



As eleições presidenciais no JN: análise de conteúdo da cobertura política do telejornal em 2010¹

Fernanda Nalon SANGLARD²
Paulo Roberto Figueira LEAL³
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

RESUMO

O artigo aborda a cobertura política do principal telejornal brasileiro, o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, desde o período das convenções nacionais partidárias até a semana seguinte ao segundo turno da eleição presidencial de 2010. A partir da análise de conteúdo, o trabalho busca apontar recorrências na produção jornalística televisiva e verificar que concepções de política, dentre muitas possíveis, foram acionadas na cobertura.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Política; Jornal Nacional.

INTRODUÇÃO

A televisão, que ainda possui papel preponderante entre os meios de comunicação de massa disponibilizados na democracia de público brasileira, colabora, sobremaneira, para o entendimento da política pelos brasileiros. Diariamente, milhões de pessoas se acomodam na frente dos televisores para acompanhar o que “de mais importante” acontece no país e no mundo por meio dos telejornais de amplitude nacional. Os noticiários televisivos são considerados a nova “praça pública” (VIZEU, PORCELLO e MOTA, 2006).

Conforme Taiga Corrêa Gomes (2006), a televisão é considerada um veículo que atende bem às necessidades da globalização. O jornalismo, por sua vez, satisfaz e alimenta a angústia da “obrigação de sermos globalizados”. Ela defende que, apesar de vermos o mundo “através de lentes”, as notícias costumam ser nossa ilusão de realidade.

Os produtos jornalísticos televisivos, com o reconhecimento e o status de instituição social que conservam, podem ser compreendidos como uma das principais formas de se levar à população a informação política, e se transformam em local de discussão sobre o tema. Não é por menos que os debates televisivos às vésperas das

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Jornalista, repórter do Jornal Tribuna de Minas, mestre em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, nandanalon@yahoo.com.br

³ Doutor em ciência política e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, pabeto.figueira@uol.com.br



eleições e as entrevistas realizadas por jornalistas com candidatos a cargos públicos ainda são acompanhados pelo grande público e ganham repercussão nas demais mídias.

Portanto, analisar de que forma os telejornais brasileiros têm se referido à política e como a temática vem sendo abordada joga luzes sobre uma das variáveis-chave do processo de formação da opinião pública sobre a questão.

A cobertura jornalística feita pelo JN entre agosto e novembro de 2010 é o objeto de estudo deste artigo. O trabalho tem a intenção de apontar, por meio de análise de conteúdo, qual foi a representação feita pelo JN sobre o próprio sentido da política, mais do que sobre as forças que disputavam o pleito, no período das eleições presidenciais brasileiras de 2010. Do total de notícias veiculadas nas edições que correspondem ao corpus da pesquisa, a análise se concentrará nas 268 matérias que tiveram como foco editorial a política.

A ANÁLISE DE CONTEÚDO E O CORPUS DA PESQUISA

Conforme Laurence Bardin (2008, p.40), “a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. A intenção dessa modalidade de análise seria possibilitar inferências, sejam elas de produção ou recepção. Para Bardin, as técnicas auxiliam a busca de outros olhares sobre o mesmo objeto, já que não se limitam aos resultados ofertados em uma primeira leitura, exigindo o desmembramento do objeto em partes, que posteriormente serão associadas na tentativa de responder a alguns questionamentos.

Esse foi o método escolhido para, a partir de diversas leituras e classificações sobre o mesmo objeto, compreender a cobertura política do JN de forma mais ampla. Por meio de uma análise de valência das notícias, o artigo também busca verificar se, no período que integra o corpus da pesquisa, o JN veiculou mais notícias positivas, negativas ou neutras em relação ao fenômeno político.

O período de análise teve como marcos delimitadores o período de convenções partidárias, o início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), e o fim do segundo turno das eleições, com o conhecimento do resultado. Foram analisadas duas semanas do JN em setembro e outubro, e uma semana em junho, agosto e novembro.

A análise foi realizada em três etapas. Na primeira, o foco foi a cobertura pré-eleitoral (fase das convenções nacionais partidárias), que ocorreu em junho de 2010. A



etapa subsequente abordou o período da primeira semana de veiculação do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), em agosto, e a análise das matérias sobre política veiculadas no telejornal em duas semanas dos meses setembro e outubro de 2010, durante a campanha. A terceira etapa abordou a semana que seguiu a votação do segundo turno e a eleição de Dilma Rousseff (PT) como presidente do Brasil.

