação pública e o surgimento das mídias legislativas**

Brandão (2012) aponta que o conceito de comunicação pública tem assumido diferentes significados no Brasil, sem haver ainda um consenso. Uma das acepções, segundo a autora, identifica comunicação pública com o fluxo informativo que vai do Estado e do governo para os cidadãos, “uma forma legítima de o governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas” (BRANDÃO, 2012, p. 5). Sant’Anna (2009, p. 149), todavia, observa o seguinte:

Comunicação pública não significa dizer que ela se limite à comunicação produzida pelo Estado; ela engloba toda comunicação de interesse público, praticada não só por governos, como também por empresas, terceiro setor e sociedade em geral.

Weber (2007), por sua vez, explica que o termo “comunicação pública” pode ser utilizado tanto por agentes do campo do Jornalismo, quanto por estudiosos e profissionais das Relações Públicas e do Marketing. Para a autora, entretanto, o que definiria comunicação pública seria o ato de promover a “circulação de temas de interesse público, nos modos de debater e repercutir esses temas” (p. 24).

Divergências teórico-conceituais à parte, o fato é que, principalmente a partir da segunda metade do século XX, atores sociais que antes assumiam o papel de fontes jornalísticas passaram a tentar interferir na agenda pública por meio da criação de suas próprias mídias, abrindo espaço para iniciativas que Sant’Anna (2009)

denomina de “mídias das fontes”.

É nesse contexto que surgem, no Brasil, ao longo dos anos 1990, as chamadas “mídias institucionais” no campo político. O primeiro canal dessa natureza foi a *TV Assembleia* de Minas Gerais, criada em 1995. A *TV Câmara* surge em 1998; a *Rádio Câmara*, por sua vez, em 1999. O último canal a ser lançado pela Câmara foi a *Agência Câmara Notícias*, no ano 2000 (BARROS; BERNARDES; LEMOS, 2008).

O desenvolvimento das emissoras de comunicação da Câmara deve-se, segundo Barros, Bernardes e Lemos (2008), à avaliação feita por profissionais daquela Casa Legislativa sobre a qualidade da informação fornecida pelas mídias comerciais: em vez de contribuir para um debate público de temas fundamentais, os jornais fomentariam uma percepção negativa das instituições públicas. A produção dessas mídias legislativas, todavia, mantém o emprego de técnicas e rotinas usuais no Jornalismo tradicional.

Sant’Anna (2009), assim como Bucci (2008b), argumenta que a possibilidade de vício partidarista na cobertura patrocinada pela Câmara seria remota em virtude da diversidade de legendas representadas na Casa. Contudo, considerando a dependência que os canais legislativos têm do mundo da política, Bucci refuta a tese de que tais veículos pratiquem Jornalismo – como defendem autores a exemplo de Bernardes (2010), Queiroz (2007) e Sant’Anna (2009) –, por mais que prestem informações com valor jornalístico.

Vê-se, assim, que a compreensão do papel cumprido por esse tipo de veículo gera controvérsias teóricas significativas. Este trabalho tem o intuito justamente de se debruçar sobre produtos finais da *Agência Câmara* e, assim, oferecer um elemento empírico adicional ao debate.

## **O sistema de comunicação da Câmara dos Deputados: entre a comunicação institucional e o Jornalismo público**

O sistema de comunicação da Câmara começou a se organizar em 1971, quando foi fundada a Assessoria de Divulgação e Relações Públicas (Adirp). A Resolução que criou a Adirp determinava que caberia a tal órgão “informar e esclarecer a opinião pública a respeito das atividades da Câmara dos Deputados, utilizando, para isso, os veículos de divulgação e as técnicas de Relações Públicas, e assessorar o Presidente em questões de cerimonial”<sup>3</sup>. No final da década de 1990, a Adirp deu lugar à Secom (Secretaria de Comunicação).

A estrutura administrativa da Câmara dos Deputados prevê a subordinação da Secom à Mesa Diretora da Casa. A Secom, por sua vez, conta com dois departamentos: o Departamento de Mídias Integradas, ao qual cabe “supervisionar as atividades jornalísticas realizadas pelos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados” (é neste órgão onde está abrigada a *Agência Câmara*); e o Departamento de Relações Públicas e Divulgação, que seria responsável pela promoção institucional da Câmara<sup>4</sup>.

Percebe-se que enfatizar essa separação é elemento fundamental para a imagem de credibilidade que tais veículos se esforçam em construir. Gomes (2004) e Bucci (2008a) se dedicam a apontar a diferença entre as duas atividades: enquanto o Jornalismo deve servir ao interesse público e ao direito à informação dos cidadãos, a comunicação institucional, empenha-se em formar uma opinião pública favorável à instituição a qual está ligada.

É importante frisar que o trabalho da Secretaria de Comunicação passou por reformulações substanciais a partir de um Seminário realizado na Câmara em

<sup>3</sup> Resolução da Câmara dos Deputados nº 20, de 1971. Seção IV, “Da Assessoria de Divulgação e Relações Públicas”. Disponível em: < <http://goo.gl/bb7dER> >. Acesso em: 16 nov. 2015.

<sup>4</sup> Disponível em: < <http://goo.gl/mOQixs> > Acesso em: 20 ago. 2015.

2003. Entre as novidades de tal evento, destaca-se a criação de um Manual de Redação, cuja inspiração central foi:

[...] o princípio de que os veículos da Secom devem preservar e aperfeiçoar sua missão básica: serem instrumento à disposição da sociedade brasileira, para que esta tenha acesso a informações objetivas, isentas e apartidárias sobre os trabalhos legislativos da Câmara dos Deputados (MALAVAZI, 2004, p. 19).

O Manual faz uma distinção na atuação dos quatro veículos da Câmara: enquanto as emissoras de Rádio e TV têm como destinatários diretamente um público mais amplo, o Jornal e a Agência teriam como alvo outros órgãos da imprensa, atuando como fontes para outros veículos. A *Agência Câmara Notícias*, caso a ser examinado neste capítulo, está hospedada no portal da Câmara dos Deputados (<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/>).

Segundo o Manual<sup>5</sup>, a necessidade de comunicação pública é “flagrante”, em virtude das deficiências identificadas pelo documento no que concerne à cobertura da imprensa comercial, que “não tem sido capaz de, sozinha, cumprir o papel de transmissora de toda a vasta gama de informações cuja captação é essencial para o exercício dos direitos de cidadania” (MALAVAZI, 2004, p. 27). Ainda de acordo com o mesmo documento,

Os veículos da Secom devem, assim, disseminar informações sobre as atividades da Câmara dos Deputados, de forma a contribuir para que o conhecimento acurado do processo legislativo gere maior participação da sociedade na própria atividade legislativa – o que, por sua vez, vai torná-la mais democrática (MALAVAZI, 2004, p. 29-30).

Neste sentido, vê-se que a proposta presente no Manual de Redação da Casa aponta para uma prática jornalística pautada pelo interesse público, com vistas

<sup>5</sup> Para maior aprofundamento sobre a estrutura de funcionamento do setor de Comunicação da Câmara, ver o Manual de Redação (<<http://goo.gl/wdYwuv>>) e o organograma da Casa (<<http://goo.gl/8APdhL>>). Acesso em 04 mai. 2015.

a ampliar a participação do cidadão.

Ponderando sobre as ambiguidades que envolvem esses veículos, então, Bernardes (2010) considera haver um caráter híbrido na produção desses meios: “Ainda que a comunicação institucional exerça forte influência na atividade cotidiana dos profissionais e a intenção persuasiva não esteja excluída da produção informativa, acreditamos que parte dessa produção pode ser chamada de Jornalismo público” (p. 233).

Em suma, pelo que se pode depreender a partir da proposta formulada por agentes ligados à Câmara dos Deputados, a Casa caracteriza o Jornalismo público como a atividade de produzir informações que permitam à audiência exercer sua cidadania como direito social, por meio da ênfase em temas da seara política. A bem da verdade, esta parece uma definição vaga – afinal, pelo menos normativamente, o Jornalismo comercial de boa qualidade adota os mesmos princípios. É nesse ponto que fica mais evidente uma dificuldade conceitual enfrentada pela própria ideia de Jornalismo público.

[...] boa parte da literatura sobre Jornalismo público encobre as inconsistências e mesmo as contradições em suas premissas e princípios. Se todos aqueles que escrevem em favor do Jornalismo público concordam, de forma apaixonada, mas vaga, que a vida pública precisa ser aprimorada e que a imprensa precisa se redefinir e revigorar seu compromisso com a democracia e com a participação democrática, poucos concordam sobre o significado de “democracia” [...] e sobre qual o papel que a imprensa deve desempenhar para que as coisas funcionem a contento (GLASSER, 1999, p. 7).

Ainda assim, o conceito em questão pode ser útil para elaborar uma análise da cobertura providenciada pela *Agência Câmara* justamente ao ressaltar quesitos que nem sempre são contemplados pelo Jornalismo comercial, a exemplo de “apelar para um ideal republicano que coloca a política como um espaço de discussão aberto a todos os cidadãos interessados” (GLASSER, 1999, p. 10).

Considerando, então, os conflitos e as limitações à atividade jornalística no

âmbito do Legislativo, e observando que o Jornalismo comercial também é marcado por disputas de ordens diversas, pretende-se, neste trabalho, estudar dois aspectos refletidos nos argumentos apontados acima à prática do Jornalismo público: a diversidade de vozes presente na cobertura e o aprofundamento temático sobre um assunto de interesse público.

### **Estratégias metodológicas**

Opta-se por examinar as notícias em uma sequência cronológica utilizando a vertente francesa da Análise do Discurso, uma vez que, como defende Courtine (2006), esse método possibilita desvendar a opacidade dos discursos políticos, o que se aproxima da ideia de Pêcheux (1997a) sobre a necessidade de compreender o discurso de acordo com o “efeito de sentidos” partilhados entre interlocutores – e não como mera transmissão de uma informação ou dado.

O contato prévio com o *corpus* empírico permitiu observar, entre outros aspectos, que a construção dos argumentos pelas fontes mencionadas nas notícias parte de perspectivas político-partidárias singulares, isto é, que evidenciam visões de mundo atreladas aos interesses de cada ator. É nesse sentido que o artigo concorda com Benetti (2008, p. 13) quando ela explica que “o Jornalismo é, entre outras definições possíveis, um discurso”, pois é um “lugar de circulação e produção de sentidos” (BENETTI, 2007, p. 37).

Ademais, segundo Benetti (2006), a polifonia seria uma condição ideal do texto jornalístico: “Para identificar seu caráter polifônico ou monofônico é preciso mapear as vozes que o conformam, e, nesse movimento, refletir sobre as posições de sujeito ocupadas por indivíduos distintos” (p. 6). Neste sentido, contar com várias fontes em uma mesma unidade textual não representa necessariamente contar com vozes distintas. Assim, seguindo tal orientação, consideramos um texto seja polifônico se ele contemplar uma pluralidade de perspectivas (ou

seja, nem é dominado apenas por um discurso, nem se limita ao embate entre dois lados). Na análise, a polifonia foi considerada apenas em relação às fontes que “falam” diretamente.

Uma vez que cada suporte midiático implica a lida com dinâmicas e rotinas específicas de produção, aponta-se que existem ditames sociais, históricos, culturais e institucionais que ajudam a entender o próprio discurso construído pela *Agência Câmara*. Isso significa que os textos que compõem o *corpus* não podem ser pensados de maneira isolada, sendo essencial sua inserção em um contexto ligado às estruturas, atores e ações por eles empreendidas na dialética discursiva.

Justificada a abordagem, pretende-se verificar as nuances discursivas presentes nos textos, sublinhando-se os aspectos a seguir: 1) quem são os agentes principais desses discursos; 2) de que maneira a reforma política é abordada; 3) e com que profundidade os pontos dessa reforma são apresentados ao cidadão. Para este último objetivo, são buscados os seguintes aspectos, considerando algumas das orientações do Jornalismo público (MORAES, 2011): apresentação dos valores centrais do problema, das causas para a sua existência, dos responsáveis, das alternativas para sua solução, bem como dos custos e benefícios envolvidos e das justificativas para a não resolução.

### **Delimitação do *corpus***

O *corpus* empírico da pesquisa é constituído por 17 notícias relacionadas ao tema “reforma política”. A opção pelo assunto se deve à grande repercussão e ao amplo debate que ele ganhou após os protestos de junho de 2013. Como consequência das manifestações, o tema voltou à pauta do Congresso, especialmente após Dilma Rousseff (PT) propor a realização de um plebiscito para decidir sobre pontos da reforma (G1, 2013). O Legislativo Federal, então, passou a discutir a

questão com maior ênfase.

As notícias foram selecionadas a partir do primeiro mês após a ocorrência das manifestações, considerando-se apenas os dias úteis: 1ª semana do mês de julho, 2ª semana de agosto, 3ª semana de setembro e 4ª semana de outubro. Optou-se por meses subsequentes para que se pudesse verificar a evolução da discussão na Câmara, escolhendo-se semanas alternadas de modo a evitar um direcionamento inapropriado quanto ao método de coleta de dados.

Os materiais foram encontrados por meio da ferramenta de busca disponível no site da Agência. Buscou-se, então, a expressão “reforma política”; as opções de filtro surgem após ser solicitada a pesquisa: inseriram-se, então, os períodos desejados e marcou-se o veículo “*Agência Câmara*”. Dos resultados, somente é considerado para análise o conteúdo enquadrado no gênero jornalístico “notícia”, do tipo consolidada, no formato textual, e que esteja inserido no Tema (editorial) “Política”. Foram eliminadas matérias que tratassem do simples agendamento de eventos a serem realizados na Câmara, como reuniões de bancadas. Após esses filtros, chegou-se ao quadro de 10 notícias em julho; 4 notícias em agosto; 2 notícias em setembro; 1 notícia em outubro. Cada unidade textual foi verificada tendo em vista título, lide, fontes e suas respectivas declarações, bem como a presença de *links* com informações complementares.

A seguir, o artigo oferece uma discussão sobre o teor geral das publicações, sendo destacados (por questões de limitação de espaço) os trechos que mais chamam atenção quanto à pluralidade de vozes e à profundidade na abordagem do tema. Os *links* para todas as notícias e reportagens encontram-se nas notas de rodapé que acompanham os títulos dos textos, permitindo ao leitor conferir *in loco* detalhes da amostra.



## **Análise das notícias de julho de 2013**

### *Notícia 01: Relator da reforma política sugere perguntas para plebiscito<sup>6</sup>*

Na primeira notícia, destacam-se as perguntas que o deputado Henrique Fontana (PT-RS) sugere para o plebiscito da reforma política. Tal parlamentar, por ser relator de uma proposta de reforma que aguarda votação na Câmara, mantém sua condição de fonte autorizada e, por isso, desperta o interesse do profissional que realiza a cobertura.

O texto apresenta os posicionamentos do deputado sobre o tema: além de favorável à realização do plebiscito, Fontana defende a urgência na votação da reforma, dando a entender que os integrantes da instituição não se comportam, usualmente, de forma célere.

Como contraponto à posição do deputado, a notícia utiliza como fonte um cientista político, Carlos Ranulfo: “Apresentar a ideia de uma reforma política como resposta às ruas é um erro, é uma precipitação, e *pode jogar uma discussão que é muito complexa, a discussão da reforma política, no calor da rua, o que seria um desastre*”.

Assim, apesar de se poder questionar a presença somente de um deputado governista na matéria (desprivilegiando a oposição, por exemplo), vê-se que outras fontes, externas à Câmara, cumprem, nessa ocasião, o papel de apresentar uma postura divergente.

Não há, portanto, no caso, um discurso monofônico, uma vez que comparecem pontos de vista distintos – isso, por outro lado, não permite que se fale em polifonia (pluralidade de vozes). Observe-se, ainda, que, com relação à profundidade de tratamento da questão por parte da Agência, não há, nesta matéria, maior destaque

<sup>6</sup> Notícia sem assinatura. Disponível em: <<http://goo.gl/yZYPHg>> Acesso em: 10 out. 2015

dado ao debate dos temas envolvidos na reforma política.

*Notícia 02: Congresso recebe hoje proposta de plebiscito sobre reforma política*<sup>7</sup>

O título é centrado no papel do Congresso, mesmo sendo este o “receptor” da ação do Planalto (logo, a escolha do título subverte uma lógica do título jornalístico, em que a ênfase, geralmente, recai sobre quem pratica a ação noticiada). Por um lado, evidenciam-se, assim, objetivos institucionais; por outro lado, o lide adota um comportamento distinto ao ser construído da seguinte maneira: “A presidente Dilma Rousseff envia hoje ao Congresso Nacional a mensagem com o pedido de realização de um plebiscito para discutir a reforma política”. Fica clara a tensão – presente em outros textos, conforme será averiguado – entre objetivos institucionais e objetivos ligados à deontologia jornalística.

A fonte principal dessa notícia é a presidente Dilma: “Segundo ela, *o governo pretende discutir pelo menos dois pontos: financiamento de campanhas e sistema eleitoral*”. A utilização do verbo “pretende” pode oferecer duas interpretações: a) trata-se apenas de uma diretriz do governo; b) trata-se de uma diretriz do governo, mas que precisa do apoio do Congresso para seguir adiante, já que Câmara e Senado têm competência para participar dos rumos das decisões. Se considerarmos a segunda alternativa (sem descartar a primeira, naturalmente), pode-se pensar que a ênfase exagerada dada às atribuições do Parlamento em realizar a reforma política acaba gerando um efeito negativo para a imagem dessa instituição: ao repetir diversas vezes que cabe ao Congresso resolver tal questão, é possível julgar que o Legislativo seria o culpado pelo fato de não se ter, até hoje, realizado a reforma. Com relação à pluralidade de vozes nas notícias, verificou-se, na prática, uma monofonia, em virtude da presença predominante da presidente Dilma para tratar da proposta de plebiscito.

<sup>7</sup> Notícia sem assinatura. Disponível em: <<http://goo.gl/U0cpD2>> Acesso em: 10 out. 2015

*Notícia 03: Financiamento de campanhas e voto secreto podem fazer parte do plebiscito*<sup>8</sup>

A notícia dá voz aos presidentes, naquela ocasião, da Câmara, Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN), e do Senado, Renan Calheiros (PMDB-AL), que apresentam suas respectivas considerações sobre a proposta de plebiscito: “*Alves considerou o texto ‘respeitoso’ com o Congresso, já que deputados e senadores, segundo ele, terão liberdade para definir os temas que farão parte da consulta*”.

As constantes afirmações de respeito entre os dois poderes refletem, na verdade, uma tensão gerada pela atitude do governo entre agentes do meio político. Isso porque, ao propor um plebiscito como forma de aprovação da reforma, o Executivo, de certa forma, colocaria em segundo plano a capacidade do Congresso em realizá-la.

A matéria também menciona os pontos inventariados na proposta do governo; porém, limita-se a apontar, de maneira rápida, alternativas possíveis aos encaminhamentos do Executivo. Com relação a isso, vale destacar: há um *link*, com a chamada “Entenda a proposta do Executivo”, que encaminha o usuário para fora do texto. O material extra resume as opções presentes na proposta do plebiscito – sem, contudo, discutir as questões, preferindo ater-se a uma breve descrição. Assim, o objetivo de contribuir para a formação de um cidadão crítico não se evidencia na notícia. Também não há polifonia no texto, pois somente as vozes dos presidentes das duas Casas legislativas foram consideradas.

*Notícia 04: TSE informa prazo mínimo de 70 dias para organizar plebiscito*<sup>9</sup>

A redação do primeiro parágrafo desta notícia é confusa com relação à possível data para realização do plebiscito:

<sup>8</sup> Notícia assinada por repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/zeo8Re>> Acesso em: 10 out. 2015.

<sup>9</sup> Notícia sem assinatura. Disponível em: <<http://goo.gl/YNHpCL>> Acesso em: 10 out. 2015.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) informou [...] que *o prazo mínimo para organizar um plebiscito sobre a reforma política é 70 dias, a contar de 1º de julho, quando recebeu a consulta da presidente Dilma Rousseff...* [...] Com isso, de acordo com o tribunal, *o plebiscito poderia ser realizado em 8 de setembro, se as providências para a sua realização fossem tomadas de imediato.*

Vê-se que a edição optou, nesta matéria, por enfatizar a probabilidade de realização do plebiscito no prazo esperado pelo governo – algo que depende da agilidade do Congresso em tomar as medidas necessárias. Pode-se dizer que, de certo modo, o TSE passa o encargo para o Congresso, ao mesmo tempo em que se exige da responsabilidade, pois apenas estaria cumprindo o prazo necessário para os procedimentos. Aqui, uma vez mais, o Legislativo é responsabilizado, ainda que de maneira muito breve. Não se nota a presença de uma voz institucional, que poderia rebater a perspectiva do TSE. Contudo, também não há polifonia nem a discussão de assuntos atinentes à reforma política.

*Notícia 05: Plebiscito pode sanar déficit de representatividade, acredita líder do governo*<sup>10</sup>

O lide da notícia aponta objetivamente a posição de um parlamentar em específico: “O líder do governo na Câmara, deputado Arlindo Chinaglia (PT-SP), defendeu nesta terça-feira a proposta do Poder Executivo de realizar a reforma política a partir de um plebiscito.” No trecho seguinte, consta: “Segundo Chinaglia, a decisão da base governista, tanto na Câmara como no Senado, foi tomada após reunião com a presidente Dilma Rousseff na semana passada”.

Ou seja, vai-se de uma decisão isolada do deputado (defesa do plebiscito) para a informação de que a decisão “da base” foi tomada após reunião com a pre-

<sup>10</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/QPD46W>> Acesso em: 10 out. 2015.

sidente. Tem-se, então, uma informação implícita: a base aliada apoia o plebiscito. Chinaglia, contudo, nega enfaticamente, na matéria, que tenha havido uma imposição do Planalto quanto a ser favorável à consulta à população.

Em seguida, a notícia aponta a existência de uma posição divergente na Câmara: “Em declarações à imprensa, por outro lado, líderes de oposição apoiam a realização de um referendo.” Contudo, não se utiliza como fonte membro algum da oposição para defender o referido ponto de vista, generalizando a posição de quem é contra a iniciativa.

Assim, a matéria fica restrita à apresentação de argumentos favoráveis ao plebiscito. Revela-se um discurso monofônico, uma vez que ele permanece centrado nas opiniões e nas declarações de um único deputado, que é líder do governo.

*Notícia 06: Sugestão de Dilma para plebiscito repercute entre políticos e especialistas<sup>11</sup>*

A notícia dá destaque ao vice-presidente, Michel Temer (PMDB), que, na época, atuava na defesa do plebiscito. O jornalista autor da matéria utiliza-se, neste caso, do discurso indireto: “[...] o vice-presidente da República, Michel Temer, fez questão de ressaltar que, dos pontos de vista político e acadêmico, o plebiscito é o instrumento mais democrático de consulta popular”. Vê-se que, ao escolher o verbo “ressaltar” para introduzir a fala de Temer, o redator induz a interpretação para uma aceitação do discurso que vem em seguida.

Junto à defesa do plebiscito, a matéria reafirma o respeito de Temer pela competência do Congresso: “Constitucionalmente e legalmente, tudo começa e termina aqui, no Congresso. Então, quando se vai marcar o plebiscito e qual será a sua forma são decisões do Congresso Nacional”.

<sup>11</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/4DGTUI>> Acesso em: 10 out. 2015

Nesta mesma notícia, o ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, rebate o argumento (cuja autoria não é possível identificar a partir da edição) de que os cidadãos seriam incapazes de apreciar da maneira devida os aspectos da reforma política, por se tratar de um tema complexo. Outros dois representantes do governo ganham espaço: Arlindo Chinaglia (PT-SP) e o líder do PT, José Guimarães (CE).

A perspectiva dos opositores ao projeto também é contemplada no texto, da seguinte maneira: “Entre os adjetivos usados pela oposição para classificar as sugestões de Dilma estão ‘factoide’, ‘cortina de fumaça’ e ‘proposta diversionista’”.

O texto informa que Ronaldo Caiado (DEM-GO) “também não poupou críticas aos cinco pontos sugeridos por Dilma para o plebiscito”. Contudo, não são evidenciadas pela matéria as críticas que o deputado elaborou.

O privilégio concedido ao jogo acusatório e de mera troca de farpas entre governo e oposição é um dos males que o Jornalismo público se propõe a combater. É verdade que a matéria procurou contemplar vozes que representam pontos de vista contrários, governistas e opositores, a fim de alimentar ataques, mas o espaço concedido ao bloco de apoio à perspectiva do Executivo foi mais privilegiado, deixando-se de aprofundar as ressalvas à proposta encaminhadas pelos que estão fora da base do governo.

*Notícia 07: Plebiscito sobre reforma política divide opiniões entre líderes partidários*<sup>12</sup>

A notícia 07 traz como informação principal a falta de consenso sobre a realização do plebiscito, constatada após reunião entre as lideranças da Câmara. Há dois pontos de discordância: o modo escolhido para fazer a reforma e o prazo defendido pelo governo.

