

A eleição de Fortaleza nas páginas de *O Globo* e *O Povo*. Uma análise comparativa sobre enquadramentos e critérios de noticiabilidade.¹

Autor: Luís Celestino de França Júnior²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Resumo

Nas eleições municipais de 2004, a candidata do PT à Prefeitura de Fortaleza, Luizianne Lins, ocupou espaço destacado nos jornais impressos nacionais. A partir dos conceitos de enquadramento e de critérios de noticiabilidade, o trabalho pretende fazer uma análise comparativa entre o tratamento dado pelo jornal *O Globo*, um dos veículos da chamada imprensa nacional, e o jornal *O Povo*, de Fortaleza sobre a eleição e Luizianne Lins à prefeitura da capital cearense.

Palavras-chave: jornalismo, notícia, enquadramento, política, eleições.

01.Introdução

No dia 3 de outubro de 2004, data do primeiro turno das eleições municipais no Brasil, a candidata do PT à Prefeitura de Fortaleza, Luizianne Lins, era praticamente uma desconhecida no cenário da política nacional. Ou, pelo menos, os jornais (fora os do Estado do Ceará) assim a consideravam dado o fato de não lhe dedicarem espaço algum de destaque em suas páginas.

No dia 31 de outubro, data do segundo turno, um texto de perfil sobre Luizianne ocupava no jornal *O Globo* o mesmo espaço dedicado à derrota da prefeita de São Paulo, Marta Suplicy, também do PT. Qual o critério adotado pelo *O Globo* para que a eleição de Fortaleza ganhasse tamanho destaque é um dos objetivos que esse trabalho pretende analisar.

A primeira resposta poderia se amparar na ideologia dominante no campo jornalístico: “as notícias são como são porque a realidade assim as determina” (TRAQUINA, 1993, p.133). Ou seja, a eleição de Luizianne ganhou destaque nos jornais nacionais dada a relevância que sua candidatura representava por si só.

¹ Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom;

² Mestrando em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Bacharel em Comunicação formado pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

O boicote das lideranças nacionais do PT, partido do Presidente da República, que apoiaram a candidatura do PC do B, do deputado federal Inácio Arruda, o fator surpresa (os institutos de pesquisa não a apontavam no segundo turno) e o fato de ser uma jovem mulher (35 anos de idade), de uma corrente considerada “radical” dentro do partido explicam o porquê do destaque que ela ganhou? O trabalho se deterá a analisar como ela foi apresentada.

Para isso, selecionamos as notícias publicadas no jornal *O Globo* que trazem Luizianne como personagem (jornal de circulação nacional mas que, tendo como sede o Rio de Janeiro, não esteve envolvido em cobertura de eleição local no segundo turno dada a vitória do candidato do PFL, César Maia, logo no primeiro turno). A seleção se deteve aos textos publicados nos dias 3 e 4 de outubro (data do primeiro turno e um dia posterior) e 31 de outubro e 1º de novembro (data do segundo turno e um dia posterior).

A escolha das datas se deveu ao fato de esses serem os momentos de maior visibilidade do período eleitoral: o dia da eleição, quando os jornais trazem os perfis dos principais candidatos e o dia posterior, quando trazem perfis de candidatos vencedores, além de matérias sobre o dia da eleição.

Selecionou-se ainda textos do jornal *O Povo*, jornal com sede em Fortaleza e de maior influência entre a classe média local, nos mesmos dias anteriormente citados. A comparação buscará os pontos divergentes e convergentes entre os critérios de noticiabilidade de um jornal nacional não-envolvido diretamente na disputa e do jornal local que tem como público exatamente o eleitor de classe média de Fortaleza.

02. A notícia e seus enquadramentos possíveis

O relato objetivo de um fato considerado significativo e de interesse humano. Definição que pode aparentar algo simples carrega um complexo número de questionamentos. A começar pela objetividade defendida como ideal entre os jornalistas. A idéia de que as notícias emergem dos acontecimentos do mundo real, sendo o jornalista a “testemunha ocular dos fatos”, faz parte do paradigma que ainda hoje domina as redações.

O pesquisador português Nelson Traquina propõe um novo paradigma sobre as notícias:

“As notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e de textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento” (1993, p. 168).

Para ele, a produção de notícias é resultado de um processo de percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias), ou seja, diante do imenso universo de matéria-prima, os jornalistas precisam julgar o que pode se tornar um produto, o que pode ser noticiável.