Todas as edições foram gravadas. As 268 matérias de política nacional veiculadas, e que compõem o corpus desta pesquisa, foram transcritas. Devido ao extenso período e às dificuldades apontadas por outros colegas e pesquisadores na obtenção dos produtos jornalísticos da Rede Globo a partir de solicitação feita à emissora, optou-se por gravar as edições do JN por meio de um receptor de TV USB que é conectado diretamente ao computador. Após assistir a cada programa e gravá-los, eles foram salvos em mídia DVD para facilitar posteriores consultas.

Primeiramente, as notícias foram categorizadas em sete temas, sendo eles: política nacional, internacional, esporte, temas nacionais em geral, previsão do tempo, programação própria e economia (TAB. 1). A partir da classificação baseada na recorrência dos assuntos, tornou-se perceptível que a política nacional foi, em termos de quantidade de notícias, o principal tema do telejornal em cinco das sete semanas analisadas.

TABELA 1

Classificação da quantidade de notícias por tema							
Data	Política	Inter	Esporte	Nacional	Tempo	P.Própria	Economia
9/6 a 16/6/2010	17	16	80	20	7	4	5
16/8 a 21/8/2010	30	14	17	27	6	4	6
13/9 a 18/9/2010	49	12	8	6	6	1	3
27/9 a 2/10/2010	62*	7	11	10	5	8	4
4/10 a 9/10/2010	46	23	19	34	6	3	10
25/10 a 30/10/2010	45**	25	13	33	6	5	10
1/11 a 6/11/2010	19	22	25	28	5	4	8

*Quatro notícias foram classificadas tanto em política quanto em programação própria

** Duas notícias foram contabilizadas tanto em política quanto em programação

FONTE: Os autores.

Algumas notícias foram classificadas em mais de uma categoria, por apresentarem características presentes nelas. O exemplo se refere a seis matérias que abordaram os debates entre candidatos promovidos pela Rede Globo. Apesar de terem como pano de fundo a política e abordarem um evento de especial importância para a afirmação democrática – merecendo ser caracterizadas como política –, as reportagens e notas focaram, nessas circunstâncias (antes de os debates irem ao ar), os preparativos e a organização do debate. Essas matérias ofereciam explicações de como funcionaria o



programa e foram contabilizadas também na categoria programação própria, dedicada à divulgação de assuntos relativos à grade da emissora. Abaixo, trecho da reportagem de Mônica Sanches, veiculada no dia 30 de setembro, demonstra a abordagem:

Os técnicos da Central Globo de Produção passaram o dia fazendo os últimos ajustes no estúdio. Oito câmeras vão mostrar cada detalhe do debate. Os assessores, durante os intervalos, podem subir ao palco para trocar ideias com os candidatos. Vão participar do debate Dilma Rousseff, do PT, José Serra, do PSDB, Marina Silva, do PV, e Plínio de Arruda Sampaio, do PSOL. A ordem das perguntas obedecerá a regras aprovadas pelos candidatos. O roteiro do debate prevê que todos possam perguntar e responder pelo menos uma vez em cada bloco. (...). (JN, 30 set. 2010).

Em relação ao tipo de produção das notícias durante todo o período analisado, 200 das 268 matérias foram consideradas reportagens, por conterem cabeça ou nota-pé do âncora, *video tape* com entrevistas, narrativa do repórter (com ou sem passagem, abertura ou encerramento), e tratarem dos assuntos de forma mais densa do que as notas. Foram veiculadas 55 notas secas (apenas o âncora fala, sem uso de imagem), sendo que muitas contaram com recursos audiovisuais, como arte e gráficos, para divulgar resultado de pesquisas de intenção de voto. Onze notas cobertas (quando mostra imagens do fato, mas têm apenas narrativa do repórter ou do âncora), além de um *stand-up* e uma entrevista ao vivo em estúdio, também foram ao ar no período analisado.

VALÊNCIA E ENQUADRAMENTOS DA POLÍTICA NA COBERTURA

Na primeira etapa da análise (9 a 16 de junho), em uma média de 33 minutos de telejornal por dia, a política teve média diária de quatro minutos. No dia 14 de junho apenas um minuto foi dedicado ao assunto. Já na última semana de análise (1º a 6 de novembro), a quantidade e o tempo das notícias relativas à política também demonstram o agendamento eleitoral. Enquanto na segunda-feira, dia seguinte à eleição de Dilma Rousseff, todos os 47 minutos do telejornal foram dedicados à política, no dia 2 foram cinco minutos e 40 segundos e no dia 3 foram nove minutos e 40 segundos, sendo que nos dias posteriores não houve abordagem sobre a política.