José Guimarães (PT) repassa as alternativas surgidas da reunião: a defesa

<sup>12</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/ojYLmm>> Acesso em: 10 out. 2015.

do plebiscito ainda em 2013, proposta da presidente Dilma; a realização do plebiscito em 2014, juntamente com as eleições; e a votação de uma reforma política pelo Congresso, condicionada a um referendo. Verifica-se, assim, que a informação de que a base aliada estaria majoritariamente comprometida com o plebiscito, repassada por Arlindo Chinaglia (PT-SP), como visto na notícia 05, fica comprometida.

Na sequência, apresentam-se críticas à proposta governista. Ronaldo Caiaido (DEM) afirma que “desenhar para a sociedade que o plebiscito vai surtir efeito para 2014 não é verdade, é uma armadilha”.

No parágrafo seguinte, mostra-se que a base aliada do Planalto não está, de fato, apoiando a proposta de plebiscito nos termos que o governo defende. O deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ), que, à época, atuava à frente do PMDB governista, afirma: “A bancada apoia a consulta popular, seja ela plebiscito ou referendo, desde que seja feita em 2014”.

O conteúdo alocado no intertítulo “Plebiscito x referendo” não abre espaço para a abordagem do tema de forma aprofundada. O foco é dado, novamente, ao jogo declaratório e acusatório, sem se buscar compreender a consequência da reforma.

Pode-se dizer que houve mais diversidade em relação aos discursos políticos, uma vez que os deputados de oposição contaram com mais espaço para apresentar seus pontos de vista. A matéria ainda careceu, contudo, da participação de setores alheios ao Executivo ou ao Legislativo.

*Notícia 08: Presidente vai criar grupo de trabalho para fazer proposta de reforma política*<sup>13</sup>

Nesta notícia, a única fonte é o presidente da Câmara, o então deputado Henrique Eduardo Alves, que anuncia a criação de um grupo de trabalho para ela-

<sup>13</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/KB0YIJ>> Acesso em: 10 out. 2015

borar um projeto de reforma. Esta informação é passada de maneira curta e objetiva, apenas como se fizesse parte de mais um procedimento burocrático. Não se problematiza o fato de haver outras propostas já em andamento, como aquela relatada por Henrique Fontana (PT), nem de esta medida poder significar uma rejeição implícita à proposta de plebiscito.

Para afastar a impressão de que não apoia o plebiscito, Henrique Alves informa que se trata de uma “alternativa”. Vê-se que ele coloca a responsabilidade em realizar a reforma sobre o Congresso, pois este “já devia tê-lo feito” em resposta às manifestações populares. Alinhando-se, assim, à perspectiva do governo. O texto da notícia, então, é monofônico, e seu tom adota um caráter institucional.

*Notícia 09: Comissão sobre plebiscito será instalada na terça, anuncia Fontana<sup>14</sup>*

Nesta notícia, também é feito o anúncio de um procedimento específico do processo legislativo: a instalação de uma comissão para discutir a proposta do plebiscito. A informação é dada por Henrique Fontana, que tem destaque por ser relator da proposta de reforma política. A matéria segue, assim, uma lógica própria à atividade jornalística: aqueles que estão à frente de decisões e projetos importantes são os que ganham visibilidade.

É preciso assinalar que esta notícia é uma das poucas a expandir a discussão sobre a reforma política, ao utilizar um infográfico (produzido alguns anos antes, é verdade, em 24/03/2011)<sup>15</sup>. Tal recurso, no caso, (1) informa que o “Congresso Nacional discute propostas de reforma política há décadas”; (2) indica que alterações no sistema eleitoral significariam mudanças na Constituição; e (3) apresenta um conjunto de alternativas referentes a essas mudanças, listando vantagens e desvantagens dessas opções. Mais claramente, são expostos os prós e contras

<sup>14</sup> Notícia sem assinatura. Disponível em: <<http://goo.gl/p9gwN0>> Acesso em: 10 out. 2015

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://goo.gl/1d7dMI>> Acesso em: 30 ago. 2015.



relativos aos seguintes temas: financiamento de campanhas, cláusula de barreira, voto facultativo, candidatura avulsa, data de posse, fidelidade partidária, suplência de senadores e reeleição.

No trecho que abre o intertítulo “Processo longo”, afirma-se o seguinte: “O processo para o plebiscito se refletir nas eleições é longo. Por isso, a decisão das ruas só deverá valer para as eleições de 2016”. O curioso, porém, é que, neste caso, não se atribui a informação a fonte alguma. Por fim, o deputado Fontana opina diretamente sobre a proposta da presidente Dilma de fazer um plebiscito, considerando-o “bastante razoável, pois o assunto vem sendo discutido pelo Parlamento há 18 anos, sem consenso”.

Tem-se, nesta notícia, um texto marcado pela monofonia, uma vez que só temos o posicionamento de um deputado. Mesmo que o texto se esquive de aprofundar o embate plebiscito x referendo, ele acaba apresentando, por meio do infográfico, questões importantes relativas à discussão da reforma.

*Notícia 10: Plebiscito sobre reforma política só valerá para 2016, aponta base do governo*<sup>16</sup>

A informação principal se refere à constatação de que não há tempo para o plebiscito da reforma valer para as eleições de 2014. A notícia resulta de uma reunião do então vice-presidente, Michel Temer, e de ministros com a base do governo na Câmara.

O que se destaca textualmente é a necessidade de mais tempo para reflexão. A declaração do deputado Jovair Arantes (PTB), publicada na matéria, vem nesse sentido: “É evidente que não poderíamos atropelar a legislação atual e a Constituição, sob pena de não termos um resultado que a sociedade possa absorver como positivo”.

Uma imagem positiva da Câmara é discretamente apresentada no texto, ao

<sup>16</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/1Dm7vj>> Acesso em: 10 out. 2015

se falar da disposição dos deputados em votar “uma série de mudanças eleitorais”, que já vinham sendo discutidas por um grupo de trabalho da Casa. Trata-se de uma “minirreforma”, como diz um intertítulo.

A proposta de plebiscito do governo volta a ser abordada na notícia a partir de críticas da oposição. Ronaldo Caiado (DEM-GO) e Carlos Sampaio (PSDB-SP), deputados na época, acusam a presidente de estar ouvindo o seu marqueteiro, e não os anseios da população. No desfecho, porém, a fala do ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, ameniza as ressalvas ao plebiscito e acusa a oposição de falta de argúcia em perceber os desejos da população.

A matéria em tela apresentou diversas fontes com posicionamentos divergentes entre si, especialmente no conflito governo x oposição, mas é importante salientar um embate que aparece apenas de modo implícito na sequência do texto, a saber, aquele que destaca as divergências internas no governo sobre qual procedimento adotar a fim de dar sequência à reforma. Ademais, não se propicia o debate sobre os temas envolvidos na reforma política, nem se explicam os possíveis caminhos para fazê-la.

### **Análise das notícias de agosto de 2013**

*Notícia 11: Reforma política pode aumentar participação das mulheres, avalia deputada*<sup>17</sup>

Já no segundo mês após a ocorrência das manifestações de junho de 2013, vê-se que a quantidade de matérias produzidas a respeito da reforma política foi significativamente reduzida.

A Notícia 11 trata de uma sessão solene no Congresso realizada em home-

<sup>17</sup> Notícia sem assinatura. Disponível em: <<http://goo.gl/f4sNpA>> Acesso em: 10 out. 2015.

nagem aos 25 anos de fundação da ONG União Brasileira das Mulheres (UBM). Na ocasião, o assunto “reforma política” é mencionado quando se apresenta o problema da baixa participação das mulheres na política brasileira.

A deputada Jô Moraes (PCdoB-MG) é apresentada como fonte relevante por ter sido a primeira presidente da UBM. Curioso notar que, na maioria das matérias que se analisou até aqui, as fontes da Câmara eram parlamentares que ocupavam papéis de liderança na Casa. Neste caso, a ligação da deputada (que não exercia liderança parlamentar) à entidade homenageada significa que a cobertura não escapa aos critérios jornalísticos que conferem autoridade a fontes associadas ao evento em questão.

No último tópico da matéria, o presidente do Senado, Renan Calheiros, faz uma avaliação positiva dos avanços em relação aos direitos das mulheres, apontando “votações recentes do Congresso que [as] beneficiaram”. Uma lista de tais leis que teriam beneficiado as mulheres é apresentada, mas sem que a informação seja atribuída ao senador. O jornalista, neste caso, torna-se responsável pela informação adicional, reforçando o que disse o presidente do Congresso. Têm-se, então, indícios de interesses institucionais no processo de apuração da notícia.

*Notícia 12: Presidente da CCJ manifesta apoio à proposta popular de reforma política*<sup>18</sup>

A Notícia 12 trata de uma proposta de reforma política apresentada por várias entidades da sociedade civil, dentre as quais a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e o Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE). A matéria, contudo, dá destaque, no título e no lide, ao apoio do presidente da Comissão de Constituição e Justiça (CCJ), Décio Lima (PT-SC), a essa proposta, assumindo,

<sup>18</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/9FnOjv>> Acesso em: 10 out. 2015.

assim, um ponto de vista institucionalizado. “*Assino o projeto para contribuir com sua celeridade, fazer com que ele comece a tramitar formalmente na Câmara*” é a declaração de Décio presente na matéria.

Os representantes das entidades, por sua vez, cobram agilidade no trâmite da proposta. A matéria pressiona os parlamentares, ainda que indiretamente, a adotarem medidas no sentido de promover mudanças no marco político-eleitoral do país.

Apesar de a matéria ter se iniciado com um caráter institucional, ela amplia sua abordagem e dá destaque ao discurso de quem não faz parte dessa instituição, uma entidade externa. O discurso do presidente da OAB, Marcus Vinícius, apresenta uma crítica direta ao Parlamento: “A Lei da Ficha Limpa foi aprovada pelo Senado em 48 horas, e o Congresso já discute a reforma política há 20 anos. O acúmulo de informações é muito grande, não há justificativa que impeça a votação”.

A crítica ao Congresso é endossada pelo deputado Henrique Fontana (PT-RS), que assume um discurso de apoio às entidades bem mais forte do que aquele do presidente da CCJ. A última fonte da matéria é um deputado de oposição, Ronaldo Caiado (DEM-GO), que também se diz favorável à proposta intitulada como “popular”.

Esta matéria realiza um debate mais rico acerca de alguns aspectos da reforma; apresenta, ademais, uma maior diversidade de pontos de vista, pela presença tanto de deputados governistas como da oposição e de entidades da sociedade civil.

*Notícia 13: PT, PSB, PDT e PCdoB colhem assinaturas para plebiscito sobre reforma política*<sup>19</sup>

A Notícia 13 trata da união de alguns partidos da base do governo em torno da proposta de plebiscito. O anúncio é feito por André Figueiredo (PDT-CE) e José Guimarães (PT-CE), que demonstra otimismo: “Conseguimos chegar a um consen-

<sup>19</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/Ykp4Bx>>. Acesso em: 10 out. 2015.

so sobre esses três pontos e agora vamos à luta para conseguir as assinaturas”. A expressão “vamos à luta” acrescenta o sentido de que os deputados governistas estão “batalhando” para conseguir fazer a reforma. O deputado André Figueiredo, por sua vez, menciona a dificuldade para o plebiscito se concretizar para 2014, como queria o governo: “[...] [André] reconheceu que as mudanças, se aprovadas, dificilmente valerão para as eleições de 2014...”.

Vê-se, com o uso do verbo “reconheceu” e do advérbio “dificilmente”, que a questão do tempo é tratada com cautela pelos deputados governistas, que parecem estar admitindo algo a contragosto. No entanto, o deputado do PDT aponta um aspecto positivo, apesar do adiamento, que é o fato de o momento político ser propício a mudanças. Na matéria em questão, a discussão não é expandida, limitando-se a noticiar a iniciativa de um grupo de parlamentares.

*Notícia 14: Financiamento de campanha causa polêmica em audiência sobre reforma política<sup>20</sup>*

Aborda-se audiência pública realizada pelo grupo de trabalho (GT) que analisa a reforma política. As entidades participantes são a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), a União Nacional dos Estudantes (UNE) e a Transparência Brasil. O foco da matéria é a polêmica gerada em torno do financiamento de campanhas.

O deputado Cândido Vaccarezza (PT-SP), presidente do GT, apresenta um posicionamento contrário ao de Marcos Vinícius, presidente da OAB, que havia defendido a inconstitucionalidade das doações por parte de empresas:

*“Não é sério dizer que, se alguém contribuiu para a campanha, manda no deputado. Em mim e na maioria dos deputados aqui na Casa ninguém manda. Eu não vejo os deputados votarem de acordo com quem contribuiu com sua campanha, como eu não vejo os governadores fazerem isso nem a presidente da República”.*

<sup>20</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/DBJ3KI>>. Acesso em: 10 out. 2015.

Vê-se que o deputado assume uma postura de defesa, ao dizer que “em mim [...] ninguém manda”. Ao afirmar também que “na maioria dos deputados [...] ninguém manda”, Vaccarezza deixa uma parte dos deputados de fora desse argumento. No entanto, ele se corrige no trecho seguinte, dizendo que não vê nenhum político agir sob tal condição.

A UNE, por sua vez, prega o financiamento exclusivamente público de campanhas. O argumento do representante da entidade, Thiago Aguiar, é o de que “no sistema atual, quem elege não é quem tem o melhor programa, mas que tem mais dinheiro”. Por último, tem-se o posicionamento da ONG Transparência Brasil, por meio de seu diretor-executivo Cláudio Abramo, para quem o financiamento deve continuar sendo misto.

Nesta matéria, foi privilegiada uma discussão mais aprofundada sobre os aspectos envolvidos em um dos pontos da reforma política, e isto foi feito amparando-se nos argumentos apontados por entidades da sociedade civil. A matéria, assim, confere maior profundidade ao debate sobre o tema, aproximando-se de uma pluralidade de perspectivas enunciadas que caracteriza a polifonia reivindicada pela proposta da *Agência Câmara*. Ademais, fica mais claro, nesse caso, em que medida a rotina legislativa ajuda a direcionar os modos de abordagem dos acontecimentos considerados relevantes pela Agência.

### **Análise das notícias de setembro de 2013**

*Notícia 15: Deputados vão analisar a minirreforma eleitoral aprovada no Senado*<sup>21</sup>

A Notícia 15 trata da minirreforma aprovada pelo Senado e que precisa ser votada na Câmara. Vale ressaltar que, no início da notícia, indica-se o que a Câmara

<sup>21</sup> Notícia sem assinatura. Disponível em: <<http://goo.gl/zCwTbp>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

está fazendo em relação à reforma política (destacando-se, especificamente, o papel da Casa). A segunda parte da matéria, intitulada “Reforma na Câmara”, apresenta os debates que estão em andamento: “Na Câmara, a reforma política já está sendo discutida em várias instâncias”, o que, novamente, implica um tom de promoção oficial dos trabalhos da Casa.

Em outras palavras, a notícia se esforça para expor o empenho da Câmara na realização da reforma, adotando um discurso claramente oficial, possibilitando dizer, inclusive, que o texto aproxima-se de um *release*.

*Notícia 16: Urgência do Código de Mineração pode atrasar votação da minirreforma até dia 5<sup>22</sup>*

A notícia trata da possibilidade de atraso na votação da minirreforma encaminhada pelo Senado. O motivo seria a urgência na tramitação do Código de Mineração. Apesar de o título destacar o provável atraso, o lide apresenta uma perspectiva positiva: “O presidente da Câmara [...] considera possível a votação do projeto de lei da minirreforma eleitoral do Senado a tempo de valer para as eleições do ano que vem”. Contudo, segue o argumento, os deputados teriam se deparado com um entrave (a urgência do código de Mineração) cuja responsabilidade é do governo. Vê-se que a matéria serve para atribuir ao Executivo a culpa por uma possível demora na aprovação da minirreforma, o que exime a Câmara de ainda não ter votado o texto. O presidente da Casa, Henrique Alves, é a única fonte a falar sobre essa votação.

Na segunda parte da Notícia 16, são apresentadas algumas das mudanças propostas na minirreforma, de modo mais crítico em relação ao que foi feito na Notícia 15. “Entre outros pontos, a proposta abre brecha para que concessionárias de serviços públicos repassem dinheiro a candidatos e partidos indiretamente por

<sup>22</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/JVX4PF>>. Acesso em: 10 out. 2015.

meio de outras empresas. Atualmente, elas são proibidas de doar para campanhas.” Destaca-se o uso da expressão “abre brecha”, que sugere a ideia de algo negativo, como, por exemplo, uma doação não contabilizada diretamente. Tem-se, assim, um indício de que a notícia procura “driblar” o caráter institucional da sua primeira parte, cumprindo a função jornalística de evidenciar aspectos envolvidos nas tomadas de decisões políticas.

### **Análise da notícia de outubro de 2013**

*Notícia 17: GT da Reforma Política vai propor voto facultativo e teto de gastos na campanha*<sup>23</sup>

A última notícia da amostra informa acerca de algumas deliberações do GT que discute a reforma política sobre voto facultativo e teto de gastos na campanha. De início, explica-se que o teto deverá ser definido a cada eleição pelo Congresso, ficando a cargo do partido decidir se vai cumpri-lo com financiamento privado, público ou misto. Vê-se que os argumentos apontados por setores da sociedade civil na audiência do GT (Notícia 14) não possuíram efeito algum sobre os deputados. Contudo, esse fato não é problematizado na matéria. Passa-se apenas à descrição literal do que determina a proposta.

A última parte da notícia trata da iniciativa popular de reforma política, defendida pela deputada Luiza Erundina. A falta de contextualização e a desordem no relato dos acontecimentos dificultam a compreensão do que ocorreu na Câmara naquele momento. Não se diz, por exemplo, que a referida proposta popular é uma alternativa à proposta do GT, e não algo complementar, como pode parecer. Falta, além disso, “traduzir” as opções em jogo no universo legislativo e mostrar quais

<sup>23</sup> Notícia com assinatura de repórteres. Disponível em: <<http://goo.gl/SHGPG8>>. Acesso em: 10 out. 2015.



delas têm maior viabilidade para se concretizar. A declaração de Erundina ao final da matéria é o único contraponto feito por um ator político.

*“Uma das queixas da sociedade é exatamente o descompasso entre o que é discutido na Câmara e na sociedade civil”, salientou Erundina. A proposta [popular] prevê o financiamento público exclusivo de campanha e proíbe doações de empresas.*

Vê-se, na matéria sob análise, um formato quase que de relato sobre o trabalho dos parlamentares: apenas são descritas as mudanças propostas, sem questionamento ou problematização. Não há polifonia: a presença de uma voz discor-dante no final da matéria não chega a mudar o teor da notícia. Em suma, o caráter institucional, na forma de um relato descritivo, predomina.

### **Discussão dos resultados e conclusões fundamentais**

A análise aponta que a produção jornalística da *Agência Câmara Notícias* é feita, em boa medida, em função das atividades legislativas e das movimentações parlamentares, o que condiz com o objetivo de sua criação: dar mais visibilidade ao que acontece na Câmara (MALAVAZI, 2004). Assim, a quantidade de matérias sobre determinado tema acaba sendo reflexo da atenção que ele recebe nessa Casa: as dez notícias sobre reforma política na primeira semana de julho de 2013 mostram que esse assunto estava em destaque na pauta, consequência das manifestações do mês anterior. Contudo, quando se chega à quarta semana de outubro desse mesmo ano, só há uma notícia, evidenciando uma abordagem mais escassa.

Verifica-se que uma parte relevante das notícias adota um tom institucional quando se limita a cobrir eventos organizados na Casa, ou ao privilegiar a voz dos líderes (sejam eles do governo ou da oposição), ou quando busca apresentar, ainda que sutilmente, uma imagem positiva da Câmara. Aqui, fica mais clara a tensão entre (1) a obediência às regras estabelecidas pela rotina jornalística (afinal,

entrevistar autoridades relacionadas à discussão sobre reforma política é norma profissional, considerando-se o princípio do valor-notícia) e (2) a pressão política para que a *Agência Câmara* promova a imagem pública de determinados agentes e suas respectivas posições. Assim sendo, resta confirmada a Hipótese 1, que se refere à ideia de que, nas notícias que compõem a amostra, predomina um discurso oficial atrelado à construção de uma imagem positiva da Casa.

Tal disposição leva a refletir sobre em que medida aspectos relacionados ao Jornalismo podem sobressair no caso da Agência, uma vez que esta é a proposta editorial da Secom. Mesmo que a proposta seja cobrir, entre outros temas, eventos realizados na Câmara, a questão a ser verificada é se o conteúdo reivindicado como jornalístico não se limita apenas a reproduzir a voz de autoridades legislativas. Quando isso ocorre, o que a Câmara denomina de notícia acaba se confundindo com material promocional.

Ressalte-se, inclusive, que, mais recentemente, partidos e parlamentares têm criticado, de forma aberta, o teor da cobertura praticada pelos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados. O Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), por exemplo, reclamou de “censura” por não ter havido transmissão da sessão solene que marcou a comemoração de dez anos de fundação da agremiação. Ademais, há relatos de funcionários afastados da redação da *Agência Câmara* por conta de divergências criadas a partir da intromissão política na cobertura noticiosa<sup>24</sup>. Em outras palavras, é importante considerar que, a depender do perfil político que administra a Casa em determinada Legislatura, as pressões sobre a Agência também variam.

Especificamente com relação à presença de vozes nas notícias estudadas neste artigo, verifica-se um elevado número de matérias com fontes da base governista (14 notícias ou mais de 80 % do total), ante a presença da oposição (apenas quatro notícias, ou pouco mais de 20%). Ou seja, além de a cobertura privilegiar o

<sup>24</sup> Ver: < <http://goo.gl/owVShH> > e < <http://goo.gl/qM3UK5> >. Acesso em 14 de outubro de 2015.

cotidiano institucional, a perspectiva daqueles que são maioria numérica na Casa predomina – o que não permite marcar uma diferença nítida em relação ao que faz o Jornalismo comercial, contrariando o discurso defendido pela própria proposta da Secretaria de Comunicação. Vale destacar, ademais, que a oposição só aparece como contraponto aos que defendem o governo (a base de apoio ao governo é fonte em todas as notícias em que os opositores estão). O quadro abaixo indica as fontes presentes em cada notícia.

**Quadro 1 - Presença de fontes nas notícias analisadas**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>NÚMEROS DAS NOTÍCIAS</b>	<b>QUANTIDADE</b>
Notícias com fontes do Executivo	02, 06, 10	3
Notícias com parlamentar(es) governista(s)	01, 03, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 12, 13, 14, 16, 17	13
Notícias com deputado(s) da oposição	06, 07, 10, 12	4
Notícias com fonte do Judiciário	01, 02, 04	3
Notícias com especialista(s)	01, 06	2
Notícias com representantes de entidades externas	12, 14	2
Notícia com base em discursos no Plenário	11	1
Notícia sem fontes	15	1

Fonte: Autores (2016).

Ainda com relação às fontes, é importante destacar a baixa quantidade de notícias que contaram com a participação de especialistas ou representantes de entidades da sociedade civil. Foram apenas quatro textos, sendo que, no caso das entidades, essas fontes foram ouvidas porque participaram de eventos realizados na própria Câmara. Acerca da polifonia nas notícias examinadas, obteve-se, então, o seguinte panorama:

**Quadro 2 - Diversidade de vozes nas notícias analisadas**

CARACTERÍSTICAS	NÚMEROS DAS NOTÍCIAS	QUANTIDADE
Notícias monofônicas	02, 03, 04, 05, 08, 09, 13, 15	8
Notícias nem monofônicas nem poli-fônicas (isto porque são apresentados apenas dois lados, o que não pode ser entendido como pluralidade)	01, 07, 10, 11, 16, 17	6
Notícia polifônica, mas com privilégio a um dos pontos de vista (do governo)	06	1
Notícias polifônicas	12, 14	2

Fonte: Autores (2016).

Percebe-se um predomínio de discursos de parlamentares (com vantagem para as posições governistas), o que impede a concretização da pluralidade proposta pela Secretaria de Comunicação. Dessa maneira, também foi possível comprovar a Hipótese 2, concernente à limitação na pluralidade das fontes acionadas na maioria das matérias examinadas no estudo.

Em tempo, é fundamental lembrar que a proposta do Jornalismo da Se-com defende ir além daquela cobertura que caracteriza o Jornalismo comercial e da simples publicização do que ocorre na Casa. Logo, por mais que os veículos da *Agência Câmara* sejam institucionais, não é com uma marca “oficial” que eles procuram “se vender” à audiência. Não aprofundar a reflexão sobre a reforma política e não abrir espaço para a participação de atores externos às instituições do estado vai de encontro, assim, à própria proposta editorial.