Durante esse processo, o jornalista tem que ter a percepção que o acontecimento só vai “fazer sentido” se colocado entre as identificações sociais e culturais do público, algo que constitui a natureza consensual da sociedade.

“A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos destes quadros de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os media tornam o mundo a que eles fazem referência inteligível a leitores e espectadores (...) O delineamento, por parte dos media, de acontecimentos problemáticos dentro dos conhecimentos convencionais da sociedade é crucial de duas maneiras. Os media definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos” (TRAQUINA, 1993, pp.226-228).

A busca de identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos de “quadros de referência” vai servir como marco teórico para se entender a forma como a então candidata do PT em Fortaleza, Luizianne Lins, apareceu nas reportagens do jornal *O Globo*. Outro marco teórico importante é o conceito de enquadramento noticioso na cobertura jornalística de eleições. Segundo Mauro Porto, “trata-se de um nível mais geral de enquadramento que se refere aos padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos” (2004, p.70).

Ele identifica quatro tipos principais de enquadramentos noticiosos (“ângulo da notícia”):

1. temático: a ênfase nas notícias está nas plataformas e programas representados pelos diferentes candidatos;

2. corrida de cavalos: a ênfase está em quem está avançando e quem está ficando pra trás nos resultados das pesquisas;

3. personalidade: a ênfase está nas características (descrição das habilidades e qualidades) e na vida pessoal dos candidatos;

4. episódico: os jornalistas se restringem a relatar os acontecimentos sem enfoque em nenhum dos demais tipos de enquadramentos.

Após esta breve apresentação dos referenciais teóricos, segue os resultados da análise dos jornais *O Globo* e *O Povo*.

03. Primeiro turno.

Para ser candidata à prefeitura de Fortaleza na eleição de 2004, a então professora universitária e deputada estadual Luizianne Lins enfrentou uma série de resistências do seu próprio partido. Considerada da “ala radical” do PT, que mantinha uma série de críticas à administração do Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, Luizianne teve a candidatura boicotada pelo próprio partido que não lhe forneceu recursos para a campanha. A direção nacional do PT apoiava a candidatura do deputado federal Inácio Arruda (PC do B), alinhado com a administração federal. Tradicional aliado do PT, Inácio liderava com folga as pesquisas para a sucessão da cidade em junho, no início da campanha.

No decorrer da campanha, o próprio Lula chegou a gravar um depoimento a favor de Inácio para o horário eleitoral gratuito na TV que não pôde ir ao ar por determinação da Justiça Eleitoral. Além disso, o presidente nacional do partido, José Genoíno, havia chegado a chamar a candidata do PT de “aventureira”.

As pesquisas vinham apontando nas duas semanas anteriores ao primeiro turno um crescimento da candidatura de Luizianne e era impossível prever no dia 3 de outubro quais os candidatos (Antônio Cambraia (PSDB), Inácio Arruda (PC do B), Moroni Torgan (PFL) e Luizianne Lins (PT)) que disputariam o segundo turno na cidade.

Apesar de ter sido apresentada de forma diferente, tanto *O Povo* como *O Globo* tiveram o mesmo enquadramento sobre a eleição em Fortaleza. *O Globo* publicou notícia

em 3 de outubro de 2004 com o título: “Três candidatos disputam a 2ª vaga em Fortaleza”. Luizianne não ganha destaque na matéria que apenas menciona o fato de ela aparecer em 4º lugar nas pesquisas do Ibope e do Datafolha divulgadas no dia anterior à eleição. Num claro enquadramento “corrida de cavalos”, a notícia se restringe a apontar o desempenho dos candidatos à Prefeitura de Fortaleza nas pesquisas de intenção de voto. A eleição de Fortaleza aparece na editoria “país” como uma notícia secundária. As eleições de Porto Alegre e São Paulo ganham uma dimensão muito maior, tanto pela importância das duas cidades no cenário político-nacional como pelo desempenho do PT (2º lugar com Marta Suplicy em São Paulo e 2º lugar com Raul Pontt em Porto Alegre). Além disso, a notícia não dá nenhum destaque sobre a candidata do PT, Luizianne Lins.