Já durante o período eleitoral, o tempo de exibição do telejornal foi reduzido, devido ao HGPE e, nos dias analisados, teve tempo médio de 25 minutos. Entre 16 e 21 de agosto, houve média de nove minutos dedicados por dia à política. De 13 a 18 e 27 a 30 de setembro, foram quase 15 minutos e entre de 1 a 9 e 25 a 30 de outubro a média relativa à temática política foi de 14 minutos.



Devido ao fato de o primeiro período analisado (em junho) ter coincidido com a cobertura da primeira semana da Copa do Mundo de Futebol, já era esperado que os jogos do campeonato tivessem mais destaque que qualquer outro tema no noticiário. Entretanto, não se imaginava que todos os dias cerca de 50% do conteúdo do JN seriam sobre a Copa.

Pode-se perceber que não houve regularidade das outras temáticas durante os sete dias de análise em junho. Elas foram dissolvidas no telejornal e, normalmente, só ganharam maior destaque quando representavam um “escândalo midiático” (como as matérias que abordaram o caso de um lavrador do Maranhão suspeito de ter sete filhos com a própria filha) ou tema de grande interesse público em caráter nacional (como as convenções partidárias e a sanção do reajuste da aposentadoria).

As reportagens sobre a Copa também foram priorizadas na montagem do telejornal durante a primeira semana de análise, sendo sempre o assunto que todos os dias “abria” o JN. Um dos aspectos que mais chamou a atenção em junho foi o fato de a Convenção Nacional do PT, que ocorreu no domingo (quando não há edição do JN), dia 13 de junho, não ter sido mencionada em reportagem do JN em nenhum outro dia da semana. Como as matérias sobre as convenções do PV e PSDB receberam o mesmo destaque e foram veiculadas com o mesmo tempo (quatro minutos e cinquenta segundos), fica nítido o silenciamento em relação à oficialização da candidatura de Dilma Rousseff (PT).

Na edição de 13 de junho, o Fantástico (revista semanal da Rede Globo) noticiou a convenção do PT. A reportagem teve exatamente a mesma duração das matérias do JN, mas, como são programas voltados para públicos distintos, mesmo pertencendo à mesma emissora, fica clara a opção do JN por não dedicar espaço ao evento petista.

Para buscar entender se o que é veiculado na mídia poderia contribuir com a impressão pessimista que, em geral, a população tem sobre a política, a pesquisa também busca verificar qual é a valoração dada pelo telejornal às notícias sobre política.

Que enquadramento recebeu o próprio sentido de política nessas matérias? A tendência majoritária da cobertura jornalística sobre o assunto repetiu os estereótipos tradicionais, que relacionam mais intensamente a política apenas a aspectos negativos, como corrupção, desonestidade, disputa desleal e demagogia dos candidatos? Ou outros sentidos foram acionados? Para responder a essas questões, utilizou-se o modelo desenvolvido pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública



(Doxa) do Iuperj (ALDÉ, MENDES; FIGUEIREDO, 2010), que classifica as valências em positiva, neutra e negativa.

Apesar de muitos pesquisadores usarem o instrumento para atribuir valências aos candidatos ou aos partidos, a categorização utilizada neste trabalho foi feita em relação à política em geral. Sendo assim, serão consideradas:

a) Matérias de valência positiva: aquelas que contiveram mais termos favoráveis à política, que demonstraram ações engajadas e preocupações sociais, além de declarações de personalidades políticas ou candidatos contendo avaliação favorável, de ordem moral, política ou pessoal;

b) Matérias de valência negativa: aquelas que usaram mais termos depreciativos, ataques entre candidatos e personalidades políticas, termos pejorativos, atos de corrupção e declarações controversas, que reproduziram ressalvas, críticas e colocaram em dúvida a moralidade ou honestidade das atitudes políticas;

c) Matérias de valência neutra: aquelas que se restringiram a apresentar a agenda dos pré-candidatos, que apresentaram termos positivos e negativos na mesma proporção, citações sem avaliação moral, política ou pessoal sobre os políticos, ou que, ao falar de algum avanço na política, também frisou ações questionáveis.

TABELA 2

Categorização quanto à valência das notícias				
Período de análise	Total de notícias	Negativas	Neutras	Positivas
9/6 a 16/6/2010	17	8	7	2
16/8 a 21/8/2010	30	9	9	12
13/9 a 18/9/2010	49	29	8	12
27/9 a 2/10/2010	62	15	24	23
4/10 a 9/10/2010	46	14	13	19
25/10 a 30/10/2010	45	14	20	11
1/11 a 6/11/2010	19	4	5	10
Período total	268	93	86	89

FONTE: Os autores.