A outra questão investigada se refere à profundidade com que o tema “reforma política” foi abordado. Uma vez que o Manual da Câmara alega que o Jornalismo comercial “não tem sido capaz de [...] cumprir o papel de transmissor de toda a vasta gama de informações”, a expectativa era que detalhes e alternativas ao projeto fossem explorados com maior exatidão. Da análise dessa questão, chega-se ao seguinte quadro:

**Quadro 3 - Abordagem do tema “reforma política” nas notícias analisadas**

CARACTERÍSTICAS	NÚMEROS DAS NOTÍCIAS	QUANTIDADE
Notícia em que um dos pontos da reforma política é aprofundado (são apontadas alternativas desse ponto, vantagens e desvantagens envolvidas)	14	1
Notícias em que são apontadas algumas ponderações relativas à reforma (como, por que é necessário fazê-la, problemas que obstam a sua realização, que mudanças precisam ser feitas)	01, 09, 11 e 12	4
Notícias em que não há discussão de temas envolvidos na reforma (ou seja, não se discutem as alterações que poderiam ser feitas com a reforma política, vantagens e desvantagens etc.)	02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 10, 13, 15, 16, 17	12

Fonte: Autores (2016).

De fato, cinco das 17 notícias buscaram promover uma informação mais ampla a respeito da reforma. Entretanto, na maior parte das vezes (em 12 notícias, ou 70%), as notícias ficaram centradas em questões menores (como procedimentos burocráticos) e desconsideraram a necessidade de maior debate sobre a reforma política. Não foi atendido, desse modo, o objetivo de oferecer um estímulo ao debate público. O material examinado na amostra centra-se, preponderantemente, no jogo declaratório.

Naturalmente, não se quer traçar um modelo-ideal de matéria e exigir que toda a cobertura realizada pela Agência obedeça a uma mesma fôrma, pré-concebida. É inevitável, contudo, constatar que o padrão geral de cobertura jornalística da Agência não traz grandes alterações em comparação com o que ocorre no Jornalismo comercial – pelo menos no que concerne à amostra aqui enfatizada. Talvez seja possível dizer que o esforço dos veículos da Casa em apropriar-se da linguagem, das técnicas e das rotinas jornalísticas, como fazem as mídias das fontes (SANT’ANNA, 2009), culmina, mesmo que involuntariamente, com a apropriação de muitas deficiências do Jornalismo comercial. Porém, apenas uma análise

comparativa e metodologicamente bem orientada poderá confirmar tal suspeita<sup>25</sup>.

Em suma, ao examinar a polifonia encontrada na amostra, obteve-se um índice reduzido de pluralidade de pontos de vista: apenas três das 17 notícias podem ser tidas como polifônicas. Além disso, ao verificar a profundidade com que o tema “reforma política” foi abordado nas matérias, percebeu-se que apenas uma notícia apresentou uma discussão ampla; outras quatro abordaram algumas questões importantes com relação à realização da reforma; e 11 das 17 notícias não trouxeram discussão alguma a respeito do tema – limitando-se ao mero relato de eventos ou posições.

A pretensão aqui não é oferecer uma análise que dê conta de todos os aspectos considerados na elaboração das notícias por parte da *Agência Câmara*, uma vez que o material examinado, “como todo discurso, fica incompleto, sem início absoluto nem ponto final definitivo” (ORLANDI, 2000, p. 10). Acredita-se, contudo, que é possível ilustrar como as disputas ideológicas são patrocinadas por diferentes grupos, que, por sua vez, esforçam-se para se legitimarem ou resistirem ao exercício do poder, conforme atesta van Dijk (1995).

Há outras duas questões fundamentais relacionadas ao tema da investigação, mas que, por questões de espaço, não puderam ser contempladas neste artigo: 1) discutir a influência da Presidência da Câmara no processo produtivo da Agência (a escolha, no momento, foi enfatizar o material publicado, e não as rotinas dos profissionais ou as interferências testemunhadas na instituição); 2) comparar o material produzido pela *Agência Câmara* com os conteúdos veiculados na chamada “mídia tradicional”. Os desdobramentos desta investigação pretendem contemplar tais aspectos em nova oportunidade.

<sup>25</sup> O projeto de investigação que originou este trabalho visa complementar os achados aqui apresentados quando sugere, em um outro texto, uma análise comparativa entre a cobertura da *Agência Câmara* e a cobertura oferecida por instituições do Jornalismo comercial (quality papers). Acredita-se que tal providência ajudará o campo de estudos, em um futuro próximo, a encontrar outros fatores que auxiliem os especialistas a mensurar as pressões políticas e econômicas sobre as práticas jornalísticas, tomando como referência a ideia de que os sistemas de mídia em cada país têm características singulares (HALLIN; MANCINI, 2004 e 2009).

## Referências bibliográficas

- BARROS, A.; BERNARDES, C. B.; LEMOS, C. As mídias legislativas e a redefinição da noticiabilidade política no Brasil. *Em Questão*, v. 14, nº 1, p. 11-24, 2008.
- BENETTI, M. Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. *Intexto*, v. 1, nº 14, p. 1-11, 2006.
- BENETTI, M. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. *Revista Líbero*, v. 10, nº 20, p. 35-46, 2007.
- BENETTI, M. O jornalismo como gênero discursivo. *Galáxia*, nº 15, p. 13-28, 2008.
- BERNARDES, C. B. *O conceito de Jornalismo Público nos veículos da Câmara dos Deputados*. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 5., 2007. Aracaju, *Anais...* Aracaju: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2007.
- BERNARDES, C. B. *Política, institucional ou pública? Uma reflexão sobre a mídia legislativa da Câmara dos deputados*. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), 2010.
- BERNARDES, C. B. Visibilidade política e controle da produção jornalística nos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 6, p. 151-182, 2011.
- BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-33.
- BUCCI, E. *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BUCCI, E. *Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- COURTINE, J. J. *Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública*. São Carlos: Claraluz, 2006.
- G1. *Dilma propõe 5 pactos e plebiscito para constituinte da reforma política*. Disponível em <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/dilma-propoe-5-pactos-e-plebiscito-para-constituente-da-reforma-politica.html>> Acesso em 15 out. 2014.
- GLASSER, T. *The Idea of Public Journalism*. Guilford Press, 1999.
- GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- HALLIN, D.; MANCINI, P. *Comparing media systems: Three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press, 2004.
- HALLIN, D.; MANCINI, P. (Eds.). *Comparing media systems beyond the western world*. New York, Cambridge University Press, 2012.

- JARDIM, Márcia de Almeida. *Antenas do Legislativo: os canais de televisão legislativos de Sarney a Severino*. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2., 2007. Belo Horizonte, *Anais...* Belo Horizonte: Compolítica, 2007.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. *Os elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- MALAVAZI, A. (Org). *Manual de Redação da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados*. Brasília: Câmara dos Deputados, 2004.
- MORAES, B. *Jornalismo Público: um olhar sobre o Repórter Brasil*. Dissertação – Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- ORLANDI, E. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2000.
- PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.). *Por uma Análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- QUEIROZ, D. *Jornalismo institucional nas TVs legislativas. Os casos do Brasil e do México*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, 2007.
- SANT’ANNA, F. *Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro*. Brasília: Senado Federal, 2009.
- TRAQUINA, N. *O Estudo do Jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2005.
- VAN DIJK, T. A. Power and the news media. In: PALETZ, D. (Org.). *Political communication and action*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 1995. p. 9-36.
- WEBER, M. H. Na comunicação pública, a captura do voto. *Logos 27: Mídia e democracia*, v. 14, p. 21-42, 2007.



## CAPÍTULO VII

# O PAPEL DAS FONTES OFICIAIS NA COBERTURA SOBRE SEGURANÇA PÚBLICA

*Um estudo do jornal O Povo entre 2011 e 2013*

Raíssa Benevides Veloso  
Francisco Paulo Jamil Marques

É curioso observar que, não obstante ter uma história permeada por conflitos violentos (MELO, 2005; ZALUAR, 1999), a sociedade brasileira só passa a perceber a violência urbana como uma questão social e como um problema de polícia nos primórdios do século XX, quando se intensificam o processo de industrialização e o crescimento de cidades importantes (OLIVEN, 2010). Décadas depois, já durante o período da Ditadura Civil-Militar (1964-1985), a violência passa a ser compreendida como uma questão de interesse público não somente por conta de suas causas, vítimas e efeitos, mas, também, quando foi problematizado o papel do Estado e da qualidade das políticas públicas brasileiras (ZALUAR, 1999). É mais exatamente a partir dos anos 1990 que diferentes setores (inclusive os *media*) passam a discutir a violência urbana como um problema social, produzindo-se investigações mais aprofundadas acerca do tema da Segurança Pública (RAMOS; PAIVA, 2007).

A maior quantidade de trabalhos dedicados a entender a questão da violência em suas mais diferentes manifestações acabou por tornar tal conceito mais

complexo. Sodré (2006), por exemplo, propõe duas perspectivas ao definir o termo: (a) violência invisível, que se atém, por exemplo, à ineficiência do Estado e dos órgãos burocráticos enquanto prestadores de serviços públicos (educação, distribuição de renda etc.); e a (b) violência visível, “entendida como a ruptura, pela força desordenada e explosiva, da ordem jurídico-social, e que pode eventualmente dar lugar à delinquência, à marginalidade ou aos muitos ilegalismos coibíveis pelo poder de Estado” (SODRÉ, 2006, p. 16).

Esta última abordagem abrigaria os atos concernentes ao que é comumente chamado de “violência urbana” e, por conseguinte, exerce um papel fundamental ao delimitar o escopo sobre o qual, deliberadamente, as políticas de Segurança Pública se debruçam. Em outras palavras, as diretrizes brasileiras da área de segurança ainda se restringem, em boa parte, à violência visível e direta, o que as impede a tentar diminuir o problema através do uso da força física, atacando-se mais as consequências do que as causas da questão (SOARES, 2006).

Os modos pelos quais a cobertura jornalística lida com os temas da Segurança Pública e da violência têm sido objeto de reflexão tanto no âmbito das pesquisas em Comunicação, quanto nos estudos dedicados à Sociologia. Um consenso entre os autores das duas áreas é o de que o Jornalismo desempenha o papel fundamental de interlocutor entre, de um lado, os fatos e seus significados sociais e, de outro, as respostas dadas pelas autoridades por meio da elaboração de políticas (PORTO, 2009; SÓLIO, 2010).

Nesse contexto, é legítimo questionar: de que maneira o Jornalismo tem se posicionado frente ao crescimento do debate sobre a violência e a Segurança Pública no Brasil contemporâneo? Como os órgãos jornalísticos contribuem para a elaboração das percepções que os cidadãos têm sobre a violência? Quais perspectivas e quais atores predominam na cobertura acerca das políticas de Segurança Pública? Ao tomar tais perguntas como ponto de partida, investiga-se de que forma o jornal impresso *O Povo* abordou a temática da Segurança durante a gestão de

Cid Gomes (abrangendo-se os anos compreendidos entre 2011 e 2013) à frente do Governo do Estado do Ceará. Mesmo que o problema da violência chame a atenção da imprensa e das autoridades no plano nacional, a ideia é compreender peculiaridades do Jornalismo local no que se refere à cobertura sobre a atuação do Governo do Estado na referida área.

Dessa forma, o capítulo<sup>1</sup> faz uso da Análise de Conteúdo enquanto estratégia metodológica para investigar um *corpus* empírico de 25 notícias e reportagens, publicadas em *O Povo* entre os anos de 2011 e 2013, compreendendo quase a totalidade do segundo mandato do governador Cid Gomes. Os textos analisados se referem a matérias que trouxeram como fontes principais agentes do Poder Executivo estadual. Trabalha-se com a hipótese de que, ao privilegiar fontes oficiais durante a produção de seu Jornalismo diário sobre Segurança Pública, *O Povo* elabora uma cobertura favorável às ações do poder público.

O interesse por estudar a relação entre Jornalismo e Segurança Pública tem origem nas diversas manifestações publicadas em jornais cearenses que evidenciaram um clima generalizado de insatisfação com os índices de criminalidade no estado. Sendo alvo constante de críticas por parte da oposição, a área de Segurança Pública foi considerada pelo próprio Cid Gomes como “o maior incômodo do Ceará”<sup>2</sup>. No dia 9 de maio de 2014, o então governador assinou artigo no *O Povo* admitindo que os resultados esperados para a área não foram alcançados<sup>3</sup>.

Com o objetivo de (1) examinar os modos pelos quais o jornal *O Povo* abordou a questão da Segurança Pública durante a gestão de Cid Gomes e (2) de investigar o papel das fontes oficiais na cobertura empreendida pelo periódico em tela, o capítulo, de início, aborda a atividade jornalística como agente que integra o processo de construção da realidade social. Em seguida, são debatidas as relações

<sup>1</sup> Uma versão anterior deste trabalho foi publicada na revista *Ciberlegenda* (UFF) (v. 34, 2016). Os autores são gratos à CAPES e ao CNPq pelos auxílios que tornaram a realização da pesquisa possível.

<sup>2</sup> Disponível em <<http://goo.gl/8NXSsq>>. Acesso em 24 out. 2015.

<sup>3</sup> Disponível em <<http://goo.gl/4CNgfX>>. Acesso em 24 out. 2015.

entre Jornalismo e Segurança Pública. Por último, o trabalho apresenta a análise empírica e a discussão dos resultados.

## **O Jornalismo como agente do processo de construção da realidade**

Parte dos investigadores da área de Comunicação defende que, quanto menor o envolvimento direto que as pessoas têm com determinado acontecimento, maior seria a dependência que elas teriam da comunicação de massa para a obtenção de informações e aquisição de cenários interpretativos (GOMES, 2004; WOLF, 2005). Estudiosos a exemplo de Wolton (1996), Traquina (2005) e Charaudeau (2013) argumentam que ler jornais ou assistir à televisão permite, por exemplo, que a audiência tenha a oportunidade de se inserir socialmente e de compartilhar problemas coletivamente vivenciados.

Lippmann (1922) é um dos pioneiros a defender a ideia de que a percepção dos indivíduos sobre a realidade não se dá de maneira direta; ela seria, na verdade, fruto de uma *mediação* resultante de imagens e impressões que os cidadãos formam a partir da obtenção de informações midiáticas. Kovach e Rosenstiel (2004), por sua vez, afirmam que as imagens mentais elaboradas a partir da influência dos *media* seriam distorcidas e incompletas, tanto pela parcialidade destes, quanto pela capacidade limitada do público em apreender “a verdade”.

Nesse contexto, verifica-se que as Teorias do Jornalismo mais sofisticadas têm rejeitado, com maior vigor, a noção dos *media* como simples “espelho da realidade”, uma vez que a comunicação de massa atua na construção das representações que elaboramos sobre o mundo (THOMPSON, 1998; TUCHMAN, 1972, 1978). É nesse sentido que, mesmo se esforçando para atender a uma exigência do *habitus* profissional de atuar com objetividade e imparcialidade (BARROS FILHO, 1995), e seguindo determinadas rotinas de produção (BOURDIEU, 1997; CORREIA, 2012; MARQUES, MIOLA; SIEBRA, 2014), os profissionais e as empresas do ramo sa-

bem que as impressões da audiência sobre os fenômenos sociais envolvem tanto as experiências vividas pelos indivíduos quanto os relatos que chegam até estes (MICHAUD, 1989). O Jornalismo, então, colabora para que a audiência reconheça fatos e acontecimentos como integrantes da cultura de uma sociedade (MELO, 2005).

Ainda que seu escopo de ação se dê a partir de métodos padronizados de apuração e de escrita, o jornalista é responsável por um projeto de fala (CHARAUDEAU, 2013). É importante salientar, portanto, que a busca pela objetividade não decorre da crença ingênua do profissional em alcançar uma realidade “pura”, mas do pressuposto de que algo relatado só pode ser considerado verdadeiro se, em alguma medida, for demonstrável por meio de métodos pré-estabelecidos (ALBUQUERQUE, 2000). Na mesma linha de raciocínio, seria no cumprimento dos padrões de objetividade que os jornalistas alcançariam a reivindicada legitimidade social (BARROS FILHO, 1995; FAUSTO NETO, 2006; MOTTA, 2013).

Em resumo, compreender a atividade jornalística é, antes de tudo, segundo Bourdieu (1997), compreender os parâmetros implicados, de um lado, na posição política e na cultura organizacional do órgão de imprensa e, de outro, na posição que o profissional ocupa no espaço do jornal (isso implica levar em conta não apenas o agendamento do tema ou a categorização e a hierarquização dos fatos, mas a própria adjetivação dos sujeitos envolvidos nas tramas narradas). Ademais, as interações dos agentes da imprensa com fontes externas ao campo do Jornalismo são variáveis fundamentais para entender o processo de construção de uma realidade específica por parte de cada jornal.

## **Violência e Segurança Pública na pauta midiática**

Se os assuntos relacionados à temática da violência e das políticas de Segurança Pública são do interesse da audiência, apresentam-se, conseqüentemente, como portadores de alto valor-notícia (SILVA, 2005; GUERRA, 2014). Nesse sen-

tido, há autores que afirmam que parte relevante da imprensa (a variação decorre, dentre outros fatores, do tipo de público e da proposta editorial da empresa) explora o assunto de forma sensacionalista e buscando meramente atrair visibilidade por meio do grotesco (PORTO, 2002). A maior exposição da temática nos *media* reforçaria, assim, uma esfera de espetacularização do real e de banalização da violência cotidiana (SÓLIO, 2010; PASTANA, 2007; PORTO, 2002; SODRÉ, 2006).

Não há consenso, nos trabalhos dedicados a examinar a interface entre mídia e violência, acerca dos efeitos da divulgação de crimes de diversas ordens<sup>4</sup>. Não é possível determinar de modo exato, por exemplo, se as 7 horas diárias de programas policiais transmitidos nas emissoras de televisão cearenses (INTERVOZES, 2015) colaboram com o aumento dos índices de criminalidade ou quais seriam as consequências de tais produtos sobre a “percepção de segurança” refletida pelos espectadores. “Embora quase todos estejam prontos para admitir a existência dessa relação, não se consegue demonstrá-la, pela própria complexidade envolvida” (PORTO, 2009, p. 227).

É importante, contudo, entender que, além de atuarem como um canal de transmissão, os *media* consistem de instituições que adotam posturas editoriais responsáveis por direcionar o teor daquilo que é oferecido à audiência (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2015). Em outras palavras, mais do que um mero instrumento, o Jornalismo, quando colabora na construção da realidade social, organiza-se empresarialmente e mercadologicamente – e a violência seria “uma mercadoria que vende e vende bem” (PORTO, 2002, p. 165).

Discordando da noção de que a pauta violência é lucrativa, porém, Ramos e Paiva (2007) argumentam que a abordagem da violência urbana por parte dos jornais brasileiros vem se alterando desde a década de 1980. De acordo com as

<sup>4</sup> Para uma boa revisão sobre o tema, ver Njaine e Minayo (2004), que propuseram uma revisão bibliográfica sobre as pesquisas que abordam a relação existente entre violência e mídia e os efeitos sobre o público infanto-juvenil.

autoras, as matérias jornalísticas, que antes se concentravam no episódio do crime (caracterizando o tradicional Jornalismo policial), ganharam ares de debate público e, desse modo, passaram a ser cada vez mais frequentes notícias e reportagens sobre o tema “Segurança Pública” (RAMOS; PAIVA, 2007). Christofolletti (2008, p. 57) concorda ao afirmar que, hoje em dia,

(...) mesmo distante dos níveis ideais, essa fatia do jornalismo [que cobre violência e Segurança Pública] oferece um noticiário mais profissionalizado que há três ou quatro décadas, por exemplo. Houve um tempo em que as redações recebiam relatos vindos diretamente das delegacias, cujos textos eram redigidos por policiais que se ofereciam aquela tarefa.

Mas o diagnóstico não é consensual: Eugenio Bucci, por sua vez, afirma que houve “um relaxamento nos limites do Jornalismo e do entretenimento mundial no que diz respeito à violência. A morte real tornou-se um recurso que requer menos cerimônia da parte dos programadores” (BUCCI, 2001, p. 70).

A partir da segunda metade dos anos 1990, alguns jornais deixaram de produzir páginas destinadas unicamente às ocorrências policiais e passaram a discutir o fenômeno da violência em outras editorias, como Cidades ou Política. O Jornal do Brasil (JB), inclusive, criou uma editoria específica sobre Segurança Pública depois dos frequentes ataques realizados pelo grupo criminoso Primeiro Comando da Capital (PCC), em 2006, reservando equipe e espaço para tratar do tema (RAMOS; PAIVA, 2007).

Ramos e Paiva (2007), ademais, consideram o fim da editoria de Polícia em alguns jornais um ponto positivo, já que tal mudança de postura (a) possibilita ao jornalista associar a cobertura sobre Segurança Pública com temas paralelos (precariedade na oferta de serviços sociais em áreas periféricas, por exemplo) e (b) exige maior informação e preparação do profissional, desfazendo o estereótipo do repórter que somente transitaria pelas delegacias (RAMOS; PAIVA, 2007). Fica mais proeminente, assim, o papel do Jornalismo como agente essencial no debate sobre o tema da Segurança.

Se é verdade que a imprensa estabelece relações ambíguas ao cobrir a questão, seja construindo a sensação de que vivemos uma época de barbárie (PORTO, 2009), ou articulando ações com os órgãos de Segurança Pública e do Sistema de Justiça, o fato é que, mais recentemente, tem havido uma postura mais efetiva de cobrança do poder público (RAMOS; PAIVA, 2007). Em casos como o massacre do Carandiru, em São Paulo (1992), das chacinas da Candelária e de Vigário Geral, no Rio de Janeiro (1993), das mortes no Morro da Providência (2004) e, mais recentemente, do desaparecimento do auxiliar de pedreiro Amarildo, no Rio de Janeiro (2013), boa parte da cobertura exigiu dos agentes públicos a prestação de satisfações à opinião pública.

**Figura 1 – Capa do jornal *O Povo* em 21 de março de 2014**



Fonte: Capa do Jornal *O Povo* (edição de 21 de março de 2014).

Tendo discutido, ainda que de maneira breve, a interface mantida entre Jornalismo, Violência e Segurança Pública, parte-se para a análise empírica da cobertura do



jornal *O Povo* sobre a questão, destacando-se o foco que a cobertura conferiu ao Poder Executivo, a suas ações e a seus agentes. Acredita-se que tal abordagem permitirá refletir sobre a importância do processo de seleção das fontes por parte do Jornalismo enquanto mecanismo legitimador das autoridades e das perspectivas por elas defendida.

### **Contextualização do objeto de pesquisa e das estratégias metodológicas**

Antes de dar início ao detalhamento sobre o *corpus* empírico e sobre as estratégias metodológicas, e de passar à análise propriamente dita, pede-se licença para, brevemente, contextualizar as gestões de Cid Gomes à frente do governo do estado e a trajetória do jornal *O Povo*.

#### *Os Governos Cid Gomes*

As vitórias de Cid Ferreira Gomes – atualmente filiado ao PDT – para o governo do Ceará, nos anos de 2006 e de 2010, não podem ser entendidas como circunstanciais na história do estado. Em uma rápida contextualização das últimas cinco décadas de poder político em tal unidade da federação, é possível perceber como o Ceará saiu da chamada “Era dos Coronéis” (1962-1986) e passou pela “Era das Mudanças” (1987-2002), até chegar à gestão de oito anos de Cid (2007-2014). Rejane Carvalho (2008) defendeu que poucas foram as marcas distintivas entre o primeiro mandato de Cid e os mandatos liderados por Tasso Jereissati (de 1987 a 1991 e de 1995 a 2002), do PSDB.

Desde sua primeira gestão, Gomes enfrentou problemas na Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social (SSPDS). Projetos tidos como inovadores, a exemplo do Ronda do Quarteirão<sup>5</sup>, proposto ainda na campanha de 2006 (SOUSA,

<sup>5</sup> De acordo com Lopes e Brasil (2008, p. 2), o projeto do Ronda do Quarteirão “trata-se da recuperação do sistema de segurança pública no Ceará que inclui uma proposta de policiamento ostensivo a ser desenvolvido de forma permanente, interativa e essencialmente preventiva a partir da polícia comunitária, na qual os policiais moldam suas operações de acordo com as necessidades específicas de cada comunidade”.

2013), enfrentaram problemas agudos ao serem implementados e passaram por reformulações que, de acordo com as próprias fontes oficiais, não atingiram os resultados esperados. Em 2010, Cid foi eleito para um segundo mandato à frente do Executivo estadual, vencendo em primeiro turno com 62,31% dos votos. Assim como aconteceu nas eleições de 2006, a área de Segurança Pública foi novamente apontada pelo então candidato como prioridade.

Entre 29 de dezembro de 2011 e 3 de janeiro de 2012, com o anúncio da greve da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros (que paralisou as forças estaduais de segurança (MONTE, 2015)), o governador enfrentou a maior crise na área durante seus mandatos. No dia 11 de abril de 2014, a pouco menos de oito meses para o fim de seu segundo governo, Cid Gomes admitiu, em discurso oficial, que o problema da violência se tornou “o maior incômodo do Ceará”<sup>6</sup>. De fato, a pesquisa CNI/Ibope revelou, à época, que 55% dos entrevistados apontavam a Segurança Pública como uma das áreas de pior desempenho do Governo do Estado<sup>7</sup>.

### *O Jornal O Povo*

O jornal *O Povo* é o periódico mais antigo em circulação no estado do Ceará, tendo sido fundado em 1928 por Demócrito Rocha. Até hoje, a administração da empresa está sob responsabilidade da mesma família. Dados da Associação Nacional de Jornais (ANJ) referentes ao ano de 2014 apontavam que *O Povo* estava na 46ª posição entre os impressos com maior circulação no país, com média diária entre impressos e acessos em meio digital de 20.748 exemplares<sup>8</sup>.