Já o jornal *O Povo* traz como matéria principal de capa a pesquisa do Datafolha que aponta a indefinição em relação aos nomes que disputariam o segundo turno. Com um título neutro (“A caminho das urnas”) apresenta os números da pesquisa Datafolha em que Luizianne Lins aparece em quarto lugar: Moroni, 30%, Cambraia, 20%, Inácio, 19% e Luizianne, 17%. Na página 15 do jornal, os números da pesquisa são “destrinchados”, mas a candidata do PT também não ganha destaque algum na matéria em relação aos demais candidatos.

Com o título “Em Fortaleza, Luizianne surpreende até o PT” o jornal *O Globo* noticia no dia 4 de outubro a reviravolta na eleição da capital cearense. A breve notícia mobiliza a sucursal de São Paulo para ouvir o presidente nacional do PT, José Genoíno. “Constrangido, José Genoíno diz que a petista será a candidata do partido no segundo turno contra o PFL”, afirma a matéria. Novamente sem destaque em relação às demais matérias da editoria, que trazem resultados de outras eleições pelo país, a notícia narra o fato de no primeiro turno Luizianne não ter recebido apoio da cúpula nacional petista. A eleição de Fortaleza ainda não ganhara, nas páginas do jornal, destaque como receberia no segundo turno, conforme veremos a seguir.

Já o jornal *O Povo* também tem o mesmo enquadramento, mas obviamente por se tratar do jornal local, com um espaço bem maior e uma valência abertamente positiva à candidata. Narra a surpresa da ida da candidata do PT ao segundo turno com o fato de ela ter sido boicotada pela cúpula do partido num tom abertamente positivo para Luizianne logo no lead:

“Ela acreditou que seria possível, quando grande parte da cidade sequer a conhecia. Caciques do PT tacharam sua candidatura de aventureira, boicotaram e subestimaram seu potencial. Como resposta, ela se impôs, formou uma rede de apoio, canalizou a energia da militância e soube explorar os espaços políticos. Resultado: mesmo sem dinheiro e tendo de negar freqüentes boatos de que teria renunciado, Luizianne Lins (PT) está no segundo turno das eleições de Fortaleza”.

O uso de alguns termos na reportagem, assinada pelo repórter Erivaldo Carvalho, mostra como o discurso do jornal foi amplamente favorável à candidata petista. “Caciques do PT”, por exemplo, dá uma conotação negativa àqueles que criticavam sua candidatura. Na cultura política do nordeste, “cacique” é aquele que comanda e que tem a veneração de seus súditos, algo muito comum numa região marcada historicamente pelo domínio do coronelismo político mesmo no período democrático. Assim, Luizianne seria esse “contraponto” à velhas práticas da política que são associadas no texto à direção do PT, partido com uma imagem associada à lutas democráticas e defesa dos trabalhadores. Fica um discurso em que Luizianne seria a manutenção dessa velha tradição democrática petista.

O uso do verbo “impor” também carrega um juízo de valor positivo à candidata petista. Ele está associado ao uso da força e, no caso, ao fato de a personagem ter usado da força para se afirmar como candidata. Outro fator positivo no texto é a frase “canalizou a energia da militância”. Enquanto nos demais estados do país, se verificava um completo desestímulo da militância petista pelo desgaste do PT na administração federal, a candidata aparece como responsável por manter viva a “energia da militância”.

Na foto, Luizianne aparece sorrindo, segurando uma bandeira do PT, vestindo uma camisa vermelha com a estrela símbolo do partido e fazendo um “L” com os dedos. A foto é uma associação direta com os ícones do PT: a bandeira nas mãos representando a militância; a estrela vermelho e o “L” que representava a inicial de Lula, mas, nesse caso, servia para representar a inicial de Luizianne.

A cobertura do *Globo* se restringiu, assim, a quase um mero registro do resultado da eleição, com um enquadramento semelhante com o apresentado pelo jornal local, mas sem apresentar juízo de valor. No segundo turno, a cobertura do jornal muda completamente e, embora não sendo divergentes, não se assemelha mais à cobertura do *O Povo*.

04.Segundo turno.