Como exemplos de matérias neutras estão também as exclusivamente informativas, que não suscitam reflexão ou discussão aprofundada a respeito das mazelas, evoluções ou importância do fenômeno político, que possuem a mesma quantidade de pontos positivos e negativos, e que apresentam apenas a agenda do candidato, como a notícia abaixo:



Neste sábado, a candidata do PT fechou a campanha em um lugar simbólico para o partido. Pela manhã, Dilma Rousseff participou de uma carreata em São Bernardo do Campo, no ABC Paulista. A cidade onde o partido nasceu foi escolhida para encerrar a campanha. Dilma percorreu as ruas acompanhada do presidente Lula e do candidato do PT ao governo de São Paulo, Aloizio Mercadante. (JN, 2 out. 2010).

Já as negativas têm como exemplo a transcrição abaixo de reportagem veiculada no dia 19 de agosto de 2010.

Os candidatos José Serra e Dilma Rousseff participaram do 8º Congresso Brasileiro de Jornais, no Rio, e destacaram a importância da liberdade de imprensa. José Serra fez críticas ao Governo e ao PT. Disse que organizam congressos e conferências com o objetivo de controlar o trabalho da imprensa. O candidato do PSDB defendeu o direito à liberdade de expressão. (...) Mais tarde, Dilma Rousseff também participou do evento. A candidata rebateu as críticas defendendo os encontros promovidos pelo governo para discutir temas que ela considera importantes, como o papel da imprensa. Dilma Rousseff também defendeu a liberdade de expressão. (...) O ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da presidência da República, Franklin Martins, divulgou nota em que rebate as críticas de José Serra, dizendo que, para o Governo, a liberdade de imprensa é sagrada. (JN, 19 ago. 2010).

A passagem demonstra como a matéria focou os ataques e rebatidas dos então candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT). Ao mostrar apenas as desavenças e críticas, a reportagem deixa de contextualizar o evento e abordar a importância da participação dos presidentiáveis, para destacar as ofensas e contradições, o que poderia contribuir para uma visão negativa da política. Outra notícia categorizada como negativa foi veiculada em 13 de setembro e abordou a denúncia de corrupção envolvendo Erenice Guerra.

A Comissão de Ética Pública da Presidência da República começou a investigar uma denúncia da revista *Veja*, publicada no fim de semana, de que Israel Guerra, filho da atual chefe da Casa Civil, teria atuado como lobista para intermediar negócios com órgãos do Governo em áreas de interesse da ministra Erenice Guerra. A investigação foi pedida pela própria ministra. Segundo a denúncia, ela teria se reunido com os envolvidos no suposto esquema. Nesta segunda-feira, um funcionário da Casa Civil citado na reportagem da revista pediu exoneração do cargo. (JN, 13 set. 2010).

A categorização da reportagem acima mencionada como negativa não indica que para o país a divulgação de denúncias seja ruim – já que a fiscalização da imprensa muitas vezes contribui com o fortalecimento da democracia –, mas sim que notícias atreladas a possíveis atos desonestos e de corrupção colaboram para construções negativas a respeito do fenômeno político, ainda mais quando são repetidas sistematicamente e com mais destaque. Assim como pondera Thompson (2002), o jornalismo, principalmente investigativo, apesar de contribuir de forma decisiva para desvendar escândalos, pode ter como motivação a mera disputa por audiência.



Os escândalos políticos, entre os quais se incluem a corrupção individual ou sistêmica, constituem uma das principais matérias primas do jornalismo político moderno. Em parte, os escândalos são explorados com volúpia pela mídia por conta da teoria do cão de guarda e, por outra, por conta da teoria do valor-notícia, ou seja, porque simplesmente vende mais jornal e dá mais audiência. (AZEVEDO, 2010).

Apesar de recriminar a total submissão à competição comercial e a falta de ética ao expor sem critérios assuntos pessoais que não contribuem para a discussão política, deixando em segundo plano temas mais relevantes socialmente, Thompson ressalta que é impossível ao jornalismo deixar de noticiar e repercutir alguns escândalos. Mas é certo que a recorrência desse tipo de cobertura contribui para a consolidação de uma má imagem da política.

Já entre as notícias de valência positiva apresentadas no telejornal, podemos destacar como exemplo as que contiveram informações que valorizam a participação política e as conquistas democráticas.

A três dias da votação, o candidato do PSDB disse que se orgulha da campanha que vem fazendo nessa eleição, e falou da expectativa para o debate desta quinta-feira à noite: “Eu acredito que os debates ajudam a iluminar a cabeça do eleitor. O eleitor está tomando agora sua decisão, nesses dias, e poder assistir mais um debate, com uma frequência muito alta, tratar questões que são importantes para o Brasil, comparar os candidatos, sem dúvida é uma contribuição importante.” (JN, 30 set. 2010).