Apesar de ter usado por muito tempo o *slogan* “O jornal das multidões”,

<sup>6</sup> “Violência é o maior incômodo, diz Cid”, jornal *O Povo*, 11 abr. 2014. Disponível em <<http://goo.gl/8NXSsq>>. Acesso em 24 out. 2015.

<sup>7</sup> “Saúde, segurança pública e água são demandas recorrentes”, jornal *O Povo*, 15 dez. 2013. Disponível em <<http://goo.gl/QU36Mu>>. Acesso em 24 out. 2015.

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em 20 fev. 2016.

*O Povo* alcança, principalmente, leitores das classes A e B, com faixa etária de 35 anos ou mais (SENA *et al.*, 2008). Além disso, a publicação circula somente em Fortaleza, o que, segundo Demócrito Dummar Filho, atual vice-presidente da empresa, ocorre por questão de custo-benefício (SENA *et al.*, 2008).

O jornal *O Povo* não possui uma editoria destinada exclusivamente à cobertura policial: geralmente, os casos de violência, quando noticiados, são publicados no caderno Cotidiano. Ressalte-se, todavia, que, a partir de janeiro de 2014, o periódico passou a publicar uma coluna semanal a fim de discutir o tema “Segurança Pública”<sup>9</sup>. Tal postura editorial da empresa justifica a escolha de *O Povo* como objeto de análise, na medida em que o jornal propõe uma cobertura diferenciada, investindo, em princípio, na abordagem do assunto a partir do debate sobre a efetividade das políticas públicas – e não através do mero acompanhamento de episódios policiais.

### *Corpus empírico e estratégias metodológicas*

A partir do recorte centrado nas matérias publicadas pelo referido jornal, pretende-se verificar a hipótese abaixo:

H1: Ao privilegiar as fontes oficiais na produção jornalística cotidiana, o jornal *O Povo* acaba por construir uma cobertura favorável às ações do poder público em relação à pasta Segurança Pública.

Ou seja, se parece natural que o Jornalismo dê visibilidade à voz das autoridades a fim de que exponham suas visões, acredita-se que o jornal vai além ao enfatizar o que é defendido pelos agentes oficiais.

O *corpus* empírico deste trabalho é composto por 25 notícias e reportagens publicadas na versão impressa do jornal *O Povo* entre os anos de 2011

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/colunas/segurancapublica/>>. Acesso em 24 out. 2015.

e 2013, correspondendo, portanto, a praticamente todo o segundo mandato do governador Cid Gomes, que apresentam como vozes mais relevantes aquelas de representantes do Poder Executivo. Decidiu-se não incluir o ano de 2014 na análise, uma vez que investigar um ano eleitoral poderia alterar a compreensão sobre a regularidade da cobertura que envolve agentes do campo político.

A seleção da amostra se deu por meio de uma pesquisa de termos indexados no próprio banco de dados de *O Povo* (visita de campo). Optou-se por excluir pequenos textos (como as notas) e capturar apenas matérias que passaram pela indexação dos bibliotecários contratados pela empresa jornalística. Faz-se necessário esclarecer, então, que a indexação é fruto de um processo humano de categorização dos conteúdos, podendo já ser considerado um critério preliminar de seleção para delimitar a amostra de interesse desta pesquisa.

A busca no banco de dados do *O Povo* foi feita pela utilização dos termos “Segurança Pública” e “Ceará”: ambos deveriam constar nas matérias pesquisadas. Como o foco da análise é a cobertura de *O Povo* através do conteúdo informativo/noticioso, foram excluídos os textos de caráter opinativo, como editoriais e artigos.

Para construir um *corpus* possível de ser examinado nos limites de um trabalho com extensão limitada, fez-se a opção pela composição de um “ano artificial”. Em outras palavras, de forma a evitar induzir a escolha deliberada das notícias e reportagens que seriam analisadas, foram selecionadas matérias de quatro meses de cada ano, alternadamente, como mostra o quadro 1.

A metodologia de pesquisa utilizada foi a Análise de Conteúdo (AC) (FARAGO; FOFONCA, 2012). O exame qualitativo se volta para a obtenção de dados descritivos que possam conduzir a uma interpretação sobre determinado fenômeno da realidade social (NEVES, 1996). Como forma de melhor sistematizar o conteúdo a ser analisado, as notícias e reportagens selecionadas foram cuidadosamente categorizadas após uma leitura inicial do material coletado.

**Quadro 1 - Composição do ano “artificial”**

MÊS	ANO
Janeiro	2011
Fevereiro	2012
Março	2013
Abril	2011
Maiο	2012
Junho	2013
Julho	2011
Agosto	2012
Setembro	2013
Outubro	2011
Novembro	2012
Dezembro	2013

Fonte: Autores (2016).

Tal classificação se deu através da utilização de um parâmetro principal: a identificação das fontes utilizadas nas matérias. O objetivo foi perceber, a partir da natureza dos agentes privilegiados pelo jornal, qual abordagem foi conferida ao tema. Em suma, até se chegar à conclusão de que determinada matéria teria predomínio de fontes oficiais, uma análise de conteúdo prévia foi elaborada. Em seguida, as matérias foram divididas em dois grandes grupos: textos com predomínio de fontes oficiais (mais notadamente o governador e o titular da Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social) e matérias com predomínio de fontes não-oficiais. Assim, analisa-se o conteúdo do primeiro grupo, ao mesmo tempo em que se tenta perceber o contexto, as interações entre os agentes e os quadros interpretativos presentes nas publicações (MENDONÇA; SIMÕES, 2012).

Sabe-se que, no discurso jornalístico tradicional, as versões oficiais tendem a predominar e, quando há controvérsia, promove-se uma polarização das visões sobre as questões em pauta (MIOLA, 2012). No trabalho aqui analisado, ressalta-se que é possível identificar com clareza (muitas vezes, já pelo título) que cada texto possui uma ênfase a direcionar o leitor a conhecer as versões privilegiadas por determinadas fontes.

Dessa forma, a categoria escolhida para ser investigada em detalhes neste ar-

tigo se refere às matérias que trouxeram como fontes principais agentes do Poder Executivo estadual. Quer-se compreender de que maneira as vozes e as versões defendidas por atores oficiais são apresentadas pelo material jornalístico que integra a amostra. O levantamento no banco de dados apontou um total de 25 matérias classificadas em tal categoria (as coordenadas<sup>10</sup> que apareceram em uma mesma página de um conteúdo principal foram consideradas, juntamente ao principal, como um texto só).

**Quadro 2 - Lista das matérias que compõem o *corpus***

	<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<b>DATA DA PUBLICAÇÃO</b>
1	Secretário assume e diz que desafio “não é impossível”	05/01/2011
2	Cid troca comando da PM e dos Bombeiros	07/01/2011
3	Por que tanta arma nas ruas?	19/01/2011
4	Dois policiais contra cinco bandidos em Miraíma	12/04/2011
5	72 homens reforçarão segurança	13/07/2011
6	Acordo com militares está sendo cumprido, diz secretário	24/05/2012
7	SSPDS contesta dados divulgados	22/08/2012
8	Gestores discutem ensino das academias	20/11/2012
9	31 agentes expulsos em dois meses	02/03/2013
10	Dinheiro que não dá resultado	17/03/2013
11	Cid promete redução de homicídios	27/03/2013
12	Prefeitura e Governo testam aparatos para resgate	10/06/2013
13	Governo alerta para ação de milícia	11/06/2013
14	Segurança em Fortaleza terá reforço de 7 mil homens	14/06/2013
15	Cid diz que pediu apoio à PF para combater crimes	17/06/2013
16	Novo secretário assume com discurso de integração	10/09/2013
17	Na posse, novo secretário diz que Ronda será repaginado	13/09/2013
18	Bombeiros e polícias Militar e Civil têm novos comandos	17/09/2013
19	Polícia Civil anuncia mudanças no comando de delegacias	26/09/2013
20	Polícia Militar troca comando do Ronda do Quarteirão	27/09/2013
21	Em solenidade, secretário sinaliza para redução de homicídios	17/12/2013
22	Redução de crimes será recompensada com dinheiro a policiais	18/12/2013
23	Estado soma 4.449 assassinatos em 2013	18/12/2013
24	Estado gastará R\$ 120 milhões com premiações	20/12/2013
25	17 armas foram apreendidas por dia em 2013	28/12/2013

Fonte: Autores (2016).

<sup>10</sup> Matéria coordenada é um texto curto que acompanha uma notícia ou reportagem principal. Geralmente, tem como objetivo aprofundar ou esclarecer algum aspecto abordado na notícia/reportagem.

Conforme se poderá perceber na seção a seguir, nem sempre as matérias são analisadas em ordem cronológica de publicação, mas, sim, de acordo com a lógica argumentativa utilizada pelo jornal e por seus profissionais. Acredita-se que tal procedimento propicia uma observação mais organizada dos quadros interpretativos sugeridos por *O Povo*. Por último, por limitações de espaço, nem todos os 25 textos que compõe o *corpus* têm trechos transcritos durante a análise do material (mesmo que tenham sido analisados individualmente), sendo citadas textualmente somente aquelas passagens mais relevantes para ilustrar as inferências sobre a cobertura do jornal.

### **Análise do *corpus* empírico**

A primeira matéria examinada, cuja publicação ocorreu em 5 de janeiro de 2011, tem como título “Secretário assume e diz que desafio ‘não é impossível’”. O texto destaca a mudança na gestão da SSPDS, já que, à época, Cid Gomes estava começando o segundo mandato como governador e resolveu substituir alguns integrantes da própria equipe. Foi o caso do titular da Secretaria em questão: o delegado da Polícia Federal Roberto Monteiro foi exonerado e substituído pelo coronel Francisco Bezerra. O jornal enfatiza a mudança de perfil dos secretários: ao contrário do antigo gestor, apontado como o responsável por levar adiante uma “política de Direitos Humanos”, o novo nomeado é coronel da Polícia Militar e apresentaria um viés mais voltado para a atuação policial ostensiva (Jornal *O Povo*, 5 jan. 2011). O jornal evidencia a renovação da “cúpula da segurança pública no Ceará” ao empregar expressões a exemplo de “aposta” e “perfil mais operacional” [da nova equipe]. Ainda na primeira notícia do ano sobre o tema, *O Povo* trata a gestão da Segurança Pública no estado como um “grande desafio”, apresentando os índices de homicídios mais recentes em comparação ao ano anterior.

Em matéria do dia 7 de janeiro de 2011, o jornal reproduz o discurso do

novo secretário, que destaca o “combate ao tráfico” como uma de suas prioridades – mesmo sem apresentar estratégias de atuação mais precisas, o que não é questionado na notícia (Jornal *O Povo*, 7 jan. 2011).

As notícias e reportagens com ênfase no Executivo vão se intercalando e abordam os mais variados temas relacionados à Segurança Pública. Sobre as armas de fogo em posse de civis, por exemplo, *O Povo* compara (na matéria intitulada “Por que tanta arma nas ruas?”, de 19 jan. 2011) a política de apreensão de armas da SSPDS a “enxugar o gelo”. Para legitimar tal visão, emprega-se a fala de Roberto Monteiro, primeiro secretário de Segurança Pública a tomar posse durante o primeiro mandato de Cid, que se disse “impressionado” com a quantidade de armas apreendidas em sua gestão.

“Toda semana assinei portarias, até duas vezes por semana, dessas premiações de soldados por apreensão de armas. Eu disse pra mim ‘meu Deus, que tanta arma é essa?’. Não foram poucas apreensões, o que não significou ter brecado a matança por arma de fogo. (Jornal *O Povo*, 19 jan. 2011).

Em outro excerto dessa mesma reportagem, o jornal dá visibilidade a dados oficiais da Secretaria de Segurança Pública para inferir que mais armas nas ruas significariam mais violência. O texto jornalístico apresenta também números que mostram o aumento na quantidade de armamento e munição apreendida, o panorama da circulação de armas de fogo no Brasil e expõe, ainda, a crítica de um pesquisador da ONG Viva Rio ao governo do estado sobre transparência em relação aos dados de apreensões. Talvez por fazer parte de uma série de reportagens, a matéria aborda a temática de uma forma melhor associada ao cenário nacional e com a presença da fala de um agente de fora do Executivo.

Já a questão da infraestrutura carente do sistema de Segurança Pública, por sua vez, é pautada de forma levemente “cômica” ao se noticiar o episódio do roubo de caixas eletrônicos na cidade de Miraíma, no interior do Ceará.



Os cinco homens desceram do carro, apontaram fuzis para a dupla [de policiais] e pediram: deitem-se no chão. Não foi difícil. Afinal, tinham dado de cara com um efetivo minguado, desfalcado (o terceiro plantonista estava de licença médica) e a pé, visto que havia quase 15 dias a viatura estava no conserto. “Nós deitamos, claro”, conta Árnou, já refeito do susto (Jornal *O Povo*, 12 abr. 2011).

Mais adiante, na matéria coordenada, intitulada “Estrutura precária para PMs”, relata-se a escassez de viaturas e de estrutura na delegacia do município, como a falta de luz, água, alimentação e de dependências adequadas para pernoite dos policiais. Sobre essas denúncias, o comandante-geral da Polícia Militar responde à reportagem esquivando-se das responsabilidades:

A par das condições, o comandante da PM no Ceará, coronel Werisleik Matias, reconhece: a estrutura é precária, mas, caso sejam perspicazes, os policiais poderão evitar outras tentativas de assalto. Ele cita estatísticas positivas na área de segurança: redução de 24,92% no número de homicídios no interior no primeiro trimestre de 2011, comparado ao mesmo período do ano passado. (Jornal *O Povo*, 12 de abr. 2011).

Há notícias que explicitamente assumem um caráter de divulgação das ações do Governo do Estado. É o caso da matéria “72 homens reforçarão segurança” (Jornal *O Povo*, 13 jul. 2011), que cumpre o papel de informar sobre a criação do Comando Tático Rural (Cotar) e tem como única fonte o major responsável pelo treinamento daquela equipe. O mesmo ocorre na matéria “Acordo com militares está sendo cumprido, diz secretário” (Jornal *O Povo*, 24 mai. 2012). Esta notícia trata do pronunciamento do secretário da SSPDS durante a reunião dos chefes de inteligência policial do Nordeste e tem como foco – inclusive iniciando-se com aspas do gestor – a declaração do secretário e os compromissos que foram assumidos à época da greve dos policiais e bombeiros militares, realizada no começo daquele mesmo ano. Da mesma forma, a matéria “Gestores discutem ensino das academias” (Jornal *O Povo*, 20 nov. 2012) é constituída quase em sua totalidade

por afirmações de Bezerra feitas durante o 1º Encontro de Gestores dos Órgãos de Ensino do Sistema de Segurança Pública do Nordeste:

Ainda na abertura do encontro, o secretário Francisco Bezerra reforçou declarações feitas ontem pelo governador Cid Gomes, que afirmou durante o encontro dos prefeitos do Ceará que 85% dos assassinatos ocorridos no Estado têm vinculação com o tráfico de drogas. “Ou são usuários, ou traficantes ou comerciantes, pequenos vendedores de drogas. É fundamental que a gente tenha políticas também nessa área”, pontuou Bezerra. (Jornal *O Povo*, 20 nov. 2012).

Curiosamente, o dado citado pelo secretário não tem a fonte revelada – e nem o repórter o questiona a veracidade ou o fundamento de tal informação. Nessa mesma notícia, há uma breve crítica elaborada pelo então vereador eleito, Capitão Wagner (PR) – opositorista a Cid Gomes –, que considera a proposta de unificação da formação dos agentes de segurança do Nordeste um “modelo perigoso”.

Ao abordar a conduta dos profissionais da Segurança Pública em uma reportagem que tem como título “31 agentes expulsos em dois meses” (Jornal *O Povo*, 2 mar. 2013), o jornal enfatiza o trabalho coordenado pela Controladoria Geral de Disciplina dos Órgãos de Segurança Pública e Sistema Penitenciário do Ceará (CGD), instituição criada em janeiro de 2011. Na abordagem conferida à matéria, o alto número de demissões se deveria ao bom trabalho de disciplinamento feito pelo órgão – as fontes são os dados de punições fornecidos pela própria CGD, e não a quantidade de desvios de conduta praticados pelos agentes. Em outras palavras, ainda que se utilize de falas de outros agentes sociais, o tom da matéria não deixa de enfatizar o caráter positivo da atuação da Controladoria.

A forma como o jornal *O Povo* aborda o tema da Segurança Pública revela-se, ademais, em reportagens que pautam a “escalada da violência”. Em 17 de março de 2013, *O Povo* publicou reportagem especial no caderno de Economia sobre “O Preço da Violência”. Na primeira matéria, “Dinheiro que não dá resultado” (Figura 2), o jornal faz um paralelo entre a pasta de Segurança Pública e uma empresa privada:

Um negócio que ainda não deu o retorno esperado. Se a segurança pública fosse uma empresa, não haveria dúvidas que ela estaria à beira da falência. Apesar de acumular vultosos e crescentes investimentos, a tão esperada redução nos números da violência não são realidade (Jornal *O Povo*, 17 mar. 2013).

Figura 2 – Página de *O Povo* com a reportagem “Dinheiro que não dá resultado”



Fonte: Banco de Dados *O Povo* (2014).

Por mais que pareça adotar uma posição crítica, a matéria apenas repete um padrão testemunhado, de forma geral, na cobertura de *O Povo*, a saber, a preferência em reproduzir declarações do secretário ou do governador sem verificar números e estatísticas apresentados por eles. Para Cid Gomes, única fonte utilizada na reportagem além do secretário Francisco Bezerra, mais uma vez o tráfico é o causador da elevação das taxas de criminalidade, fenômeno que o governador considera regional, ou seja, para além da sua responsabilidade. Ressalte-se que não se trata de uma notícia factual, com pouco espaço de publicação, e sim de uma reportagem especial, capa do caderno de Economia.

Na avaliação do governador Cid Gomes, a elevação dos números relacionados à criminalidade se deve ao narcotráfico. “Entre 70% a 80% dos homicídios que são registrados têm relação com droga, que é um fenômeno novo e, no Nordeste, é mais novo ainda. Toda essa questão a um só tempo foi a responsável maior pela elevação dos índices de homicídios”, afirma Cid. (Jornal *O Povo*, 17 mar. 2013).

Citando números de diversas ordens, a reportagem segue sem interpretá-los e sem questionar a origem dos dados. Na matéria coordenada que acompanha o texto principal, Francisco Bezerra argumenta que a Segurança Pública saiu de um sistema “extremamente sucateado” (ignorando-se, portanto, que o titular do governo anterior era o próprio Cid Gomes) para um sistema “que trabalha com uma estrutura conveniente para prestar o serviço”.

Em “Cid promete redução de homicídios” (Jornal *O Povo*, 27 mar. 2013), o compromisso assumido pelo governador, mais uma vez, é o de “combate ao tráfico”. No espaço de uma notícia publicada por ocasião da formatura de uma turma de agentes da Polícia Civil, Cid reafirma que o maior causador dos altos índices de violência é o narcotráfico. Novamente, repete-se a “parceria” entre o que diz o governador e o que declara o secretário.

“A violência, nesse momento, não é um problema só da Polícia, é de toda a sociedade. Há muito por fazer”, afirma [Francisco Bezerra]. Ele frisa, entretanto, que não está “transferindo as responsabilidades” do combate aos homicídios, mas que “a violência como um todo ultrapassa os limites da Polícia”. (Jornal *O Povo*, 27 mar. 2013).

Já no início do segundo semestre de 2013, quase três anos depois de assumir a Secretaria de Segurança Pública, o coronel Bezerra foi substituído por decisão do governador. Se, ao assumir o comando da pasta, Bezerra havia afirmado que diminuir a quantidade de assassinatos no Ceará “não é um desafio impossível de ser realizado” (Jornal *O Povo*, 5 jan. 2011), o delegado da Polícia Federal Servilho Paiva, novo titular da SSPDS, ressaltou que “não tem milagre nem varinha de condão” e que

“os resultados – tão cobrados – não virão de *imediato*” (Jornal *O Povo*, 10 set. 2013).

Aqui, percebe-se um diferencial na cobertura: dessa vez, a reportagem destaca a opinião de outros agentes sobre Servilho. Para o presidente da Associação dos Delegados de Polícia Civil do Estado do Ceará, Milton Castelo, ele seria “um profissional experiente”; já a coordenadora do Laboratório de Direitos Humanos, Cidadania e Ética da Universidade Estadual do Ceará (Labvida-UECE), Glaucéria Mota Brasil, classifica o novo secretário como “a melhor escolha para o momento”. Legitimando a decisão do governador, portanto, são utilizadas menções que, mesmo não partindo de fontes oficiais do Poder Executivo, vão ao encontro do que este defende.

Interessante notar que, nesse mesmo dia, o jornal toma parte na divulgação do discurso de despedida do antigo gestor. Na opinião do coronel Francisco Bezerra, que estava deixando o cargo para concorrer às eleições, Cid Gomes é classificado como “o maior governador de todos os tempos”. Sobre sua própria gestão, Bezerra defende as medidas tomadas e volta a culpar o narcotráfico e o pouco rigor do Código Penal como responsável pelos altos índices de homicídios.

Conforme pode ser observado, a diretriz governamental de abordar a violência pela lente do combate ao crime é regularmente acompanhada pelo periódico em estudo, uma vez que as providências anunciadas pelas autoridades se resumem ao incremento da ação da polícia nas ruas. Em outras palavras, verifica-se a importância do Jornalismo ao circular signos e imagens que legitimam a postura de racionalidade do poder dominante (SODRÉ, 2006).

Em tempo, sublinhe-se que não é necessariamente inapropriado o jornal dar preferência a fontes do Executivo em sua cobertura. Afinal, é do governo estadual de onde partem as ações de gerenciamento do sistema de Segurança Pública. Ou seja, a lógica de produção jornalística exige que a versão das autoridades seja ouvida. Contudo, o fato de boa parte das notícias trazer apenas fontes oficiais ou se limitar a reproduzir o que elas dizem é prova de que *O Povo* pouco se preocupou

em fugir dos quadros interpretativos propostos pelos agentes públicos, corroborando a tese de que a “seleção de fontes de acordo com a valoração socialmente atribuída acaba criando uma sobre-representação daqueles que detêm posições institucionalizadas” (MIOLA, 2012, p. 123).

## **Discussão e conclusões**

O objetivo do artigo foi problematizar a relação existente entre Jornalismo impresso e Segurança Pública a fim de examinar os padrões de cobertura adotados pelo jornal *O Povo*. Segundo Lopes e Brasil (2008), as políticas públicas de segurança têm atraído atenção cada vez maior das agendas política e midiática, não obstante poucas pesquisas científicas se debruçarem sobre a interface aqui investigada.

Ainda que a Análise de Conteúdo tenha suas limitações – não sendo possível, somente a partir da materialidade do texto, dar conta integralmente da relação entre o jornal e as fontes –, é possível confirmar, a partir da verificação do conteúdo das matérias, que uma perspectiva favorável ao governo predomina nas páginas do periódico em tela. Isso porque boa parte dos textos dá espaço às autoridades burocráticas de forma exclusiva, comprometendo, assim, o pluralismo e o caráter questionador que deveriam idealmente caracterizar a cobertura.

A seção empírica permitiu observar que, quando as vozes de outros agentes são utilizadas, a divergência se mostra apenas pontualmente. Na verdade, há ocasiões em que agentes externos ao governo têm suas vozes utilizadas para legitimar o discurso oficial (por exemplo, trazendo elogios ao nome do novo secretário escolhido em 2013; ou quando representantes de sindicatos concordaram com a nomeação do novo titular da SSPDS).

Nesse sentido, defende-se que privilegiar a versão das fontes oficiais acaba limitando o caráter de abordagem do tema, uma vez que as interpretações e problematizações acerca da realidade social disponíveis ao leitor obedecem a um mesmo

conjunto de visões de mundo. Em termos práticos, reforça-se a ideia, por exemplo, de que o combate ao tráfico de drogas e de armas (questões pautadas pelos agentes governamentais) são prioridades. Além disso, define-se a atuação da pasta Segurança Pública somente a partir do número de homicídios e de programas direcionados ao policiamento ostensivo, deixando de lado questões paralelas, como o sistema penitenciário e a necessidade de avanços na investigação e na legislação.

Se, de acordo com Luiz Eduardo Soares, “o sentido de uma história depende do ponto a partir do qual começamos a relatá-la” (2011, p. 18), então o Jornalismo integra o processo de “construção da realidade” na medida em que oferece versões de um determinado acontecimento (ou mesmo, quando nem relata o que ocorreu, impedindo, assim, que o fato seja conhecido e percebido como problema público). Quando a contextualização dos problemas relacionados à Segurança Pública é escassa ou quando as autoridades não são pressionadas a responderem pelos seus atos ou pela falta de transparência na publicização de dados, o ponto de partida do relato fica comprometido.

Assim, permanece vigente a lógica apontada por Sólito (2010) de que temas ligados à segurança são utilizados como forma de legitimar os aparelhos repressivos. Nesse sentido, o Jornalismo, ao construir as imagens da realidade a partir de uma perspectiva de insegurança, pode colaborar para a legitimação de políticas repressivas (SODRÉ, 2006).

Tomando como referência Ramos e Paiva (2007), argumenta-se que a escassez de dados e de estatísticas sobre a situação da Segurança Pública pode contribuir para uma abordagem descontextualizada dos fatos. Nesse sentido, as autoras defendem que uma cobertura não superficial sobre o tema passa pela postura do jornal em denunciar, analisar, retratar, debater e comparar os fatos abordados nas matérias; analisar causas, soluções e consequências; diversificar opiniões e pontos de vista, bem como utilizar-se pesquisas, estatísticas e outras informações provenientes da sociedade civil (RAMOS; PAIVA, 2005).

Resta comprovada, então, a hipótese de que as fontes oficiais são privilegiadas na cobertura cotidiana de *O Povo* sobre Segurança Pública. Mesmo que boa parte da imprensa tenha se afastado dos padrões grotescos que marcaram programas televisivos e páginas de jornais sensacionalistas há até poucas décadas (promovendo uma reestilização da linguagem, redesenhando graficamente suas páginas e adotando cutela no uso de imagens “fortes”), ainda falta aprimorar o trabalho jornalístico no sentido de questionar as políticas da referida área.

Mencione-se, ademais, que, no caso aqui examinado, por se tratar de uma cobertura longitudinal (isto é, que considera diferentes anos, em uma perspectiva de médio prazo), não se aplica da mesma forma a pressão do tempo como um dos principais determinantes da qualidade do material produzido. Ou seja, de maneira contrária ao que ocorreu em casos de repercussão nacional (a exemplo do Ônibus 174, no ano 2000), quando os repórteres precisavam oferecer a maior quantidade de informações possível para vencer a concorrência na edição do dia seguinte, a abordagem sobre Segurança Pública nas páginas de *O Povo* acaba por revelar um padrão editorial.

A discussão sobre a mera reprodução de declarações oferecidas pelas fontes tem se aprofundado nos estudos e práticas concernentes ao Jornalismo no Brasil (RUBIM; COLLING, 2006; NASCIMENTO, 2010; MARTINO; SILVA, 2013). Isto é, verifica-se uma preocupação crescente com o fato de, muitas vezes, os profissionais se mostrarem satisfeitos em apenas em ouvir os diferentes lados do debate, sem questionar o que efetivamente foi dito. Este seria o principal problema diagnosticado na cobertura do jornal *O Povo* no que se refere à área de Segurança Pública e violência.

Uma das críticas mais comuns à polícia é a de que ela corre atrás do crime, sem capacidade de preveni-lo com planejamento e inteligência. A cobertura jornalística, mesmo a dos melhores jornais do país, padece em certa medida dos mesmos problemas. Na maior parte do tempo, ela corre atrás da notícia do crime já ocorrido ou das ações



policiais já executadas, mas tem pouca iniciativa e usa timidamente a sua enorme capacidade de pautar um debate público consistente sobre o setor (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 25).

Claro que as autoridades devem ter voz nos relatos jornalísticos sobre Segurança Pública. O problema é quando as fontes oficiais são as únicas consideradas. Outras editorias costumam elaborar um trabalho detalhado de levantamento e análise de dados, inclusive com o apoio cotidiano de especialistas que estão fora do setor governamental.

Em outras palavras, ao se voltar à prática do Jornalismo declaratório (isto é, baseado de forma quase que exclusiva em declarações e informações prestadas pelas fontes), *O Povo* pouco se dedica a apresentar ao leitor quadros que abordem a eficácia das ações do governo ou a verificar a veracidade dos números declarados pelos agentes – como a informação de que 70% a 80% dos homicídios registrados têm relação com narcotráfico. Para Kovach e Rosenstiel (2004, p. 77), a utilização de uma voz neutra pelo jornalista, sem uma disciplina de verificação dos fatos e dos dados, “cria um verniz que cobre algo oco”. Tambosi (2005, p. 36) reforça tal argumento ao dizer que:

(...) é justamente aqui que aparece a fragilidade epistemológica do jornalismo: nem sempre há como saber se as declarações das fontes são verdadeiras. Tais declarações, na imensa maioria das vezes, não têm caráter hipotético, como é peculiar às ciências, mas são apresentadas e tomadas simplesmente como fatos.

A deontologia e a técnica jornalísticas exigem uma postura que vá além do mero relato das versões oferecidas por autoridades públicas. Ou seja, os agentes do campo do Jornalismo reivindicam para si a posição de representantes da sociedade e, com isso, sentem-se autorizados a cobrar as autoridades públicas sobre a eficácia das políticas por elas adotadas (ALBUQUERQUE, 2000; CLAYMAN, 2002; ERIKSSON; ÖSTMAN, 2013). De maneira contrária à normatividade do

trabalho jornalístico, *O Povo*, na amostra aqui examinada, pouco se aprofundou no questionamento das versões das fontes, dos números por elas oferecidos e dos enquadramentos por elas formulados, permanecendo, assim, no terreno raso do senso comum e pouco contribuindo para elevar o nível de exigência da sociedade quanto à questão do combate à violência.

Deve-se observar, no entanto, que a prática do “Jornalismo declaratório” não está circunscrita ao periódico aqui examinado. Em diferentes oportunidades, os profissionais que ocuparam o cargo de ombudsman da *Folha de S. Paulo*, por exemplo, criticaram a mera reprodução de sentenças enunciadas pelas fontes. Em maio de 2014, no início da disputa pela Presidência da República, Vera Guimarães Martins apontou que o jornal abdicou de criar uma agenda própria, sem verificar em que medida as afirmações dos candidatos faziam sentido ou correspondiam à verdade<sup>11</sup>. Em 2010, Suzana Singer atacou a mesma postura da Folha de meramente reproduzir aspas em muitos de seus títulos<sup>12</sup>. É possível cogitar, no final das contas, que a referida prática se encontra culturalmente disseminada no Jornalismo brasileiro.

A cobertura sobre Segurança Pública feita pelo jornal aqui estudado aproxima-se do que Albuquerque (2000) apontou acerca do Jornalismo brasileiro: está mais interessado em ilustrar uma tese do que problematizar o tema abordado a partir de perspectivas conflitantes. Indo ao encontro do que propôs Zaluar (1999), acredita-se que o Jornalismo pode atuar na construção de formas de sociabilidade alternativas ao propor diferentes maneiras de pensar e de agir, seja por meio da análise rigorosa de dados oficiais seja por meio do oferecimento de espaço a visões de agentes, por exemplo, da sociedade civil.

<sup>11</sup> Ver: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/veraguimaraesmartins/2014/05/1452567-incontinencia-declaratoria.shtml>. Acesso em 22 fev. 2016.

<sup>12</sup> Ver: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om0509201001.htm>. Acesso em 22 fev. 2016.

## Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE, A. Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. *Contracampo*, v. 4, p. 23-57, 2000.
- BARROS FILHO, C. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 1995.
- BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BUCCI, E. Como a violência na TV alimenta a violência real (da polícia). *Revista USP*, v. 48, p. 68-73, 2001.
- CARVALHO, R. V. A. Fronteiras simbólicas borradas na transição de ciclos políticos: a campanha para o governo do Ceará em 2006. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 39, nº 2, p. 22-42, 2008.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2013.
- CLAYMAN, S. Tribune of the People: maintaining the legitimacy of aggressive journalism. *Media, Culture and Society*, v. 24, nº 2, p. 197-216, 2002.
- CHRISTOFOLETTI, R. *Ética no Jornalismo*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- CORREIA, J. C. A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada. In: I. F. CUNHA; A. CABRERA; J. P. SOUSA (Orgs.). *Pesquisa e Media em Jornalismo: Homenagem a Nelson Traquina*. Covilhã, Portugal, 2012. p. 79-106.
- ERIKSSON, G.; ÖSTMAN, J. Cooperative or Adversarial? Journalists' Enactment of the Watchdog Function in Political News Production. *The International Journal of Press/Politics*, v. 18, nº 3, p. 304-324, 2013.
- FARAGO, C. C.; FOFONCA E. A análise de conteúdo na perspectiva de Bardin: do rigor metodológico à descoberta de um caminho de significações. *Revista Linguagem*, nº 18, p. 1-3, 2012.
- FAUSTO NETO, A. Mutações nos discursos jornalísticos: Da 'construção da realidade' à 'realidade da construção'. In: FELIPPI, A.; SOSTER, D.; PICCININ, F. (Orgs.). *Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006. p. 46-63.
- GOMES, W. *Transformações na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- GUERRA, J. L. Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (Orgs.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014. p. 39-49.
- INTERVOZES. *Violações de direitos na mídia brasileira*. Brasília: ANDI, 2015.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

- LIPPMANN, W. *Public Opinion*. Nova York: MacMillan, 1922.
- LOPES, E. B.; BRASIL, G. M. *Em busca de confiança e legitimidade: a segurança pública no Ceará-Brasil*. 2008.
- MARQUES, F. P. J. A.; MIOLA, Edna; SIEBRA, N. Jornalismo, Assessoria de Imprensa e seus condicionantes organizacionais: Uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo. *Animus*, v. 13, n. 25, p. 145-166, 2014.
- MARTINO, L. M. S.; SILVA, L. R. Paradoxos e fronteiras éticas do jornalismo investigativo na doutrina jornalística brasileira. *Revista Comunicação Midiática*, v. 8, n° 1, p. 13-29, 2013.
- MELO, P. B. A pauta na capa: a mídia como porta-voz da cultura do medo. Um estudo sobre a revista Carta Capital. *Cadernos de Estudos Sociais*, v. 24, n° 2, p. 221-235, 2005.
- MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 27, n° 79, p. 187-235, 2012.
- MICHAUD, Y. *A violência*. São Paulo: Ática, 1989.
- MIOLA, E. *Sistema deliberativo e tensões entre interesses públicos e privados: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na imprensa*. 294f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2012.
- MONT'ALVERNE, C.; MARQUES, F. P. J. A opinião da empresa no Jornalismo brasileiro: Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 12, n° 1, p. 121-137, 2015.
- MONTE, C. *Os governos Cid Gomes e o Legislativo cearense: alianças, emendas e oposição (2007-2014)*. In: Seminário Internacional de Ciência Política, 1., 2015. Porto Alegre, *Anais...* Porto Alegre: Seminário Internacional de Ciência Política, 2015.
- MOTTA, L. G. *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Editora UnB, 2013.
- NASCIMENTO, S. S. *Os Novos Escribas*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010.
- NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. *Cadernos de Pesquisas em Administração*, v. 1, n° 3, p. 1-5, 1996.
- NJAINE, K.; MINAYO, M. C. S. A violência na mídia como tema da área da saúde pública: revisão da literatura. *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, v. 9, n° 1, p. 201 -211, 2004.
- OLIVEN, R. *Violência e Cultura no Brasil*. Rio de Janeiro: Biblioteca Virtual de Ciências Humanas, 2010.
- O POVO Online. *Flickr*. Disponível em <<https://www.flickr.com/people/opovoonline/>>. Acesso em 24 out. 2015.
- PASTANA, D. R. Medo e opinião pública no Brasil contemporâneo. *Estudos de Sociologia*,

Araraquara, v. 12, n. 22, p. 91-116, 2007.

PORTO, M. P. *Enquadramentos da mídia e política*. In: Encontro Anual ANPOCS, 26., 2002. Caxambu, *Anais...* Caxambu: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2002.

PORTO, M. S. G. Mídia, segurança pública e representações sociais. *Tempo Social*, v. 21, nº 2, p. 211-233, 2009.

\_\_\_\_\_. Violência e meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea. *Sociologias*, nº 8, p. 152-171, 2002.

RAMOS, S; PAIVA, A. Mídia e violência – Como os jornais retratam a violência e a segurança pública no Brasil. *Boletim de segurança e cidadania*, Rio de Janeiro, nº 1, 2005.

\_\_\_\_\_. Mídia e Violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil. IUPERJ: Rio de Janeiro, 2007.

RUBIM, A. A.; COLLING, L. Política, cultura e a cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2006. In: GOULART, J. O. (Org.). *Mídia e democracia*. São Paulo: Annablumme, 2006.

SENA, U. B. *et al.* *Análise da cobertura do jornal O Povo sobre a realidade da criança e do adolescente no semiárido Cearense*. In: Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 5., 2007. Braga, *Anais...* Braga: Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 2008.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 2, nº 1, p. 95-107, 2005.

SOARES, L. E. Segurança pública: presente e futuro. *Estudos Avançados*, v. 20, nº 56, p. 91-106, 2006.

SOARES, L. E. *Justiça: pensando alto sobre violência, crime e castigo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

SODRÉ, M. *Sociedade, Mídia e Violência*. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 2006.

SOUSA, E. B. L. *Política de Segurança Pública no Ceará: algumas evidências*. In: Jornada Internacional de Políticas Públicas, 6., 2013. São Luiz, *Anais...* São Luiz: Jornada Internacional de Políticas Públicas, 2013.

SÓLIO, M. B. *Violência: um discurso que a mídia cala*. Caxias do Sul: Educs, 2010.

TAMBOSI, O. Informação e conhecimento no jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 2, nº 1, p. 31-38, 2005.

THOMPSON, J. B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.

TRIBUNAL Superior Eleitoral. *Estatísticas e Resultado da Eleição*. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2010/estatisticas>>. Acesso em 24 out. 2015.

TUCHMAN, G. Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, v. 77, nº 4, p. 660-679, 1972.

TUCHMAN, G. *Making news: A study in the Construction of Reality*. Free Press, 1978.

WOLF, M. *Teorias das Comunicações de Massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WOLTON, D. *O elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.

ZALUAR, A. Um debate disperso: violência e crime no Brasil da redemocratização. *Revista São Paulo em Perspectiva*, v. 13, nº 3, p. 3-17, 1999.

## CAPÍTULO VIII

# A COBERTURA DA *FOLHA DE LONDRINA* SOBRE A ELEIÇÃO DE 2012 E O ESCÂNDALO POLÍTICO

Romer Mottinha Santos

**E**sta pesquisa está inserida em um conjunto de estudos que tratam da relação da mídia com a política. É uma área que podemos considerar importante para obter resultados que contribuam para o desenvolvimento das pesquisas sobre comunicação política e eleitoral. O trabalho é uma síntese da dissertação produzida no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná e finalizada em 2014. A pesquisa foi orientada pelo professor Emerson Urizzi Cervi e desenvolvida no Grupo de Pesquisa de Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP) e apresenta alguns resultados obtidos no acompanhamento da cobertura eleitoral do jornal *Folha de Londrina*, sobre a eleição municipal de 2012 em Londrina, norte do Paraná.

A escolha da *Folha de Londrina* se deve ao fato de ser o jornal de maior circulação na cidade de Londrina e o 2º jornal de maior circulação do Paraná. Além disso, a Folha cobriu os casos de corrupção e crises políticas da prefeitura ocorridos nos últimos anos nos mandatos dos prefeitos Antonio Belinati (PP),

Nedson Micheleti (PT) e Homero Barbosa Neto (PDT). Os dados da cobertura eleitoral foram coletados no período de 1º de agosto até 28 de outubro de 2012.

O trabalho teve por objetivo identificar qual a visibilidade que o jornal proporcionou aos candidatos em sua cobertura eleitoral. A intenção desta análise é averiguar a valência atribuída aos candidatos citados nas notícias dos cadernos internos do jornal e qual o tipo de enquadramento (DOXA, 2008; PORTO, 2001) aplicado às reportagens.

O jornal *Folha de Londrina* foi fundado em 13 de novembro de 1948, por João Milanez e seu sócio, o jornalista Correia Neto. Milanez se tornou um dos empresários mais conhecidos do Paraná e ganhou reconhecimento nacional e internacional pelo seu trabalho como empresário da comunicação (COMELI, 2008).

A lógica da *Folha de Londrina* foi, desde sua fundação, empresarial. O crescimento do jornal está relacionado ao fato de publicar notícias e anúncios locais e regionais, caracterizado por uma linha editorial “moralista e conservadora”, dedicada em projetar a imagem da cidade de Londrina como “cidade progresso” (NOGUEIRA, 1999).

A *Folha de Londrina*, apesar de ser um jornal do interior do Paraná, disputa com os demais a posição de um jornal ‘formador de opinião’ por sua busca de circulação em todo o estado. Londrina é a segunda cidade mais populosa do Paraná, com mais de 500.000 habitantes segundo o IBGE (SEVERO; FAUSTO NETO, 2009). Além disso, a *Folha de Londrina* circula em mais de 300 localidades no Paraná, além de Mato Grosso e sul de São Paulo. Em 2012 foi o 33º maior jornal do Brasil de circulação paga, com média de circulação de 32.394 exemplares, ficando atrás apenas do jornal Gazeta do Povo, no estado do Paraná, com média de 42.786 exemplares, de acordo com a Associação Nacional de Jor-



nais e o Instituto Verificador de Circulação (IVC)<sup>1</sup>.

Para fins deste trabalho, pressupõe-se que a *Folha de Londrina* prioriza maior cobertura jornalística aos candidatos com visibilidade de valência negativa, devido ao fato do histórico dos últimos anos de casos de corrupção em Londrina, como no caso de cobertura sobre o escândalo de corrupção, em 1999, durante o mandato do ex-prefeito Antonio Belinati (SILVEIRA, 2006), e não necessariamente aos candidatos líderes de intenção de voto durante a campanha eleitoral - como a literatura dessa área já tem demonstrado (CÉSAR *et al.*, 2002; OLIVEIRA FILHA, 2005).

A pesquisa está dividida em seis tópicos, após a introdução. Inicialmente, é exposto o referencial teórico sobre comunicação e política. Logo em seguida, sobre escândalo midiático e político. No tópico seguinte, apresenta-se o contexto eleitoral de Londrina em 2012. Na sequência, são apresentados os procedimentos metodológicos e os resultados da cobertura eleitoral da *Folha de Londrina* em 2012 com a descrição, análise e interpretação dos dados coletados. Por fim, as considerações finais desta pesquisa.

<sup>1</sup> A primeira edição da “Pesquisa Brasileira de Mídia” traz um retrato representativo e preciso sobre o uso que os brasileiros declaram fazer, atualmente, dos meios de comunicação social (A pesquisa foi realizada em outubro e novembro de 2013 pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM) da Presidência da República). Continua sendo predominante a presença da TV nos lares do Brasil, apesar do rápido crescimento da internet. Nada menos que 97% dos entrevistados afirmaram ver TV, um hábito que une praticamente todos os brasileiros, com independência de gênero, idade, renda, nível educacional ou localização geográfica. A internet e o rádio são meios de comunicação também muito presentes na vida das pessoas, ainda que em menor grau: 61% têm o costume de ouvir rádio e 47% têm o hábito de acessar a internet. Já a leitura de jornais e revistas impressos é menos frequente e alcança, respectivamente, 25% e 15% dos entrevistados. Quanto ao jornal impresso, a maioria dos brasileiros não costuma consumir esse meio de comunicação: enquanto 75% dos entrevistados afirmaram não ler jornal, apenas 6% utilizam todos os dias. Se considerados os respondentes que leem jornal ao menos um dia por semana, o percentual de leitores sobe para 24%. Entre os meios estudados nesta pesquisa, apenas a revista impressa tem presença menor que o jornal nos hábitos de consumo de mídia da população brasileira. A frequência de uso do jornal tende a aumentar conforme o foco da análise se desloca dos estratos sociais de menor renda para os de maior renda familiar. O mesmo ocorre quando se observam recortes feitos a partir da escolaridade e do porte do município. Ou seja, quanto maior a renda, a escolaridade ou o porte do município, maior tende a ser a frequência de uso do jornal impresso (BRASIL, 2014).

## **Comunicação e política**

A relação entre política e comunicação tem se firmado como tema relevante dos estudos da atualidade. Tentar compreender os atuais poderes da política e da comunicação, suas mutações e conexões passa a ser algo essencial, que orientada por um horizonte democrático e ganha efetividade na crítica da sociedade (RUBIM, 2000).

Ao contrário da subestimação do papel da mídia, característica observada entre os cientistas políticos e sociais, ocorre o contrário entre os estudiosos da comunicação e a superestimação da mídia convive com afirmações de uma política submetida às regras da comunicação. A atitude de repensar as conexões entre comunicação e política deve reconhecer como seu ponto de partida necessário a permanência destas interações. Afirmar a relação como sempre existente significa apreender sua constituição como inerente ao surgimento da comunicação e da política, como algo intrínseco a própria sociedade (RUBIM, 2000).

A mídia se demonstra mais sensível aos momentos deliberativos, de decisões impactantes, como ocorre nas eleições, espaço de tempo acelerado do campo político, ou próximo dos instantes da ruptura do funcionamento regulamentar da política, quando ocorrem crises, deposições, golpes e denúncias. O tema da relação entre eleições e mídia aparece hoje, sem dúvida, como um dos mais significativos para a compreensão das novas configurações assumidas pela política nos tempos contemporâneos. As eleições funcionam como procedimento social e fundamental de distribuição do poder de governar, todavia sempre periódico e de caráter momentâneo, pois, a rigor, essa distribuição transcende o episódio eleitoral, ocorrendo no cotidiano por meio da persistente disputa do poder de governar, das condições de governabilidade (RUBIM, 2000).

O material recolhido pelos correspondentes, pelos enviados especiais e pelos repórteres e que chega por intermédio das agências, é reduzido a certo número

de notícias destinadas à transmissão no noticiário ou à imprensa diária. Na realidade, o concurso do material para seleção está já regulamentado e estabilizado de uma forma bastante firme: os modos, os processos e os hábitos que provocam essa regulamentação são já uma primeira maneira pertinente de seleção. Esta é, por um lado, adequada às necessidades de organizar racionalmente o trabalho e, por outro é conveniente com o conjunto dos valores/notícia que têm por objetivo tornar possível a parte restante da seleção apenas como uma escolha subjetiva do jornalista, mesmo que seja, profissionalmente, motivada; é necessário enxergá-la como um processo complexo, que se desenrola ao longo de todo o ciclo de trabalho realizado a instâncias diferentes (desde as fontes até ao simples redator) e com motivações que não são todas imediatamente atribuídas à necessidade direta de escolher as notícias a transmitir. Muitas vezes, a escolha de um acontecimento coincide com a individualização de uma feição particular ou de um ponto de vista de segundo o qual esse acontecimento pode ser relatado, noticiado (WOLF, 2009).

A pertinência das notícias não é o único critério de seleção. Os critérios de pertinência não existem apenas porque tornam possível a eficiência; tornam-se pertinentes porque são também eficientes. Para os jornalistas, a eficiência existe para permitir o rendimento de três recursos que são escassos: o pessoal, o formato e o tempo de produção. Os órgãos de informação têm de ser eficientes na medida em que se espera que forneçam ao público as notícias mais atualizadas em tempo preestabelecido (WOLF, 2009).

A produção da notícia é um processo complexo que tem início com um acontecimento. Todavia não precisamos entender esse acontecimento como algo alheio à construção social da realidade por parte do sujeito. Não existe leitura da realidade que seja descontextualizada e que não esteja objetivada. O sujeito observador é o que lhe confere sentido ao fato. Ou seja, os acontecimentos estariam formados pelos elementos externos ao sujeito, a partir dos quais ele mesmo reconhecerá e construirá o acontecimento (RODRIGO ALSINA, 2009).

O Jornalismo se converteu em um negócio com um número crescente de proprietários que começaram a publicar jornais com intuito de ter lucros e o objetivo central seria a expansão da circulação. A emergência do Jornalismo com os seus próprios ‘padrões de desempenho e integridade moral’ tornou-se possível com a crescente independência econômica dos jornais em relação aos subsídios políticos, método dominante de financiamento da imprensa no início do século XIX (TRAQUINA, 2005). Vista a importância da relação existente entre a mídia e a política, no próximo tópico, debatemos alguns efeitos da visibilidade dos escândalos midiáticos e políticos.

### **O escândalo político-midiático**

A visibilidade midiática é uma espada de dois gumes, pois, ao permitir que os políticos cheguem diretamente até nós, pode nos apresentar tanto de forma positiva, como negativa. A visibilidade se torna um risco e pode revelar a fragilidade dos políticos. E é nesse contexto que se coloca a questão do escândalo. Apesar de ter uma longa história, o termo escândalo adquiriu, a partir do século XIX, algumas características específicas, pois ele passa a significar a revelação, por meio da mídia, de alguma ação ou atividade que estava antes oculta, todavia implicava violação de determinados valores e normas (THOMPSON, 2002, p. 12). Por outro lado, as transformações mais recentes na natureza do processo político, cada vez mais dependente da mídia, é que fazem surgir os escândalos políticos midiáticos. Um escândalo político midiático é o evento que implica a revelação, por meio da mídia, de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, desencadeando uma sequência de ocorrências posteriores (LIMA, 2006, p. 12-13).