Assim como o trecho da matéria acima – que tinha como pano de fundo a agenda do candidato Serra – demonstra a satisfação do político e a confiança no processo eleitoral, a matéria veiculada no mesmo dia sobre a agenda de Dilma Rouseff também traz aspectos que atribuem valência positiva. Um fragmento da narrativa diz: “Dilma Rouseff, do PT, afirmou que estas eleições mostram a maturidade da democracia brasileira” (JN, 30 set. 2010). Outra notícia, também de 30 de setembro, mas com destaque para a candidatura de Marina Silva (PV), conteve mais termos favoráveis à política.

Marina Silva disse que vai para o debate de logo mais com a mesma postura que teve durante a campanha: “Vou manter a atitude coerente: discutir propostas, sem casca de banana, sem agressão pessoal, interessada tão somente em debater o Brasil. O Brasil que interessa pro século XXI, para a vida dos jovens que estão desempregados. Esse Brasil que eu quero debater.” (JN, 30 set. 2010).

As três passagens demonstram como, às vésperas do último debate antes do primeiro turno e da votação, o telejornal tentou levar dizeres de confiança no sistema eleitoral brasileiro e destacou falas positivas em relação à política. Apesar disso, no período integral analisado (vide TAB. 2), as valências negativas tiveram mais menções.



Além da classificação das valências, a análise também focou os principais enquadramentos usados pelo telejornal. Para tal, foram utilizadas as conceituações de Aldé, Mendes e Figueiredo (2010), que também são baseadas no modelo do Doxa. Os pesquisadores classificam os enquadramentos adotados em: “Corrida de cavalos” (pesquisas de intenção de voto, análises de posicionamento, possibilidades); personalista (perfil, personalidade, trajetória pessoal); temático (tratamento substantivo dos assuntos) e episódico (dedicado ao acontecimento, fato, agenda, etc.).

Entre as 268 notícias, 30 focaram as pesquisas de intenção de voto e, por isso, foram classificadas como matérias que privilegiaram o enquadramento da “corrida de cavalos”. Outras 83 notícias tiveram como principal foco a agenda dos candidatos, fazendo mais referência às atividades diárias do que às propostas de governo, sendo categorizadas como episódicas, apesar de também apresentarem-se como temáticas. Em relação às matérias de agenda dos políticos, merecem destaque duas observações: todos os candidatos que tiveram as agendas publicadas no telejornal receberam o mesmo tempo de cobertura, como indica a legislação eleitoral.

No entanto, não se deu espaço a todos os candidatos à presidência. Enquanto as candidaturas dos três melhores colocados nas pesquisas (Dilma, Serra e Marina) receberam matérias diariamente, os candidatos seguintes na colocação não foram citados todos os dias (TAB. 3). Eles tiveram as candidaturas pronunciadas raríssimas vezes no JN, sendo que alguns nomes não foram divulgados sequer nas notas de intenção de votos, já que pela pouca porcentagem na pesquisa, muitas vezes essas candidaturas foram reunidas como “outros” ou “demais candidatos”, sem ter os nomes pronunciados.

TABELA 3

Quantidade de notícias de agenda por candidato	
Dilma Rousseff (PT)	28
José Serra (PSDB)	28
Marina Silva (PV)	17
Plínio de Arruda (Psol)	6
Levy Fidelix (PRTB)	2
Zé Maria (PSTU)	1
Rui Pimenta (PCO)	1

FONTE: Os autores.



Segundo informações do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2010), nove candidaturas foram deferidas para o cargo de presidente da república nas eleições de 2010. Além dos sete nomes citados acima, José Eymael (PSDC) e Ivan Pinheiro (PCB) também eram candidatos, ainda que sem as agendas divulgadas no JN. O silenciamento de alguns nomes e candidaturas demonstra que a cobertura eleitoral não garantiu espaço proporcional a todos os presidencializáveis.

Além das questões do contexto dessa específica disputa, algumas dimensões típicas da política contemporânea em todo o mundo estiveram muito presentes na cobertura. A crescente valorização do candidato e desvalorização da identificação partidária, e a prevalência dos fatores de curto prazo como instrumentos de decisão do voto, são alguns elementos típicos da cultura norte-americana que foram “emprestados” a outras partes do mundo e hoje também integram a democracia de público brasileira.