É interessante observar no caso brasileiro, que a maioria dos escândalos políticos são escândalos político-financeiros, com alguns poucos exemplos de escândalos de abuso de poder e tráfico de influências, todavia têm como objetivo

fundamental o enriquecimento ilícito (THOMPSON, 2002, p. 14).

O escândalo político é um ótimo exemplo que ilustra a transformação na natureza da visibilidade que foi trazida pelo desenvolvimento dos meios de comunicação. Vivemos em uma época de alta visibilidade midiática e os que estão em, ou aspiram a, posições de proeminência na vida pública agem dentro de um ambiente informacional totalmente diverso daquele de algumas décadas atrás: devido ao desenvolvimento de múltiplas formas e redes de comunicação midiática e ao surgimento de numerosas organizações de mídia, os atores políticos devem, hoje, agir em um ambiente informacional que é mais intenso, mais extenso e menos controlável que no passado (THOMPSON, 2002, p. 17-18).

Um escândalo político é todo aquele que envolva um líder ou uma figura política. É o fato de o indivíduo que está no centro do escândalo ser uma figura política destacada - um líder, ou aspirante à líder, um funcionário eleito ou nomeado - que faz com que o escândalo se constitua em um escândalo político. Para compreender a natureza do escândalo político, não se pode concentrar na figura, ou no líder político apenas. É necessário levar em consideração as relações e instituições sociais em virtude das quais é atribuído poder político a um indivíduo, ou com respeito às quais o indivíduo procura adquiri-lo (THOMPSON, 2002, p. 124). Na próxima seção apresentamos o contexto eleitoral de 2012 em Londrina para melhor ilustrar a política local desta cidade.

## **A Eleição de 2012 em Londrina**

Na eleição municipal de 2012, Alexandre Kireeff (PSD) foi eleito prefeito de Londrina em uma disputa acirrada contra Marcelo Belinati (PP). Kireeff depois de entrar como desconhecido de grande parte da população, com menos de 3% das intenções de voto nas primeiras pesquisas de intenção de voto, terminou com 50,53% dos votos válidos. Marcelo Belinati, sobrinho do ex-prefeito Antonio

Belinati, obteve 49,47% dos votos, tendo a seu favor a coligação majoritária “Londrina Unida”<sup>2</sup>. Alexandre Kireeff sem ter ocupado cargos públicos e com discurso de uma gestão técnica e sem coligação política conseguiu uma vitória similar ao do ex-prefeito Nedson Micheleti (PT) eleito em 2000. Pois, tanto Kireeff quanto Micheleti eram desconhecidos e começaram nos últimos lugares nas pesquisas de intenção de voto avançando para um 2º turno vitorioso (FERREIRA, 2012).

Durante o primeiro turno também concorreram ao pleito os candidatos Luiz Eduardo Cheida (PMDB), Márcia Lopes (PT), Valmor Venturini (PSOL) e Homero Barbosa Neto (PDT). Cheida, ex-prefeito de Londrina (1993-1996), apresentou quedas nas pesquisas eleitorais, enquanto que Márcia Lopes avançou nas pesquisas, ficando atrás apenas dos candidatos que disputaram o 2º turno. Venturini ficou na última posição durante todo o período eleitoral. Barbosa Neto, ex-prefeito (2009-2012), iniciou a campanha eleitoral com percentuais de intenção de voto na 2ª colocação, mas perdeu gradativamente esta vantagem durante o decorrer do período da campanha, pois no dia 30/07/2012 teve seu mandato cassado em sessão extraordinária ocorrida na Câmara Municipal e o jornal *Folha de Londrina* cobriu o escândalo da corrupção em sua gestão da prefeitura.

Dos quatro prefeitos que assumiram o posto entre 2009 e 2012, dois foram presidentes da Câmara Municipal, um foi preso e outro, cassado (Barbosa Neto). Londrina enfrentou crises políticas nos últimos anos, causando assim, quatro prefeitos em quatro anos. Antonio Belinati (PP) venceu as eleições de 2008, mas não assumiu o cargo porque teve o registro cassado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral). Enquanto uma nova eleição era realizada, assumiu interinamente o presidente da Câmara à época, José Roque Neto (PTB)<sup>3</sup>. Homero Barbosa Neto (PDT),

<sup>2</sup> Coligação Londrina Unida (PRB, PP, PTB, PSL, PSC, PR, DEM, PRTB, PHS, PMN, PSB, PRP, PSDB e PTdoB)

<sup>3</sup> A eleição suplementar aconteceu no dia 29 de março de 2009 com a vitória do pedetista. Esta foi a primeira vez que houve a necessidade de um novo segundo turno durante a eleição municipal para a prefeitura de Londrina (SOUZA; SOUZA, 2010).

que assumiu a prefeitura em maio de 2009 depois de uma eleição realizada para suprir o vácuo de poder na cidade, foi investigado pelo Ministério Público e acabou cassado no final de julho de 2012, acusado de pagar o serviço de vigilância da rádio da família com dinheiro público. O vice de Barbosa Neto que assumiu a prefeitura, José Joaquim Ribeiro (PSC), foi preso em 20 de setembro, acusado de ter recebido R\$ 150 mil em propinas de empresários em duas licitações públicas. No mesmo dia da prisão, Ribeiro renunciou e a administração ficou com Gerson Moraes de Araújo (PSDB), presidente do Legislativo, prefeito interino que repassou o cargo a Kireeff prefeito eleito nas eleições de 2012 (DIAS, 2013). Devido ao longo período conturbado da política local a visibilidade negativa é naturalmente esperada nos resultados da cobertura jornalística sobre a campanha eleitoral para prefeitura em 2012.

## **Procedimentos Metodológicos**

Para analisar a forma como o principal jornal da cidade fez a cobertura de uma eleição tão peculiar como a de 2012 em Londrina, a metodologia utilizada é empírica e quantitativa de coleta de dados por livros de códigos específicos para jornais impressos e permite identificar o número de citações dos candidatos nas matérias e valência para a candidatura, que pode ser positiva, negativa, neutra ou equilibrada, conforme demonstra o quadro 1, adiante.

Para a linha de cobertura utilizada pelo jornal foi aplicado o método de análise de conteúdo, no qual alguns tópicos de pesquisa são susceptíveis ao exame sistemático de documentos (BABBIE, 2003; BAUER, 2003). A avaliação das matérias jornalísticas é realizada por leitura de todos os cadernos dos jornais, visando a seleção de todo o material relacionado aos candidatos a prefeito de Londrina. A cobertura eleitoral apresentada nesta pesquisa foi realizada sobre

o jornal *Folha de Londrina* no período de 1º de agosto a 28 de outubro de 2012<sup>4</sup>.

**Quadro 1 - Categorias de valência para o texto**

TIPO	EXPLICAÇÃO
Positiva	Texto sobre ou com político abordando ações de sua iniciativa; auto declarações ou declarações de terceiros favoráveis (avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao político ou suas propostas de governo; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis.
Negativa	Texto que reproduz ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor ou de terceiros a respeito da atuação do político ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis.
Neutra	Agenda do político, citação sem avaliação moral, política ou pessoal. Simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação com respeito à posição do político.
Equilibrada	Texto que reproduz aspectos positivos e negativos do político com intensidades muito semelhantes, gerando equilíbrio de opiniões/abordagens contidas nas entradas.

Fonte: CPOP/UFPR (2012) e DOXA (2008).

A intenção desta análise é averiguar a valência (DOXA, 2008), atribuída aos candidatos citados nas notícias dos cadernos internos do jornal e qual o tipo de enquadramento (PORTO, 2001) aplicado nas reportagens<sup>5</sup>. A planilha de coleta de dados aplicada ao conteúdo diário de jornais consistiu em:

a) Verificar os formatos das notícias e os temas gerais e específicos de cada matéria.

b) Analisar a visibilidade. O número de citações ou de aparições do nome ou imagens dos candidatos em cada matéria. Essa variável possibilita identificar e quantificar o volume da cobertura do jornal para cada candidato.

<sup>4</sup> O autor agradece aos alunos pesquisadores do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública da Universidade Federal do Paraná (CPOP/UFPR), coordenado pelo professor Emerson Urizzi Cervi, e aos alunos pesquisadores de iniciação científica do Grupo de Pesquisa Os Meios de Comunicação e as Eleições (UNINTER), coordenado pelo professor Doacir Gonçalves de Quadros, os quais tornaram possível o acompanhamento da cobertura eleitoral dos jornais locais do Paraná em 2012.

<sup>5</sup> A aplicação para análise das notícias não é utilizada em todas as notícias, apenas nas que classificamos como Reportagens. então Chamadas de 1ª página, Fotos, Charges / Infográficos / Ilustrações, Colunas Assinadas, Artigos Assinados, Carta ao Leitor e Editorial são quantificadas na pesquisa, mas não são atribuídas com Enquadramentos.



c) Analisar a valência da matéria sobre cada candidato citado: positiva, negativa, equilibrada ou neutra. A publicação da agenda de campanha de dado candidato em uma matéria de acordo com essa variável permite classificar-se essa matéria como favorável à campanha do candidato – e, portanto, sua valência é positiva. Caso o conteúdo do material mostre-se não-favorável à campanha do candidato, a valência é negativa. São consideradas como equilibradas matérias que apresentem conteúdos com pesos relativamente proporcionais, onde há contraponto entre aspectos positivos e negativos do mesmo fato. E a valência neutra é designada às matérias em que não há citação sobre o candidato com avaliação moral, política ou pessoal do candidato (DOXA, 2008)<sup>6</sup>.

Para investigar como o jornal *Folha de Londrina* cobriu a eleição municipal de 2012 para prefeito em Londrina, uma terceira característica da cobertura jornalística analisada aqui será o enquadramento dos textos jornalísticos. A análise está fundamentada na literatura sobre enquadramentos (*framing*). O conceito pode ser utilizado para definir os “princípios de seleção, ênfase e apresentação” utilizados por jornalistas para organizar a realidade e o noticiário. Na cobertura de assuntos públicos, enquadramentos permitem aos jornalistas organizar e interpretar temas e eventos políticos de forma específica. Ao produzir o noticiário, jornalistas se fundamentam em discursos que estão presentes na esfera pública, todavia também contribuem com seus próprios enquadramentos (PORTO, 2001, p. 12).

Na análise de conteúdo do período eleitoral utilizamos quatro tipos de enquadramentos sugeridos por Mauro Porto (2001):

1) Enquadramento temático (*thematic frame*). O termo designa os padrões interpretativos que enfatizam as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha. A ênfase das notícias que adotam este ponto de vista está nas plataformas e programas representados pelos diferentes candidatos;

<sup>6</sup> A aplicação para análise de Valência para a Candidatura é atribuída em todos os tipos de matéria coletadas nesta pesquisa, em que algum candidato a prefeito é citado.

2) Enquadramento “corrida de cavalos” (*horse race frame*). Este enquadramento concebe a evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos. A ênfase está em quem está crescendo ou quem está ficando para trás e, portanto, nos resultados das pesquisas de intenção de voto e nas estratégias de campanhas dos candidatos;

3) Enquadramento centrado na personalidade. Este enquadramento se refere às notícias que enfatizam as características e a vida pessoal dos candidatos e outros atores, incluindo as descrições das suas habilidades e qualidades e a reação dos eleitores a eles ou a elas enquanto pessoas;

4) Enquadramento episódico. Neste tipo de cobertura, jornalistas basicamente se restringem a relatar os últimos acontecimentos sem a utilização dos enfoques que caracterizam os demais tipos de enquadramentos (PORTO, 2001). Estas quatro categorias de enquadramento são utilizadas para analisar a cobertura da *Folha de Londrina* sobre a eleição municipal de 2012.

A hipótese de tratamento dos candidatos pelo jornal na disputa de 2012 divide-se entre uma possível cobertura convencional, com os candidatos mais bem colocados nas pesquisas de intenção de voto recebendo maior atenção do jornal, ou uma cobertura específica, com os candidatos envolvidos em corrupção ganhando mais espaço no jornal. Essa hipótese pode ser sumarizada no quadro que segue.

**Quadro 2 - Categorias de valência para o texto**

CANDIDATO	COBERTURA TÍPICA			COBERTURA ESPECÍFICA		
	VOLUME	VALÊNCIA	ENQUAD.	VOLUME	VALÊNCIA	ENQUAD.
Kireeff	Baixa	Neutra	Episódica	Baixa	Neutr	Episódica
Barbosa	Alta	Neutra	Episódica	Alta	Negativa	Temática
Belinatti	Alta	Positiva	Episódica	Alta	Negativa	Temática
Cheida	Média	Neutra	Episódica	Média	Neutra	Episódica
Márcia Lopes	Média	Neutra	Episódica	Média	Neutra	Episódica

Fonte: CPOP/UFPR e Grupo Os Meios de Comunicação e as Eleições (Uninter).

Percebe-se que a mudança em função do ambiente de denúncias de corrupção na prefeitura se daria principalmente entre os candidatos Barbosa Neto e Belinatti, pois um era prefeito e outro vereador, ambos teriam maior visibilidade negativa em uma cobertura predominantemente pelo viés dos atos de corrupção. Como eles também eram os de maior intenção de voto ao longo da disputa teriam a maior cobertura também no modelo típico, porém, com valência neutra e não negativa. A próxima seção apresenta parte dos resultados empíricos da coleta e análise da cobertura do período eleitoral do jornal *Folha de Londrina*.

### **A cobertura eleitoral da *Folha de Londrina* em 2012**

A cobertura eleitoral da *Folha de Londrina* de 2012 apresentou um total de 276 notícias nos cadernos internos do jornal impresso durante o período, com 89 edições entre os dias de 01-08-2012 e 28-10-2012, em matérias que citaram pelo menos um candidato à prefeitura de Londrina. Esta cobertura jornalística sobre as eleições apresenta números, de certa forma, correspondentes a última cobertura das eleições de 2010, em que a *Folha de Londrina* apresentou 295 notícias no período de julho a outubro (SANTOS; QUADROS, 2012), onde o acompanhamento sobre as eleições foi para as campanhas de presidente e de governador do Paraná.

Todo jornal quando alcança o leitor é o resultado de uma série completa de seleções sobre que itens e em que posições devem ser publicados, quanto espaço cada estória deve ocupar, que ênfase deve ter (LIPPMANN, 2010, p. 301).

Um aspecto importante da cobertura da *Folha de Londrina* é quanto ao formato das notícias que predominou no período do acompanhamento. O formato das notícias permite classificarmos como informativa ou opinativa a linha adotada pelo jornal. Ao todo foram registradas 147 Reportagens, que correspondem a 53,26% do total de matérias que citam candidatos à prefeitura de Londri-

na, durante a campanha eleitoral, conforme a tabela 1.

**Tabela 1 - Formato das notícias da cobertura eleitoral de 2012 da Folha de Londrina (1º de agosto a 28 de outubro)**

Formato	Frequência	%
Chamada de 1ª página	27	9,78
Reportagem	147	53,26
Charge/Infográfico/Ilustração	2	0,72
Foto	13	4,71
Coluna Assinada	65	23,55
Editorial	10	3,62
Carta do leitor	12	4,35
Total	276	100

Fonte: CPOP/UFPR e Grupo Os Meios de Comunicação e as Eleições (Uninter).

Como na metodologia aplicada a esta pesquisa os enquadramentos são utilizados apenas em Reportagens, então consideramos pertinente uma análise sobre qual tipo de enquadramento predominou na *Folha de Londrina*. O formato Reportagem é de característica informativa, enquanto que os formatos Coluna Assinada, Editorial e Carta do leitor tem características opinativas. A *Folha de Londrina* apresentou matérias com características opinativas em menor proporção às Reportagens (53,26%), pois os percentuais somados de 23,55% para Coluna Assinada, 3,62% para Editorial e 4,35% para Carta do leitor, correspondem a 33,52% das matérias, que demonstra uma linha mais informativa do que opinativa da cobertura jornalística da *Folha de Londrina*.

Com relação ao conteúdo dos cadernos da *Folha de Londrina*, iniciamos com a identificação do tema geral atribuído às matérias em que os candidatos à prefeitura de Londrina foram citados durante a cobertura eleitoral de 2012, pelo menos uma vez em notícia ou imagem. O que podemos observar, na tabela 2, são as altas frequências de notícias dos temas Campanha Eleitoral, com 134 notícias selecionadas, que representam 48,55% das notícias e o tema Político-institucional

com a aparição de 121 frequências (43,84%). A soma destes dois temas gerais totaliza 255 frequências, ou seja, 92,39 % das notícias em que os candidatos foram citados durante o período eleitoral. Também é preciso notar que em 13 frequências (4,71%) o tema geral identificado foi o Ético-moral, que envolve assuntos de valores abordando corrupção.

**Tabela 2 - Distribuição das frequências de tema geral da Folha de Londrina na cobertura eleitoral de 2012**

<b>Formato</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Campanha Eleitoral	134	48,55
Político-institucional	121	43,84
Economia	1	0,36
Infraestrutura e meio	4	1,45
Ético-moral	13	4,71
Cultura e variedades	1	0,36
Outros	2	0,72
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

Fonte: CPOP/UFPR e Grupo Os Meios de Comunicação e as Eleições (Uninter).

Após verificarmos quais temas gerais tiveram mais frequências nas matérias selecionadas da *Folha de Londrina*, abordamos a distribuição de temas específicos sobre a cobertura eleitoral identificando assim quais os temas com mais cobertura durante a campanha eleitoral. Se no acompanhamento da cobertura foi possível identificar que as notícias em que os candidatos foram citados predominaram os temas gerais de Campanha Eleitoral e Político-institucional, podemos analisar de forma minuciosa qual o direcionamento da cobertura por temas específicos, que foram distribuídos na cobertura jornalística da *Folha de Londrina* no período eleitoral de 2012, conforme a tabela 3.

**Tabela 3 - Distribuição das frequências de tema específico da Folha de Londrina na cobertura eleitoral de 2012**

<b>Tema específico</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Campanha para prefeito - organização e fatos da campanha	98	35,51
Governo Municipal	53	19,2
Corrida Eleitoral - pesquisas	39	14,13
Poder Judiciário Geral	26	9,42
Justiça Eleitoral - TRE - TSE	21	7,61
Campanha para vereador - organização e fatos da campanha	13	4,71
Corrupção e má gestão do dinheiro público	13	4,71
Política econômica - crescimento, planejamento, incentivo	2	0,72
Bairro	2	0,72
Outro	2	0,72
Governo Federal	1	0,36
Câmara Federal e Senado	1	0,36
Assembleia Estadual	1	0,36
Partido ou instituições políticas	1	0,36
Obras	1	0,36
Transporte - infraestrutura urbana	1	0,36
Política de incentivo à atividade cultural	1	0,36
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

Fonte: CPOP/UFPR e Grupo Os Meios de Comunicação e as Eleições (Uninter).

Os temas específicos das notícias na cobertura apresentaram as seguintes distribuições: I – relacionadas à campanha eleitoral, onde agregamos Corrida eleitoral – pesquisas (14,13%), Campanha para prefeito - organização e fatos da campanha (35,51%) e Campanha para vereador - organização e fatos da campanha (4,71%). Estes temas totalizam 54,35% das notícias em que houve citação de pelo menos um candidato a prefeito de Londrina no período eleitoral de 2012; II – relacionadas à prefeitura de Londrina, onde selecionamos o tema específico sobre o Governo Municipal (19,20%); III – relacionadas ao Judiciário, onde agregamos Poder Judiciário Geral (9,42%), Justiça Eleitoral - TRE – TSE (7,61%), e Corrupção e má gestão do dinheiro público (4,71%), que somados representam 21,74% das frequências de tema específico. É importante observarmos que estes temas não são diretamente ligados à campanha eleitoral, mas fazem parte do cenário eleitoral

de 2012. Pois neste período o candidato Homero Barbosa Neto (PDT) vinha sendo investigado pelo Ministério Público e foi cassado o seu mandato pela Câmara Municipal.

Como a *Folha de Londrina* utilizou os enquadramentos sobre a campanha de 2012? Já verificamos que o formato Reportagem foi o mais utilizado pela *Folha de Londrina*. Estas reportagens têm quatro classificações de enquadramentos, conforme a tabela 4. O enquadramento Corrida de Cavalos está relacionado à corrida dos candidatos nas campanhas eleitorais e as pesquisas de intenções de voto. Todavia, a *Folha de Londrina* aplicou apenas 8 entradas (5,44% dos enquadramentos), especificamente, sobre este enquadramento, do total de 147 reportagens. O enquadramento que predominou durante a cobertura foi o Episódico, com 104 entradas (37,68% dos enquadramentos), que nas notícias tem como característica informar os últimos fatos, os quais não são necessariamente relacionados à campanha eleitoral.

**Tabela 4 - Enquadramentos aplicados às reportagens na Folha de Londrina durante a cobertura eleitoral de 2012 (1º de agosto a 28 de outubro)**

Enquadramento	Frequência	%
Corrida de Cavalos	8	5,44
Personalista	26	17,69
Temático	9	6,12
Episódico	104	70,75
Total	147	100

Fonte: CPOP/UFPR e Grupo Os Meios de Comunicação e as Eleições (Uninter).

Quanto à visibilidade que a *Folha de Londrina* proporcionou aos candidatos na campanha eleitoral de 2012 a quantificação foi realizada da seguinte forma: identificamos 276 notícias sobre campanha eleitoral que cite um dos candidatos a prefeitura de Londrina. Destas 276 notícias identificamos 599 citações (entradas) distribuídas entre os candidatos ao longo do período eleitoral acompanhado. Ou

seja, em uma notícia podemos ter mais de uma citação de vários candidatos.

Então, conforme a tabela 5 a seguir, a visibilidade dos candidatos foi a seguinte: Cheida (PMDB) 68 citações; Marcia Lopes (PT) 65 citações; Alexandre Kireeff (PSD) 97 citações; Marcelo Belinati (PP) 125 citações; e Barbosa Neto (PDT) com 191 citações. Todavia, é importante observar a atribuição de valência sobre a visibilidade de cada candidato, pois um volume de citações com predominância negativa pode ter impactos significantes sobre a visibilidade dos candidatos.

**Tabela 5 - Visibilidade e valência para as candidaturas na Folha de Londrina durante a cobertura eleitoral de 2012 (1º de agosto a 28 de outubro)**

Valência		Candidato					
		Luiz Eduardo Cheida (PMDB)	Marcia Lopes (PT)	Alexandre Kireeff (PSD)	Marcelo Belinati (PP)	Barbosa Neto (PDT)	Valmor Venturini (PSOL)
<b>Positiva</b>	Freq.	18	16	17	30	12	8
	%	26,50%	24,60%	17,50%	24%	6,30%	15,10%
<b>Negativa</b>	Freq.	5	0	2	9	100	2
	%	7,40%	0	2,10%	7,20%	52,40%	3,80%
<b>Neutra</b>	Freq.	43	47	71	77	76	42
	%	63,20%	72,30%	73,20%	61,60%	39,80%	79,30%
<b>Equilibrada</b>	Freq.	2	2	7	9	3	1
	%	2,90%	3,10%	7,20%	7,20%	1,60%	1,90%
<b>Total</b>	Freq.	68	65	97	125	191	53
	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: CPOP/UFPR e Grupo Os Meios de Comunicação e as Eleições (Uninter).

Devido ao fato do candidato e ex-prefeito Barbosa Neto (PDT) ter enfrentado concomitantemente o período de campanha eleitoral e o processo de cassação de seu mandato a sua visibilidade foi constante e de maior volume que os demais candidatos. Barbosa Neto teve uma cobertura com visibilidade negativa em uma intensidade de volume muito superior aos demais candidatos, pois 52,4% de suas citações apresentaram valência negativa. Se comparamos este percentual com os dois candidatos que avançaram ao segundo turno podemos destacar uma notável

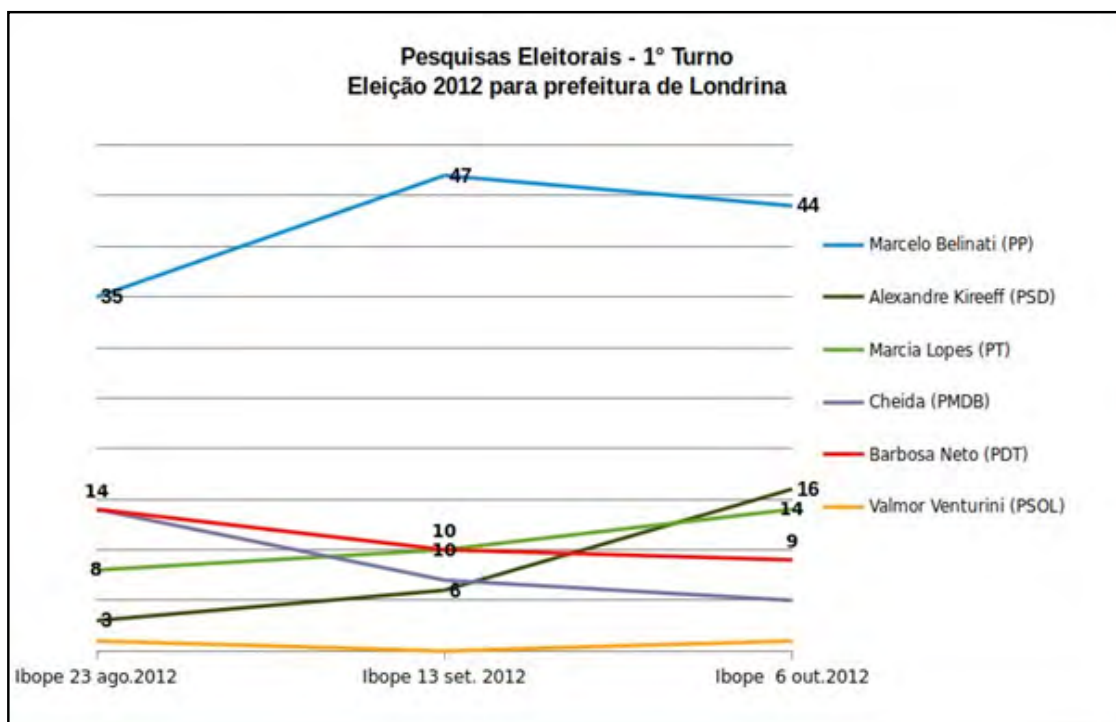


diferença, pois Alexandre Kireeff (PSD) teve uma cobertura de 2,1% negativa, enquanto que Marcelo Belinati (PP) 7,2%. Vale destacar que Marcelo Belinati é sobrinho de Antonio Belinati, ex-prefeito de Londrina, que também já passou por processo de cassação de mandato, então considerando a comparação com a visibilidade negativa de Barbosa Neto, verifica-se que foi uma visibilidade negativa de pouco volume atribuída a Marcelo Belinati.

Esta visibilidade negativa dos candidatos pode ser comparada com as pesquisas de opinião para análise da rejeição dos candidatos nas intenções de voto. Com isso verificamos se a visibilidade negativa no jornal tem referência com a rejeição dos candidatos. O que constatamos é que Barbosa Neto ao final do primeiro turno de 2012 apresentou 49% de rejeição, um índice muito elevado ao comparar com Marcelo Belinati, com 19% de rejeição, o segundo candidato com maior índice de rejeição. A relação de visibilidade negativa com a rejeição do candidato foi correspondente também para Alexandre Kireeff, pois sua visibilidade negativa foi baixa no jornal, de 2,1%, e o percentual de rejeição foi o menor apresentado entre os candidatos a prefeito de Londrina, com apenas 8% de rejeição por parte dos eleitores.

Não é apenas a visibilidade negativa de Barbosa Neto (PDT) e seu alto índice de rejeição que podemos destacar no período eleitoral, pois as pesquisas de intenção de voto demonstraram uma redução durante a campanha para Barbosa Neto, enquanto que os candidatos Alexandre Kireeff (PSD) e Marcia Lopes (PT) apresentaram percentuais de intenção de voto ascendente no mesmo período, conforme demonstra o Gráfico 1. De acordo com as pesquisas do Ibope os percentuais das intenções de voto para Barbosa Neto estavam em 14% em agosto e reduziram para 10% e depois 9% nos meses de setembro e outubro. Ou seja, a intenção de voto para Barbosa Neto teve redução progressiva, alta rejeição e alta visibilidade negativa no principal jornal impresso de Londrina.

**Gráfico 1 – Pesquisa de intenção de votos estimulada para prefeito de Londrina em 2012 (Quando o eleitor escolhe entre os nomes apresentados pelo pesquisador)**



Fonte: IBOPE (2012).

Barbosa Neto teve a maior visibilidade na *Folha de Londrina* com 191 citações, bem acima de Marcelo Belinati (125 citações) e Alexandre Kireeff (97 citações). Embora Barbosa Neto tenha apresentado a maior visibilidade no jornal, este também apresentou a maior visibilidade com valência negativa, com 52% das citações. Isto é muito significativo, pois os outros candidatos (Belinati e Cheida) que apresentaram maior valência negativa tiveram, no máximo, cerca de 7% de valência negativa. Este fato, em primeiro lugar pode ajudar a explicar a aplicação dos enquadramentos da *Folha de Londrina* ser majoritariamente Episódicos e minoritariamente de Corrida de Cavalos ou Temáticos, pois os temas da cobertura sobre Barbosa Neto dividem-se entre campanha eleitoral e a instabilidade política na prefeitura iniciada em sua gestão. Também pode explicar em parte o fato do candidato Barbosa Neto ter uma redução de 14% de intenções de voto para 9%.

Isso demonstra que a linha da *Folha de Londrina* não priorizou a cobertura sobre os candidatos com preferência de intenção de voto entre os eleitores, mas optou por informar os leitores/eleitores sobre as denúncias da má gestão anterior da prefeitura.

### **Considerações finais**

Este trabalho teve a proposta de identificar a visibilidade dada aos candidatos à prefeitura de Londrina nas eleições de 2012, pela *Folha de Londrina*. O ano de 2012 apresentou um contexto político bem peculiar no período eleitoral, pois a campanha eleitoral ocorreu logo após a investigação e cassação do ex-prefeito Barbosa Neto, com problemas oriundos já do resultado das eleições de 2008 e da gestão da prefeitura. Um dos resultados da instabilidade política pode ser percebido na visibilidade atribuída sobre o político Barbosa Neto (ex-prefeito) com um percentual negativo de citações em notícias muito alto com relação às citações de valência positiva e superior aos de valência neutra, enquanto os outros candidatos tiveram uma visibilidade que prevaleceu como neutra. Em uma cobertura eleitoral típica espera-se que a visibilidade dos candidatos seja de certa forma correspondente às pesquisas de intenção de voto, ou seja, os candidatos que lideram a corrida eleitoral teriam mais visibilidade no jornal e que a valência atribuída aos candidatos predomine como neutra (conforme demonstrado anteriormente no quadro 2).

Nesta eleição municipal de 2012 em Londrina podemos identificar uma cobertura atípica, em função das denúncias de corrupção. Todavia, Barbosa Neto foi o candidato à reeleição como prefeito e espera-se maior visibilidade nestes casos. Então, em relação às valências é onde se comprova a especificidade dessa cobertura da *Folha de Londrina*, pois ao contrário do padrão geral o candidato à reeleição recebeu maior parte de negativa. Todos os demais candidatos receberam valência predominantemente neutra. Consideramos importante este resultado, pois demonstra que o conteúdo jornalístico não foi apenas eleitoral, mas também sobre

os aspectos negativos sobre denúncias de corrupção, que permite identificar quais as prioridades da cobertura jornalística durante o período eleitoral do jornal *Folha de Londrina*.

Os resultados da análise da *Folha de Londrina* em 2012 revelaram o domínio de dois enquadramentos: Episódico e Personalista. Este padrão nos remete à distinção de duas questões sobre a cobertura eleitoral. A primeira é com relação a priorizar os atores individuais e os últimos acontecimentos no período da campanha eleitoral, ou seja, não são necessariamente aspectos primordiais da campanha. A segunda questão é com relação a baixa frequência de enquadramentos Temáticos e de Corrida de Cavalos, os quais são mais relacionados com a campanha eleitoral, as pesquisas e as propostas dos candidatos. Então verificamos que a cobertura jornalística da *Folha de Londrina* não priorizou os aspectos propositivos da campanha eleitoral. Este resultado é importante para esta pesquisa, pois demonstra que o leitor deste jornal teve poucas informações sobre os seus candidatos para uma possível avaliação da disputa eleitoral.

Ao final da análise do acompanhamento eleitoral da *Folha de Londrina* em 2012 podemos compreender que a abordagem durante um período eleitoral pode não ser priorizado pelo fato de se tratar de uma campanha eleitoral, mas pelo conteúdo produzido devido ao momento político local, ou a um determinado momento político de cada candidato, fato este com bastante destaque neste pleito.

## Referências bibliográficas

- BABBIE, E. *Métodos de pesquisa de Survey*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M.; GASKEL, G. (Org.) *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes, 2003. p.189-217.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2014.
- CÉSAR, R. C. E. et al. Um jeito novo de fazer política: o caso das eleições municipais de Londrina. *Geografia*, v. 11, nº 2, p. 229-239, 2002.
- COMELI, L. *Dois minutos com João Milanez na CBN Londrina*. Londrina: CBN Londrina, 2008.
- DIAS, E. Prefeito de Londrina assume com promessa de resgatar credibilidade política. *Cotidiano*. Folha de São Paulo, 1 jan. 2013.
- DOXA – Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. *Eleições 2008*. Rio de Janeiro, RJ: 2008. Disponível em <<http://doxa.iesp.uerj.br/cobertura-jornalistica/>>. Acesso em 24 abr. 2016.
- FERREIRA, E. Em Londrina, vitória do ‘não político’. *Folha de Londrina*. 29 out. 2012. Londrina. Caderno Especial Eleições 2012, p. 1-2.
- IBOPE. *Pesquisas Eleitorais*. Pesquisas realizadas em 23 de agosto e seis de outubro de 2012.
- LIMA, V. A. de. *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006.
- LIPPMANN, W. *Opinião Pública*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2010.
- NOGUEIRA, H. F. Imprensa e ideologia: o jornal Folha de Londrina e os conflitos entre proprietários e trabalhadores rurais em Londrina e região na década de 50. *Revista Mediações*, v. 4, nº 2, p. 7-18, 1999.
- OLIVEIRA FILHA, E. A. *Planejamento de uma cobertura: como os jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina se preparam para cobrir a eleição para o governo do Paraná em 2002*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Computação, 28., 2005. Rio de Janeiro, *Anais...* Rio de Janeiro: Congresso Brasileiro de Ciências da Computação, 2005.
- PORTO, M. P. A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo. *Cadernos do CEAM*, v. 2, nº 6, p. 11-32, 2001.
- RODRIGO ALSINA, M. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- RUBIM, A. A. C. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker, 2000.
- SANTOS, R. M.; QUADROS, D. G. Jornal impresso e eleições: um panorama da cobertura dos jornais Gazeta do Povo, O Estado do Paraná e Folha de Londrina, sobre as Eleições 2010

para Governador do Paraná. In: Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 13., 2012. Chapecó, *Anais...* Chapecó: Intercom, p. 1-19, 2012.

SEVERO, A. K. S.; FAUSTO NETO, A. Um olhar sobre três jornais paranaenses e suas relações de comunicação, consumo e práticas sociais. *Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*, v. 3, nº 2, 2009.

SILVEIRA, F. A. *Imprensa e política - o caso Belinati*. In: Simpósio Lutas Sociais na América Latina, 1., 2006. Londrina, *Anais...* Londrina: Grupo de Estudos Políticos da América Latina, 2006.

SOUZA, F. N.; SOUZA, T. B. *O silêncio dos telejornais nas eleições municipais: um estudo da cobertura do telejornalismo no 3º Turno em Londrina*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 33., 2010. Caxias do Sul, *Anais...* Caxias do Sul: Intercom, 2010.

THOMPSON, J. B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2009.

## CAPÍTULO IX

# PERSPECTIVAS PARA O JORNALISMO POLÍTICO

Francisco Paulo Jamil Marques  
Emerson Urizzi Cervi  
Michele Goulart Massuchin

O modelo de Jornalismo comercial que ganhou projeção em países ocidentais a partir do fim do século XIX se opunha, em princípio, ao modelo de comunicação oficial do Estado. Assim, a atividade jornalística desenvolveu-se, naquela época, como uma opção das elites econômicas e sociais às informações transmitidas pelos meios estatais (ZELIZER, 2004) ou partidários. As iniciativas de então buscavam conferir maior independência em relação aos agentes e instituições do Estado. Isso não significa, contudo, que o modelo que surgia era predominantemente comercial ou que buscava alcançar o maior volume possível do público; na verdade, a atividade jornalística nascente tinha o objetivo de reproduzir a visão de mundo da elite econômica, que financiava o sistema. Dessa forma, os diferentes jornais representavam distintas visões de mundo presentes na elite intelectual, social e econômica do período (PARK, 2008).

Ao contrário do que predominava em diferentes países do Ocidente pelo menos até o século XIX – quando os partidos políticos sustentavam os

impressos de maior prestígio, instrumentalizando tais materiais a fim de arregimentar simpatizantes que neles encontravam uma fonte de referência ideológica (MANIN, 1997) –, as primeiras décadas do século XX testemunharam o florescimento de um Jornalismo comercial disposto a exercer, pelo menos em princípio, o papel de “cão de guarda”, auto atribuindo-se “una imagen de imparcialidad, de independencia ante todo tipo de poder” (ARMAÑANZAS; NOCÍ, 1996, p. 95).

Na transição do século XIX para o XX e, de forma mais acelerada, após a Segunda Guerra Mundial, duas transformações provocam profundas mudanças no padrão de Jornalismo ocidental. A primeira delas se refere à acelerada evolução tecnológica no campo da impressão e, em especial, das imagens fotográficas. Os periódicos ficaram mais próximos de um formato comercial, menos “pesados” em termos de gramática visual. Além disso, houve uma “proletarização” da sociedade, transferindo parte da renda que até o século anterior estava concentrada nas elites. Esse processo gerou condições materiais para que novos segmentos da audiência pudessem comprar seus jornais com regularidade, alterando o perfil de financiamento do sistema.

Essas duas mudanças – tecnológica e social – explicam o surgimento do modelo comercial de Jornalismo no século XX. Ao contrário do anterior, o novo modelo pretendia representar as visões de mundo da maior parte da população, da massa. Por serem financiados pelo público (via compra de exemplares) ou pelo mercado (via espaço publicitário), definiam-se como jornais imparciais e independentes ideologicamente. Do ponto de vista formal, criam-se modelos preferenciais de técnica jornalística para tornar a informação mais compreensível para o maior número de pessoas. São incorporados elementos populares – como imagens, desenhos, histórias em quadrinhos e outros – para se aproximar do mercado.

Neste contexto, acentuou-se o papel do Jornalismo enquanto agente res-



ponsável por complexificar e fragmentar as noções de opinião pública e de esfera pública (HABERMAS, 1984), uma vez que as seções noticiosa e editorial dos mais prestigiados periódicos passaram a servir de espaço para a veiculação de opiniões publicadas. Ou seja, posicionamentos publicamente disponíveis e dispostos a obter adesão por parte da audiência.

É assim que se foi construindo a perspectiva de que os *media*, em lugar de meros instrumentos, também assumiram a função de agentes sociais com influência, por exemplo, no campo político. De acordo com Eberwein et al. (2015, p. 2),

The news media as well as the entertainment media adapt the role of political actors when [...] They try to change the beliefs of mass and/or elite audiences by voicing specific partisan opinions, by expressing the interests of societal groups, or by the endorsement of some candidate, party, or issue.

Sem demora, o diagnóstico de que o Jornalismo atua como agente interessado no jogo político veio acompanhado da reivindicação de que a atividade se mostre *accountable*. Ou seja, ao atribuir a si mesmo o papel de defensor do interesse público (sentindo-se autorizado, inclusive, a pressionar agentes representativos que foram chancelados pelo voto), a atividade jornalística atraiu um conjunto de críticos a se ressentirem do fato de que o exercício de controle da esfera de visibilidade pública resistia a adotar critérios de qualidade ou se mostrarem abertos à crítica social. Conforme Ettema (2007, p. 145),

(...) the concept of accountability within a system of morally sensitive language that suggests standards of performance for journalism when it attempts to function not only as a resource for citizen education but also as a social institution seeking the accountability of other institutions.

Além de gerar oportunidades para se manter aberto a críticas e a prestar

contas acerca de seus métodos de atuação e interesses, outra necessidade apontada nos estudos mais recentes sobre “media performance” (McQUAIL, 2015) refere-se à ideia de pluralidade. Isto é, partindo-se da discussão já consensual entre autores da área de Teorias do Jornalismo de que a noção de imparcialidade se mostra impossível – Barros Filho (2008), aliás, discute se, além de impossível, ela é desejável ou não –, o objetivo passa a ser a defesa de uma maior variedade de vozes e perspectivas nos materiais jornalísticos, algo que a liberdade de concorrência de mercado tem dificuldades em alcançar (MIGUEL, 2002). Para Eugenio Bucci:

A partir da década de 1980 e, de modo mais acentuado, a partir dos anos 1990, grupos econômicos que antes exploravam apenas o entretenimento começaram a fundir-se com outros antes dedicados ao Jornalismo. Um marco dessa tendência foi a fusão da *Time* (empresa jornalística) com a *Warner* (entretenimento). O Jornalismo, pouco a pouco, foi mudando de lugar: o que antes eram empresas independentes começou a se transformar em departamentos no interior dos grandes conglomerados da mídia (BUCCI, 2008, p. 118).

Tomando-se como referência a transição do século XX para o XXI, percebe-se que uma nova mudança tecnológica gera uma crise estrutural no sistema de financiamento da imprensa comercial (SCHUDSON, 1978). Por conta da disponibilidade de espaços que concorrem com os jornais impressos (resultado da popularização da internet na última década do século XX), a atenção do público foi redirecionada. Com isso, os anunciantes do mercado também mudaram suas estratégias. A única alternativa para os jornais impressos (até então hegemônicos) foi acompanhar as mudanças – seja institucionalmente, migrando seus conteúdos para dentro da internet, seja em termos de formatos –, aproximando o trabalho da produção de notícias de um estilo mais leve e parecido com outros conteúdos não jornalísticos que circulam nos meios digitais.

É basicamente a mesma crise estrutural que fez surgir os jornais não-estatais (oficiais/imperiais) no século XIX que agora reaproxima os jornais de gru-

pos de interesse, afastando-os do modelo comercial, que atingia um público mais amplo. Nesse sentido, cada vez mais, os jornais – não apenas brasileiros – têm procurado formas de atrair novos interessados e de fidelizar a audiência, apresentando conteúdos mais próximos daquilo que Chagas (2016) explora a partir do conceito de tabloidização. Os *quality papers*, que possuíam uma cobertura mais voltada para as *hardnews*, agora trazem elementos do Jornalismo popular e sensacionalista, além da produção constante de notícias sobre a vida privada e sobre celebridades.

Uma continuidade verificada nesse novo cenário, no entanto, é que o público segue em busca de *gatekeepers* que ajudem a organizar o debate acerca daquilo que é considerado socialmente relevante. Porém, aponta-se que essa organização não é mais exclusividade do sistema jornalístico (FONTCUBERTA, 1986), tendo a prática do *gatewatching* ganhado cada vez mais evidência (BURNS, 2010). A produção de conteúdos passa a ser multifacetada, estando parcialmente, inclusive, sob a responsabilidade do próprio público. A comunicação digital criou, assim, um concorrente para os jornalistas. As redes sociais digitais, por exemplo, acirraram ainda mais a disputa pela atenção do público, criando um efeito de saturação de conteúdos (DADER, 2007). Além de não deter mais a exclusividade sobre a produção de conteúdo, o Jornalismo precisa enfrentar o excesso de conteúdo sobre temas semipúblicos ou privados, que não contribuem para o debate público. Nessas primeiras décadas do século XXI, os jornais aproximaram seus conteúdos das novas demandas da audiência e tornaram-se cada vez menos distinguíveis dos conteúdos não-jornalísticos.

Essa busca por atingir a demanda está relacionada à ação estratégica dos periódicos de aliar o aumento do tráfego de usuários – potenciais leitores – com as receitas das empresas jornalísticas, no caso dos veículos online, tais como portais de notícia, por exemplo (HONG, 2012). Diferentes estudos dedicados a acompanhar a produção jornalística têm verificado, a partir de pesquisas empíri-

cas, como esse processo se dá em jornais de referência em diferentes abrangências. Tanto Massuchin e Carvalho (2016), que observam o cenário brasileiro dos *quality papers* nacionais e regionais, quanto Garcia-Avilés (2007), que analisa a televisão em países europeus, mostram como tem sido recorrente a incidência de notícias sobre celebridades, entretenimento e esportes dentro do conteúdo informativo.

### **Jornalismo e opinião pública**

Consequentemente, as mudanças estruturais no sistema de comunicação e no campo jornalístico, especificamente, têm efeitos sobre a forma como a opinião pública modela o debate de temas de interesse comum (POLETTI; BRANTS, 2010). O debate público do século XXI volta a ser tão beligerante quanto ao do século XIX, principalmente quando se observa espaços em que há polarização do debate. As páginas dos jornais nas redes sociais, por exemplo, podem servir como *proxy* para entender parte do debate público, ainda que com suas limitações. Neste ambiente, com leitores com ideologias e referências distintas, cria-se um espaço polarizado e com poucas condições para o debate. Algumas investigações sobre conversação nas redes sociais dos jornais mostram a evidência desse fenômeno (AMOSSY, 2011) e indicam esse contexto que, por vezes, se afasta dos ideais normativos do debate público.

Nesse sentido, trata-se, em certa medida, de um retorno ao modelo de Jornalismo anterior ao comercial. Porém, com a diferença de que, no século XIX, os grupos sociais, as chamadas minorias, começavam a pressionar o Estado e a elite cultural a aceitá-las como integrantes legítimas do rol de cidadãos. E o Jornalismo em transição fez o papel de legitimador da inclusão de trabalhadores, mulheres, minorias étnicas, estrangeiros e outras, principalmente a partir dos periódicos das grandes cidades do período. Falando sobre a abordagem que o

jornalista e sociólogo norte-americano Robert Park faz desse tema, Conde (2000, p. 249) relembra que

(...) Park afirma que em 1920 se hablaban en todo el país 43 o 44 lenguas y dialectos extranjeros. La integración social de estas masas de recién llegados en la sociedad y estilo de vida constituyó una de las grandes preocupaciones del gobierno americano y de las instituciones sociales, públicas y privadas de las dos primeras décadas del siglo XX.

Agora, as redes sociais, por exemplo, concorrentes e delimitadores do Jornalismo, agem como uma espécie de segunda tela, onde são expressas as opiniões mais radicais, algumas vezes até deslocadas do objeto do debate na “primeira tela” (LOWREY, 2006). Um exemplo deste deslocamento são os comentários que quase nunca dialogam diretamente com o conteúdo das postagens.

A tecnologia de comunicação digital passou a permitir que, na prática, além de o Jornalismo concorrer com conteúdos de outras fontes, eles sejam editados, enviesados ou distorcidos pelos próprios usuários – que, em geral, têm uma visão limitada e parcial dos fenômenos sociais. Esse processo gera um aprofundamento da radicalização e da instabilidade de posições no debate público (NOELLE-NEUMAN, 1979). Quanto mais conectados os integrantes do público, menor o impacto dos meios jornalísticos tradicionais e mais afastamento do ponto médio por conta do reforço da visão individual sobre todos os temas. A questão que se apresenta agora é: esse enfraquecimento do Jornalismo comercial tem como efeito um debate público mais polarizado? No modelo anterior, o Jornalismo privilegiava a emissão de posições majoritárias, mais centrais e que ao invés de radicalizar, buscava o consenso. Os que pensavam de forma diferente não tinham meios para se manifestar. Sempre existiram posições dissonantes, porém, elas não tinham visibilidade pública.

A partir da nova configuração do Jornalismo, o debate público também

sofre alterações. Os emissores se aproximam dos polos extremos e a maioria aparente de antes se dissolve (NORRIS, 2001). Sem posições majoritárias, os portadores de todas as opiniões, inclusive minoritárias, utilizam os meios disponíveis para se manifestar. Isso leva a uma maior volatilidade dos atores com posições mais centrais, atraídos pelos discursos extremistas e que não contam com veículos de referência para buscar informações. Sem o Jornalismo identificado pela busca de isenção na transmissão de informações, os debatedores usam cada vez mais suas próprias experiências prévias para sustentar suas posições.

Por outro lado, entre os produtores de notícias, em termos normativos, o jornalista pode ser um representante da sociedade frente ao Estado ou do Estado frente à sociedade. No entanto, o trabalho de representação social do jornalista depende de uma série de constrangimentos institucionais, tecnológicos e até mesmo econômicos, como apontam Shoemaker e Vos (2009), quando expõem a teoria do *gatekeeping* e os inúmeros fatores que impactam na produção das notícias. Para tentar superar as limitações atuais, o Jornalismo contemporâneo se transformou em uma espécie de Jornalismo “de espera e captura”, já que o Jornalismo investigativo, de rua, mostra-se cada vez mais inviável economicamente.

Em todas as suas fases, o Jornalismo sempre foi de distintas formas, um simplificador da complexidade do mundo real. Ele nunca conseguiu espelhar a realidade, mas sim criar uma nova, mais simples e direta, para ser transmitida na forma de notícias. Como argumentava Tuchman (1999), o Jornalismo é feito de “estórias”. E, neste contexto, uma das características do Jornalismo de espera é que ele simplifica mais do que os modelos anteriores. E a explicação para isso é que ele precisa concorrer com outras fontes de informação não jornalísticas disponíveis ao público geral.

Esse formato de Jornalismo de espera tende a confundir a política das coisas com as coisas da política. Para cumprir sua função social, espera-se que o Jornalismo trate predominantemente da política das coisas. É a política das

coisas que importa para o debate público. A partir dela, são apresentados os principais temas de interesse público, os laços entre atores e instituições públicas, as regras e formas de ação, assim como os resultados ou consequências possíveis. É essa maneira de tratar os temas públicos que apresenta maior consequência para o futuro da sociedade. No entanto, quando o Jornalismo passa a se preocupar mais com as coisas da política, perde o sentido de futuro e se concentra apenas ao presente. Isso reduz a relevância do próprio Jornalismo para o debate público.