Na tipificação de Popkin, o critério do eleitor é o do processamento de informações de forma clínica, e não de forma estatística. Popkin observa que o personalismo é mais típico das eleições nos EUA do que nos países com sistemas parlamentaristas; contudo, a globalização das características do modelo de campanha americano (com a universalização, por exemplo, da centralidade da televisão na propaganda política) torna as diferenças cada vez menores, ao longo do tempo. (LEAL, 2002, p.70).

Seguindo esses conceitos, foi possível enquadrar 45 notícias como personalistas. Além desse quantitativo, em geral, as notícias de agenda também focaram mais as ações dos candidatos do que os programas de governo e projetos dos partidos, o que também garante tom personalista. Algumas merecem destaque por terem focado de maneira particular a personalidade dos candidatos à presidência:

É preciso um olhar atento para achar Marina Silva no meio da multidão. Ninguém saberia dizer quantos beijos, quantos pedidos de abraços, fotos e autógrafos atendidos. Em palanques de todos os formatos, a candidata do Partido Verde à presidência secou a garganta de tanto falar. (...) Cada detalhe é registrado pela filha Shalom, uma espécie de anjo da guarda que enche a mãe de carinhos. (...) O dia acaba em Juiz de Fora. No calçadão, conversa com o povo, ganha um saco de pipocas. É sempre assim: atrasa toda a agenda, parando para dar atenção. (...) No dia seguinte, em São Paulo, Marina já está pronta para uma sessão de fotos. E precisa sorrir. Maquiagem levíssima, feita com produtos antialérgicos. Na boca, o batom mais natural do mundo: raspas de beterraba para colorir os lábios da candidata verde. (JN, 2 out. 2010).

Já a abordagem temática serviu para que fossem identificadas aquelas matérias que se concentraram apenas no fato, sem se aprofundarem em questões mais amplas relacionadas ao assunto. Ou seja, focaram os aspectos essenciais, de forma resumida e sintetizada. As notícias de agenda dos candidatos normalmente são caracterizadas dessa forma, como mostra a passagem abaixo.



O candidato do PSDB à presidência, José Serra, apresentou, nesta segunda-feira, no Rio Grande do Sul, propostas para a alfabetização. (...) Serra disse que quer estender para todo o Brasil o projeto de alfabetização que criou em São Paulo. “Dois professores na sala de aula no primeiro ano do ensino fundamental: a professora titular e a professora auxiliar, para ajudar na alfabetização. A criança que sai do primeiro e do segundo ano alfabetizada, ela vai ter um rendimento muito maior nos anos posteriores e, portanto, vai ter um aproveitamento de educação superior”. (JN, 16 ago. 2010).

Devido ao pequeno tempo dedicado às matérias e à necessidade de agilidade na produção (a notícia transcrita acima teve duração de um minuto e foi elaborada no mesmo dia do acontecimento), o formato induz a abordagens menos aprofundadas: por exemplo, não houve tempo para explicação sobre a política de governo proposta para a educação por Serra, e apenas uma fala do candidato foi usada para ilustrar a ideia.

Em todo o corpus da pesquisa foi perceptível que as propostas de campanha obtiveram menos destaque que a agenda dos candidatos. Ou seja, as matérias sempre informavam os eventos de que os presidenciáveis participaram, as cidades visitadas e os encontros que realizaram, mas abordaram pouco as maneiras como os políticos colocariam em prática as promessas.

Exceto as reportagens da série fundamentada na pesquisa do Ibope, que revelou as principais preocupações dos brasileiros para a melhoria do país, e da série JN no Ar, quase todas as outras podem ser consideradas temáticas, a não ser quando um tema de campanha se demonstrou polêmico, como o caso da então ministra Erenice Guerra.

A Comissão de Ética Pública da Presidência da República começou a investigar uma denúncia da revista *Veja*, publicada no fim de semana, de que Israel Guerra, filho da atual chefe da Casa Civil, teria atuado como lobista para intermediar negócios com órgãos do governo em áreas de interesse da ministra Erenice Guerra. A investigação foi pedida pela própria ministra. (JN, 13 set. 2011).

O trecho acima faz parte de uma reportagem de cinco minutos, aprofundada, que ouviu diversas fontes. O que este trabalho questiona é por que, majoritariamente, temas de viés negativo, que envolvem o espetacular, os escândalos e meramente a disputa eleitoral, têm os valores-notícia⁴ aflorados e são tratados com a profundidade merecida, o que não costuma ocorrer com os demais. Para facilitar a compreensão do conteúdo analisado e das evidências que demonstram o uso de alguns enquadramentos, podemos dizer que o telejornal, assim como muitos veículos jornalísticos tradicionais, segue tendências observadas nos três fundamentos enumerados abaixo:

⁴ Segundo Traquina (2008), valores-notícia são critérios de noticiabilidade usados na seleção dos acontecimentos, como forma de enquadrá-los.



1) Lógica do escândalo

O somatório de uma sociedade que faz do espetáculo sua lógica predominante, de uma mídia que incorpora esses princípios, e de um espaço político que, cada vez mais, é impactado pelo fato de existir hoje uma democracia de público encontra-se sumarizado por um fenômeno: a tendência à cobertura midiática da política operar em torno do escândalo. Thompson (2002) caracteriza como escândalo o acontecimento ocasionado por transgressões de valores, normas ou códigos morais que, depois de divulgados, provocam reações e respostas públicas. Ressalta o autor que nem todas as denúncias jornalísticas se transformam em “escândalo midiático”, pois, para ser considerada como tal, é preciso que a revelação tenha repercussão e ganhe visibilidade como tema de interesse da “opinião pública”, ou seja, ela considera que a participação da mídia ocasiona a criação de um novo fato que não existiria sem a sua participação.

Em entrevista ao *Jornal do Brasil* em 2002 (COSTA, 2010), a partir do lançamento do livro “O escândalo político” no país, Thompson deixava claro que é impossível ao jornalismo deixar de noticiar e repercutir alguns escândalos. Entretanto, ele recriminava a total submissão à competição comercial e a falta de ética ao expor sem critérios assuntos pessoais que não contribuem para a discussão política, deixando em segundo plano temas mais relevantes socialmente.

- As conseqüências de um escândalo político não são necessariamente deletérias. Jornalistas sempre contribuem para a vida pública ao investigar e revelar casos de corrupção e abuso de poder. Criticar isso é ignorar o importante papel que certos escândalos tiveram para estimular o debate sobre os padrões de conduta na vida pública. (COSTA, 2010).

Logo, há evidências na literatura que apontam uma tendência da mídia no sentido de privilegiar coberturas políticas factuais, espetaculares, baseadas na lógica do escândalo (e, diante da presença dessas variáveis, baseadas numa visão simplista e reducionista da política).

Essa inclinação em noticiar fatos com esse perfil foi constatada na análise. Dentre as notícias que podem ser relacionadas a essa característica estão as que envolvem o caso de Erenice Guerra, o caso do ex-governador do Distrito Federal Joaquim Roriz⁵, e as que focam o caso do vazamento de dados sigilosos da Receita Federal⁶, denúncias que foram exploradas ao extremo.

⁵ Caso referente ao processo de impugnação de candidatura de Joaquim Roriz (PSC).

⁶ Denúncias de que o sigilo financeiro de parentes do candidato José Serra (PSDB) teria sido violado motivaram a investigação de funcionários da Receita Federal que poderiam ter atuado na violação.



2) Abordagem espetacularizada

Guy Debord (1997) descreve o mundo atual como a sociedade do espetáculo, na qual os bens têm caráter instantâneo e descartável, e o consumo é uma das principais práticas. O autor ressalta que, nesse contexto, as imagens - consideradas representações da realidade - são hipervalorizadas, e há afirmação da aparência. Variadas dimensões sociais seriam impactadas por estas valorações.

Trazendo, portanto, o debate dos valores predominantes desta sociedade para a compreensão do campo jornalístico (inserido em ambiente caracterizado pela competição cada vez mais acirrada e pela disputa por “furos”), é natural que a lógica da espetacularização passe a ser a estratégia preferencial de muitos veículos de comunicação de massa.

O fato de que na esfera da exposição pública constituída pela informação de massa a política se encena para as audiências do jornalismo deixa de constituir um problema. Ao contrário, o gosto do jornalismo pelo espetáculo parece se tornar freqüente, sobretudo depois do advento da televisão. (GOMES, 2004, p.343).

A tendência à valorização do espetáculo nas edições analisadas foi percebida no uso de ofensas e críticas pessoais entre entrevistados ou personalidades políticas durante a cobertura e também na valorização de assuntos que prezaram pela repercussão de escândalos, mesmo quando nenhum dado novo estava disponível para alimentar o assunto. O espaço destinado a repercutir desavenças entre políticos também é uma marca da abordagem espetacularizada e se fez presente nas matérias. Um exemplo refere-se à cobertura da eleição de Tiririca como deputado federal por São Paulo, que, devido à expressiva votação, conseguiu eleger mais três candidatos da coligação.