Dar importância para as coisas da política é a consequência natural do Jornalismo de espera, pois trata centralmente de aspectos que dizem respeito aos interesses específicos dos integrantes da arena política, daquilo que os atores fazem e dizem, não das consequências sociais de suas ações. Um exemplo disso são as coberturas sobre as eleições, nas quais a maior parte da produção é dependente de informações manufaturadas pelas equipes de campanha e que geram apenas o que denominamos como Jornalismo declaratório e que apresenta nada mais do que a agenda dos candidatos, reduzindo outros aspectos das disputas. As instituições, os temas, as regras, os trâmites e as ações são apenas meios para contar as histórias daqueles que fazem parte da política e têm interesses específicos na cobertura jornalística.

A justificativa para o novo padrão de Jornalismo é a racionalização de custos. Ao esperar os fatos e não os investigar com maior independência dos interesses da elite política, há uma economia de recursos para acessar os conteúdos que serão transformados em notícias. Além disso, como fontes tradicionais, a elite política pode usar as tecnologias para se comunicar diretamente com o público, já que reproduzir o mesmo formato reduz os custos de concorrência com outras fontes de conteúdo não jornalístico. É um processo parecido com aquele de adaptação de um produto pelo fabricante a um formato mais próximo do apresentado pelos concorrentes, para tentar manter parcelas do mercado. No entanto, isso acarreta impactos no debate público, na formação da opinião e, de

modo mais abrangente, na maneira como os *media* se inserem e contribuem para a democracia.

### **Um balanço dos estudos no Brasil**

Parte relevante dos estudos sobre Mídia e Democracia tem se dedicado a examinar os efeitos da comunicação de massa tanto sobre agentes do campo político, quanto sobre o público. Ora adotando uma perspectiva pessimista (é o caso de Giovanni Sartori (1997), no livro *Homo Videns*), ora simplesmente reconhecendo a inevitabilidade da comunicação de massa para o jogo democrático contemporâneo (GOMES, 2004), as pesquisas na área se debruçam sobre uma variedade cada vez maior de plataformas, agentes, práticas profissionais, técnicas, princípios e deontologias que envolvem a política midiática.

Nesse sentido, os capítulos que integram este livro permitem evidenciar não apenas o trabalho realizado por grupos de pesquisa da Universidade Federal do Paraná – o PONTE e o CPOP –, mas apontam, também, para as distintas possibilidades de investigação associadas a um dos ramos de especialização da Comunicação e Política, a saber, o Jornalismo Político. Os trabalhos aqui apresentados lidam com a cobertura jornalística seja em períodos eleitorais ou de mandatos; dedicam-se a casos locais, nacionais ou mesmo de abrangência internacional; enfatizam recortes temporais localizados no período de poucos meses ou de prazos mais alargados; utilizam, como referencial para o desenho empírico, séries de reportagens sobre um mesmo caso ou propõem análises de matérias com base na busca por um termo específico de interesse público; lançam mão de abordagens exclusivamente teóricas ou, no caso de exames empíricos, variam ao empregar estratégias a exemplo de Análise de Discurso ou da Análise de Conteúdo.

Um traço comum a unir todos os textos aqui apresentados, contudo, re-



fere-se à ideia de que as empresas jornalísticas atuam como agentes dotados de interesses e de lógicas de funcionamento peculiares, seja ao enquadrar a cobertura factual de modo a privilegiar uma perspectiva de mundo determinada, seja ao posicionar-se editorialmente acerca de tema de concernência pública. Essa característica oferece unidade aos distintos capítulos, além de apresentar um breve panorama de possibilidades de pesquisas no âmbito do Jornalismo Político.

Como uma subárea ou uma especialização dentro dos estudos que integram a área da Comunicação Política, é possível indicar três distintas vertentes dos estudos brasileiros relativos ao tema: investigações que se debruçam sobre a produção, a circulação e o consumo. A preocupação dos pesquisadores foi entender, no decorrer dos últimos anos, as características da cobertura e as dinâmicas internas das redações, assim como o consumo dessas notícias pelo público. Portanto, compreende-se as instituições de comunicação – e a produção jornalística, de modo mais específico – como uma variável importante para o processo de formação da opinião, principalmente em períodos eleitorais.

O mapeamento das teses e dissertações feito por Aldé, Chagas e Santos (2013) mostra que, desde 1992, a especialização denominada como Jornalismo político apresenta produção contínua, verificando-se um aumento a partir de 2005. Apesar de o *corpus* da referida pesquisa integrar somente teses e dissertações, estas já indicam, em boa medida, um esboço da área, já que artigos, capítulos de livros, livros e *papers*, muitas vezes, são recortes ou resultados proporcionados pelos estudos mais amplos. Ademais, a presença de novos espaços para migração do Jornalismo – como portais, blogs e redes sociais – possibilitaram, por conseguinte, um avanço das pesquisas que se propõem a responder novos questionamentos e inquietações que começavam a ser vislumbrados pelos pesquisadores.

Além das possibilidades de pesquisas que surgem, a consolidação da área de estudos também se mostra pela presença de Grupos de Trabalhos

em eventos de referência da área – tais como a COMPÓS, COMPOLÍTICA e ANPOCS – que sistematicamente possuem espaços para discussões dessa temática.

Com a consolidação da democracia no Brasil, os meios de comunicação ganham destaque como componente importante para formar o ambiente informacional dos cidadãos, além de ser um espaço que reflete temas de interesse público e que, ao mesmo tempo, dá visibilidade a personalidades do campo político, contribuindo com a formação da sua imagem. Neste sentido, abre-se um leque de pesquisas que, inicialmente, se preocupavam mais com o que era produzido sobre política, tanto em períodos eleitorais quando de temas específicos. Ainda durante a década de 1990, alguns trabalhos já se mostravam preocupados com a cobertura eleitoral (LIMA, 1990; AZEVEDO, 1999; MIGUEL, 1999), tanto dos impressos quanto dos telejornais. Nos anos 2000, esses estudos se ampliam e seguem indicando uma cobertura bastante parcial, restrita e com uma série de novos diagnósticos (PORTO, 2005; CERVI, 2003. AZEVEDO, 2001). É neste cenário que nascem os estudos sobre a presença dos candidatos e a valência das notícias para entender como eles eram abordados na imprensa.

O DOXA – Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública –, inicialmente associado ao Iuperj e atualmente ao Iesp-Uerj, mostrou-se pioneiro nos estudos de Jornalismo político ligado aos períodos eleitorais e que partiam para o campo empírico. Os primeiros estudos sistematizados que integraram as pesquisas de Jornalismo político/eleitoral no Brasil foram coordenados pelo professor Marcus Figueiredo e datam da eleição de 1996 para o Estado do Rio de Janeiro e, em seguida, em 1998, para as eleições presidenciais, integrando inclusive pesquisadores de outros estados, criando um panorama amplo da cobertura eleitoral daquele ano.

A partir do ano 2000, começam a ganhar maior projeção estudos de co-

bertura em dois novos âmbitos: fora do cenário das eleições e imbricados na plataforma online, indicando a importância da dimensão “tecnológica” para o Jornalismo Político. Na primeira linha, aparecem estudos de questões específicas nas coberturas – como a visibilidade de personalidades políticas, do parlamento, da corrupção e dos escândalos políticos. A mediação da imprensa atua – direta e indiretamente – como expressão de visibilidade e credibilidade aos atores políticos e instituições que aparecem na cobertura. Pesquisas que analisam a produção sobre feminismo, Comissão da Verdade e Lava Jato mostram-se como exemplos de temas que se destacaram nos estudos recentes do campo, indicando a amplitude de possibilidades que englobam o Jornalismo Político, no que diz respeito àquilo que é produzido.

Em um segundo momento, as pesquisas passam a observar novas plataformas que dividem espaço com os formatos convencionais, como os blogs (ALDÉ; CHAGAS, 2005) e os portais de notícia (BORGES, 2008). Neste sentido, tem-se uma expansão dos estudos sobre a produção no campo do Jornalismo político, com novos objetos e temáticas. Também se alinham neste novo leque de trabalhos, as preocupações com os posicionamentos tomados pelos veículos, a partir dos estudos sobre o gênero opinativo, englobando editoriais, colunas e a carta do leitor.

Os estudos sobre circulação ainda são escassos neste ramo da comunicação política, mas têm se destacado com as investigações sobre redes sociais digitais, as quais são usadas pelos veículos para ampliarem o processo de circulação e recirculação de conteúdo (ZAGO; BASTOS, 2013). Assim sendo, as redes passam – consequentemente – a ter um papel importante para distribuir conteúdo de interesse público e, especialmente, sobre campanha eleitoral. Neste cenário, a variável tecnologia ganha novamente destaque dentro dos estudos sobre Jornalismo político, seja pela observação das *fanpages* dos jornais ou dos perfis no Twitter de instituições jornalísticas.

No que se refere ao consumo de informações políticas advindas da imprensa, também há um leque de trabalhos que ganharam destaque com a ampliação dos estudos envolvendo grupos focais, entrevistas em profundidade e novas técnicas de pesquisas que pudessem entender o efeito das notícias e o modo como elas podem ser consideradas pelo público nas decisões políticas. Entender o que o público pensa sobre política e qual a sua relação com a comunicação de massa – nos mais variados formatos –, identificando como esta última pode influenciar decisões e atitudes políticas (ALDÉ, 2001; 2011), por exemplo, encaixa-se na seara dos estudos sobre o consumo.

As pesquisas sobre o consumo e o efeito que a variável informação política, advinda da cobertura, pode exercer nas decisões dos eleitores exige pensar modelos de análise que se tornam complexos (MUNDIM, 2010). Sabendo que há uma infinidade de fatores que interferem no processo de formação da opinião pública, é preciso medir o impacto dos meios de comunicação considerando ainda outras questões correlatas e contextuais. Ademais, a presença de bancos de dados com informações sobre resultados eleitorais, sobre consumo de informação no Brasil, sobre eleições e comportamento eleitoral na América Latina, por exemplo, também ajudam a expandir esta linha de estudos.

Por fim, ainda no âmbito do consumo da informação política, é possível agregar os trabalhos recentes sobre aquele tipo de debate público que tem origem na produção noticiosa, subsequente ao processo de consumo, nas plataformas digitais, tanto nas redes sociais quanto nos portais e blogs. Ainda que a maior parte das pesquisas seja voltada exclusivamente para análise dos comentários, observa-se, por exemplo, o grau de relação entre a conversação e o conteúdo jornalístico. Analisar as características e dinâmicas do debate nessas plataformas oferece subsídios para discutir o modo como o público se envolve com temas políticos em espaços jornalísticos.

## **Para onde caminha a área: questões metodológicas, lacunas e novos estudos**

Desde o final da década de 1990, as pesquisas que se encontram na esfera do Jornalismo Político têm demonstrado avanços, expandindo tanto no que diz respeito às novas temáticas que entram na agenda quanto nas formas de alcançar os respectivos objetos e produzir as análises. Se até um tempo atrás o único modo de buscar dados era manualmente – dentro de Acervos Públicos, por exemplo – hoje a transferência desses acervos para os sites dos respectivos veículos, tal como o faz Folha de S. Paulo ou O Estado de S. Paulo, tem permitido que as pesquisas avancem. Há uma diminuição do ônus do deslocamento dos pesquisadores e o trabalho torna-se mais dinâmico, principalmente possibilitando buscas automatizadas, por termos ou assuntos específicos. Ademais, diversos programas e extensões têm permitido, inclusive, a extração também automatizada do conteúdo de redes sociais e portais de notícia.

Do mesmo modo, há avanços nas técnicas de análise e categorização dos dados, que também já apresentam mecanismos de automatização. Apesar dos debates que essas possibilidades têm gerado, é relevante considerar seus ganhos. Ainda que possa não se adequar para todo e qualquer tipo de pesquisa, traz possibilidades interessantes para algumas propostas, principalmente para entender fenômenos recentes e grandes quantidades de dados. A exemplo disso, tem-se extensões do R e o Iramuteq. Ressalta-se, também, dentro do leque de técnicas que expandem as pesquisas na área, os programas e extensões que possibilitam, por exemplo, análises de rede para entender quem compartilha informações de determinados veículos de comunicação, o processo de polarização nas redes sociais, entre outras questões que adentraram recentemente os estudos sobre Jornalismo político.

Pesquisas que trabalham com análise de conteúdo sempre foram mais

presentes, mas possibilidades de combinações metodológicas – mesclando dados quantitativos e qualitativos – permitem entender tanto o que pensam os produtores quanto o que pensa o público leitor, dialogando com os dados da análise de conteúdo (AC). De outro modo, a pesquisa quantitativa, menos frequente nos estudos em Comunicação, possibilitou entender, de modo detalhado, aquilo que é produzido e quais suas características.

No entanto, apesar do desenvolvido contínuo e sistemático da área nos últimos anos, há ainda um leque de perspectivas e questões a serem exploradas pelos pesquisadores. O Jornalismo opinativo, por exemplo, ainda permite avanços importantes sobre posicionamento dos veículos a respeito de temas específicos. No que tange ao jornalismo informativo, análises de temáticas como corrupção, programas sociais, mulheres, políticas de cotas raciais podem trazer novas perspectivas e resultados importantes sobre cobertura de assuntos de interesse público e qualidade da produção jornalística. Do mesmo modo, estudos sobre a imagem do judiciário e a judicialização da política, oferecem *insights* sobre o comportamento dos jornais e as implicações no debate público. Ademais, estudos sobre Jornalismo alternativo também podem ser um caminho a explorar. Há, ainda, uma lacuna perceptível nos estudos recentes sobre a circulação de notícias, sendo importante seu avanço para entender as lógicas comerciais da produção, principalmente pensando nas redes sociais digitais. Por outro lado, torna-se importante entender dinâmicas da recepção e observar hábitos de consumo e de identificação do público com o conteúdo produzido, além de questões relacionadas à credibilidade, usos e atribuições dadas aos conteúdos jornalísticos nas tomadas de decisão, oferecendo dados na perspectiva dos efeitos.

Por último, e não menos importante, deve-se notar a expansão das pesquisas em âmbito local e regional, observando fenômenos decorrentes da mídia que foge dos grandes veículos nacionais. Dar mais espaço para os estudos de

mídia local permite compreender as dinâmicas da política e do Jornalismo em ambientes pouco explorados, em que há grupos de mídia distintos, com interesses divergentes e uma relação ainda evidente entre o campo político e os meios de comunicação. Neste cenário, o Jornalismo pode ser um ator mais central e decisivo dentro das disputas eleitorais e na formação da imagem das instituições políticas locais e regionais.

## Referências bibliográficas

- ALDE, A. *A construção da política: Cidadão comum, mídia e atitude política*. Rio de Janeiro. 232f. Tese doutorado (Ciência Política). Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro.
- ALDÉ, A. O internauta casual: notas sobre a circulação da opinião política na internet. *Revista USP*, nº 90, p. 24-41, 2011.
- ALDÉ, A.; CHAGAS, V. *Blog de política e identidade jornalística*. In: Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 25., 2005. Rio de Janeiro, *Anais...* Rio de Janeiro: Intercom, 2005.
- ALDÉ, A.; CHAGAS, V.; SANTOS, J. G. Teses e dissertações defendidas no Brasil (1992-2012): um mapa da pesquisa em comunicação e política. *Revista Compolítica*, nº 3, v. 2, p. 7-43, 2013.
- AMOSSY, R. O intercâmbio polêmico em fóruns de discussão online: o exemplo dos debates sobre as opções de ações e bônus no jornal Libération. *Comunicação e Sociedade*, v. 19, p. 319-335, 2011.
- ARMAÑANZAS, E.; NOCÍ, J. D. *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*. Universidad del País Vasco, 1996.
- AZEVEDO, F. A. Imprensa, cobertura eleitoral e objetividade: a eleição de 2000 na capital paulista. *Opinião Pública*, v. 7, nº 2, p. 182-201, 2001.
- AZEVEDO, F. *Imprensa, Campanha Presidencial e Agenda da Mídia*. In: Encontro Anual da Compós, 23., 1999. Brasília, *Anais...* Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 1999.
- BARROS FILHO, C. *Ética na Comunicação*. São Paulo: Summus, 2008.
- BOBBIO, N. *O futuro da democracia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- BRUNS, A. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, v. 7, nº 2, p. 119-140, 2011.
- BORGES, J. Webjornalismo político e a cobertura online das eleições presidenciais de 2002. *Matrizes*, v. 2, nº 1, p. 207-225, 2008.
- BUCCI, E. *Em Brasília, 19 horas: A guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- CHAGAS, V. Economia política do Jornalismo popular em perspectiva comparada: uma análise sobre a tabloidização no Brasil, na Índia e na África do Sul. *Brazilian Journalism Research*, v. 12, nº 1, p. 60-81, 2016.
- CERVI, E. A cobertura da imprensa e as eleições presidenciais 2002. *BOCC*, v. 1, p. 1-68, 2003.
- CONDE, M. R. B. *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*.



Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 2000.

DADER, J. L. Del periodista pasible, la objetividad informativa y otras confusiones en el Estanco de Noticias. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 13, p. 31-53, 2007.

EBERWEIN, T.; PORLEZZA, C; SPLENDORE, S. Media as Political Actor. In: G. Mazzoleni (Org.) *International Encyclopedia of Political Communication London*. John Wiley & Sons Inc, 2015. p. 1-4.

ETTEMA, J. S. Journalism as Reason-Giving: Deliberative Democracy, Institutional Accountability and the News Media's Mission. *Political Communication*, v. 24, nº 2, p. 143-60, 2007.

FONTCUBERTA, M. de. *El periodismo escrito*. Barcelona: Mitre, 1986.

GARCÍA-AVILÉS, J. El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia de la Unión Europea. *Anàlisi*, nº 35, p. 47-63, 2007.

GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HONG, S. Online news on Twitter: Newspapers' social media adoption and their online readership. *Information Economics and Policy*, nº 24, p. 69-74, 2012.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. *Os elementos do Jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. *Comunicação & Política*, v. 9, nº 11, p. 29-54, 1990.

LOWREY, W. Mapping the journalism-blogging relationship. *Journalism*, nº 7, nº 4, p. 477-500, 2006.

MANIN, B. *Principles of Representative Government*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

McQUAIL, D. Media Performance. In: G. Mazzoleni (Org.) *International Encyclopedia of Political Communication London*. John Wiley & Sons Inc, 2015. p. 1-9.

MASSUCHIN, M. G; CARVALHO, F. C. Conteúdo jornalístico nas redes sociais: as estratégias dos jornais brasileiros no Facebook. *Textual & Visual Media*, v. 9, p. 155-176, 2016.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, São Paulo, v. 55-56, p. 155-184, 2002.

MIGUEL, L. F. Mídia e Eleições: A Campanha de 1998 na Rede Globo. *Dados*, v. 42, nº 2, 1999.

MUNDIM, P. Um modelo para medir os efeitos da cobertura da imprensa no voto: teste nas eleições de 2002 e 2006. *Opinião Pública*, v. 16, nº 2, p. 394-425, 2010.

- NOELLE-NEUMANN, E. Public Opinion and the classical tradition: a re-evaluation. *Public Opinion Quarterly*, v. 43, n° 2, p. 143-156, 1979.
- NORRIS, P. Un círculo vicioso. El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias post-industriales. *Revista Española de Ciencia Política*, n° 4, p. 7-33, 2001.
- PARK, R. A história natural do jornal. In: BERGER, C. & MAROCCO, B. (Org). *A era glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- PORTO, M. Enquadramentos da Mídia e Política. In: RUBIM, A. (Org.) *Comunicação Política: Conceitos e Abordagens*. Salvador: Editora UFBA, 2004. p. 74-104.
- POLETTI, M.; BRANTS, K. Between partisanship and cynicism: italian journalism in a state of flux. *Journalism*, v. 11, n° 3, p. 329-346, 2010.
- SARTORI, G. *Homo Videns: televisão e pós-pensamento*. Bauru: Edusc, 1997.
- SCHUDSON, M. *Discovering the news*. Basic Books, 1978.
- SHOEMAKER, P. J.; VOS, T. *Gatekeeping theory*. New York, NY: Routledge, 2009.
- TUCHMAN, G. Contando “estórias”. In: TRAQUINA, N. (Org.) *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1999. p. 258-262.
- ZAGO, G.; BASTOS, M. Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: Análise Comparativa das Notícias mais Repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 9, n° 1, p. 116-133, 2013.
- ZELIZER, B. *Taking journalism Seriously*. Sage: London, 2004.

## SOBRE OS AUTORES

### **Adriana Monserrat Cedillo Morales Moreira**

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), na área temática de Estudos de Gênero. Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, na linha de pesquisa comunicação, política e atores coletivos. Integra o Grupo de Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia (ESCT-UNICAMP). E-mail: [adriana.cedillo86@gmail.com](mailto:adriana.cedillo86@gmail.com).

### **Camila Mont'Alverne**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará. Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE/UFPR). Bolsista Capes. E-mail: [camilapessoa31@gmail.com](mailto:camilapessoa31@gmail.com).

### **Daniela Drummond**

Doutoranda e mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela PUC-PR (2008) e em Ciências Sociais pela UFPR (2011) - Bacharelado e Licenciatura. Pesquisa sobre comunicação e política, jornalismo político, instituições legislativas, Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, mídia regional, questão racial, midiaculturas, telenovelas, séries de televisão e gênero. E-mail: [daniela.imprensacwb@gmail.com](mailto:daniela.imprensacwb@gmail.com)

### **Emerson Urizzi Cervi**

Professor associado do departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor permanente do Programa de Pós-graduação em Ciência Política e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPR. Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ). Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - CPOP ([www.cpop.ufpr.br](http://www.cpop.ufpr.br)). E-mail: [ecervi7@gmail.com](mailto:ecervi7@gmail.com).

### **Fernanda Cavassana de Carvalho**

Doutoranda em Ciência Política e mestra em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), onde é membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP). Possui graduação em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: [cavassanaf@gmail.com](mailto:cavassanaf@gmail.com).

### **Francisco Paulo Jamil Marques**

Professor e pesquisador da Universidade Federal do Paraná. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE). E-mail: [marquesjamil@gmail.com](mailto:marquesjamil@gmail.com).

### **Leidyenne Viana Nogueira**

Mestra pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFC e servidora técnico-administrativa da mesma instituição. E-mail: leidyenne.viana@gmail.com.

### **Michele Goulart Massuchin**

Professora adjunta do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). É pesquisadora associada do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Opinião Pública (CPOP-UFPR) e coordena o Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS-UFMA). Tem interesse pelos seguintes temas de pesquisa: cobertura jornalística e redes sociais, jornalismo político, propaganda eleitoral e política e internet. E-mail: mimassuchin@gmail.com.

### **Raíssa Benevides Veloso**

Formada em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e mestranda em Planejamento Urbano e Regional pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IPPUR/UFRJ). E-mail: raissabveloso@gmail.com.

### **Renan Colombo**

Jornalista (Universidade Positivo), especialista em Mídias Digitais (UniCesumar) e mestre em Ciência Política (Universidade Federal do Paraná). No campo profissional, trabalhou por seis anos como repórter e editor da Gazeta do Povo. Atualmente, é professor de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), de Curitiba, e também trabalha como jornalista *freelancer*. E-mail: jornalistarenan@gmail.com.

### **Romer Mottinha Santos**

Possui graduação em Ciência Política e MBA em Gestão Estratégia de Marketing pela UNINTER, especialização em Mídias Integradas na Educação e mestrado em Ciência Política pela UFPR. Pesquisador do grupo Elites Políticas, Comunicação e Políticas Públicas da UNINTER e atua na Coordenação de Produção Multimídia e Audiovisual da Diretoria de Políticas e Tecnologias Educacionais da Secretaria de Educação do Paraná. E-mail: romermottinha@gmail.com.

### **Yohanna Pinheiro**

Bacharela em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Ceará (UFC). É repórter do jornal Diário do Nordeste. E-mail: yohanna.lara@gmail.com.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-52992-00-4



9 788552 992004

Os capítulos que compõem esta obra são resultado do esforço de investigação de dois grupos de pesquisa, vinculados ao Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (PPGCP/UFPR).

O Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE), que contribui com quatro capítulos deste livro, tem como agendas de pesquisa principais Jornalismo Político, Democracia Digital e Comunicação Pública.

O Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP) dedica-se a pesquisas na área de Mídias e Eleições, além de outros estudos vinculados à interface Comunicação e Política. Integrantes do CPOP também colaboram com quatro capítulos nesta coletânea.

[www.ponte.ufpr.br](http://www.ponte.ufpr.br)

 [twitter.com/pontefufr](https://twitter.com/pontefufr)

 [facebook.com/pontefufr](https://facebook.com/pontefufr)

[www.cpop.ufpr.br](http://www.cpop.ufpr.br)

 [twitter.com/CpOp\\_UFPR](https://twitter.com/CpOp_UFPR)

 [facebook.com/cpopufr](https://facebook.com/cpopufr)

ISBN 978-85-52992-00-4



9 788552 992004