Segundo uma denúncia do Ministério Público Eleitoral de São Paulo, Tiririca é analfabeto. Tiririca levou uma carta pronta, mas um laudo do Instituto de Criminalística de São Paulo aponta artificialismo gráfico. Quem escreveu, desenhou a letra "s", por exemplo, de três formas diferentes. "Alguém, vamos dizer, piorou a própria grafia para fazer se passar pelo candidato, porque, pelo que tudo indica, ele não teria condições sequer de escrever aquele texto" [fala do promotor Maurício Antônio Ribeiro Lopes]. O promotor entrou na Justiça com uma denúncia por falsidade ideológica e pede que Tiririca não assuma o cargo. (JN, 4 out. 2010).

As matérias sobre o caso Tiririca demonstram a tendência ao espetacular, por terem tratado a candidatura de uma personalidade midiática como “estratégia comum” dos partidos e coligações, ao “escolher uma celebridade para puxar votos e garantir mais cadeiras na Câmara dos Deputados” (JN, 4 out. 2010). O assunto era abordado quase diariamente no telejornal, como uma novela, que a cada dia contava um fato novo do



processo. A cobertura dedicou mais tempo à polêmica, criada em torno da suspeita de analfabetismo, do que a explicar o que acarreta esse tipo de procedimento adotado pelos partidos ao apostarem em cantores, jogadores de futebol e demais figuras midiáticas sem história de militância como candidatos a cargo político.

3) Ênfase na disputa eleitoral e silenciamento de outras leituras

Das 268 notícias veiculadas nas edições analisadas entre 16 de agosto e 30 de outubro, apenas 26 abordaram a política de forma mais ampla, não restrita apenas à disputa eleitoral e às ações executivas e legislativas com esse intuito. Todas as outras silenciaram leituras sobre a política que não fossem vinculadas diretamente às eleições e aos eventos espetaculares ou que tendem a se transformar em escândalo midiático.

No período analisado, não apenas houve mais valências negativas do que positivas sobre a política, como o enquadramento mais utilizado para tratar do tema foi esvaziado da apresentação do mundo político como uma dimensão capaz de levar a sociedade à superação de problemas públicos. Ou seja, uma fração minoritária das matérias apontou possibilidades de que os prementes desafios (sociais, econômicos, culturais) da nação pudessem ser enfrentados por meio de instrumentos políticos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da verificação da cobertura também é possível que algumas candidaturas foram silenciadas, já que não foram citadas nenhuma vez nas semanas em que a análise foi realizada. Se considerarmos que o Jornal Nacional (JN) é o principal noticiário do país e uma das mais importantes fontes de informação jornalística para boa parte da população, podemos aferir que, nesse sentido, não foi garantida ao telespectador a informação mais completa.

Um ponto positivo observado no trabalho foi que o telejornal privilegiou, no período compreendido pela pesquisa, a informação política, tratando-a diariamente como um dos principais temas do noticiário, que também produziu mais reportagens do que notas sobre o assunto. Porém, ao encapsular o debate político em uma abordagem meramente factual-eleitoral (e, resalte-se, por meio de uma lógica espetacularizada e personalista), negligenciaram-se tratamentos do tema que fugissem à vulgata do senso comum, que associa a política a um universo que deve ser negado.

A maior quantidade de notícias classificadas como de valoração negativa em relação à política representa que até mesmo em momentos de celebração – no caso, o



período eleitoral – essa tendência se faz presente. Apesar de o quantitativo de notícias negativas não ser tão maior do que o de neutras e positivas, isso demonstra indícios que em outros momentos de menor celebração, a cobertura tende a ter viés ainda mais negativista.

Nesse sentido, o paradoxo é que, na cobertura do JN, o ápice de uma democracia representativa – o processo eleitoral para escolha do cargo mais importante da Federação – converteu-se não em um espaço para a discussão dos problemas nacionais, mas na reiteração da cantilena de desqualificação da política como fonte de superação de problemas sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALDÉ, Alessandra; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. **Tomando partido:** imprensa e eleições presidenciais em 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/1688/1432>>. Acesso em: 11 jul. 2010.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2008.
- COSTA, Cristiane. **Uma teoria do escândalo político**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp021020023.htm>>. Acesso em: 5 jul.2010.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GOMES, Taiga Corrêa. **A localidade no telejornalismo:** um espaço de interação e pertencimento *in* Intercom Sudeste 2006. Ribeirão Preto, maio 2006.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A nova ambiência eleitoral**. In: Lumina, Juiz de Fora: Facom/UFJF, v.5, n.2, p.67-77, jul./dez. 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo volume II:** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Editora Insular, 2.ed, 2008.
- VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (orgs). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Editora Insular, 2006.