No dia 31 de outubro de 2004, o jornal *O Globo* trouxe matéria principal ocupando toda a página 8 da editoria “País” com o título: “O caminho e o destino das duas louras do PT” e o sub-título: “Marta teve tudo que quis, mas chega a eleição como zebra; Luizianne, abandonada pelo partido, vira fenômeno”. Os dois textos se classificam como reportagens de perfil:

“Em jornalismo, perfil significa enfoque na pessoa – seja uma celebridade, seja um tipo popular, mas sempre o focalizado é protagonista de uma história: sua própria vida. Diante desse herói (ou anti-herói), o repórter tem, via de regra, dois tipos de comportamento: ou mantém-se distante, deixando que o focalizado se pronuncie, ou compartilha com ele um determinado momento e passa ao leitor essa experiência” (SODRÉ, 1986, p.126).

Ao traçar o perfil de Luizianne (herói) em frente ao de Marta Suplicy (anti-herói), o jornal *O Globo* passa a assumir um discurso de crítica em relação à candidata paulista e à direção nacional do PT. Como no quadro ao centro da reportagem em que são apresentados alguns dados das duas campanhas em forma de placar (anexo 1). O discurso é claro. Apesar de uma campanha milionária, Marta não decolou em São Paulo, enquanto Luizianne, com uma campanha simples e sem estrutura partidária, havia se tornado, segundo palavras do próprio jornal, “um fenômeno”. Dados sobre hábitos da vida pessoal também são contrapostos, como o fato de o corte de cabelo de Marta ficar entre R\$ 80,00 e R\$ 200,00 e o de Luizianne, R\$ 15,00.

Se compararmos o primeiro parágrafo dos dois perfis, fica clara não são a construção de Luizianne como “fenômeno” ou, nas palavras de Muniz Sodré, “herói”, ao mesmo tempo, em que Marta é apresentada como “anti-herói”:

Texto 1 (Marta): título: A estrela milionária dos candidatos petistas. Primeiro parágrafo: A prefeita Marta Suplicy teve literalmente tudo o que quis e o que não quis do PT nacional nesta eleição. Por ordem do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, Marta contou com uma das maiores estruturas de campanha da história do partido. Também por ordem de Lula, o PT nacional manteve-se afastado da campanha e aceitou a decisão da prefeita, que não quis interferência dos cardeais na linha política determinada por assessores locais”.

Texto 2 (Luizianne): título: A lôra risonha atropela os manda-chuvas. Luizianne Lins, a candidata desconhecida por um em cada dois eleitores de Fortaleza até três meses atrás, caiu no gosto popular. Nas ruas ela é conhecida como a “lôra do PT”. O neologismo apenas reproduz a tonalidade natural dos longos cabelos ondulados. Foi com o bordão ‘Luizianne é do PT’ que o marketing conseguiu massificar seu nome no primeiro turno, ao mesmo tempo que tentava salvá-la do boicote da direção nacional do seu partido, que apoiava Inácio Arruda (PC do B). A sigla e o símbolo do PT foram agregadas à campanha do comunista”

A categorização dos enquadramentos, tal qual proposto por Mauro Porto, não contempla o “ângulo da notícia” privilegiado pelo jornal *O Globo*, visto o texto do jornal ir além dos enquadramentos propostos por Porto. A disposição das fotos, por exemplo, reforça a idéia de confronto entre as representantes das duas correntes do partido. À esquerda, a foto de Marta em um comício e à direita, Luizianne também em comício acenando para uma multidão. As duas são colocadas como se estivessem olhando de frente uma para outra. Na legenda, a campanha de Marta é assim apresentada: “campanha milionária se espalhou por São Paulo”. Já a legenda da foto da campanha de Fortaleza apresenta: “símbolos petistas no material do adversário”.

O último parágrafo do texto sobre Marta é o espaço em que aparece o único contraditório à própria tese do jornal e aparece na fala do presidente nacional do PT, José Genoíno: “São cidades diferentes, com eleitorados diferentes. Além disso, em São Paulo é reeleição e em Fortaleza, não”.

Já a edição do jornal *O Povo* teve um enquadramento diferente. Com a manchete “Chegou a hora”, o jornal apresentava números da pesquisa Datafolha em que Luizianne aparece com 57% e Moroni, 43%.

Na página 4, o jornal trazia as notícias sobre a agenda dos candidatos na véspera (“Candidatos adotam estratégias distintas na véspera da eleição”) num claro enquadramento episódico. A neutralidade do texto é visível no primeiro parágrafo:

‘Na véspera do segundo turno, Moroni Torgan (PFL) e Luizianne Lins (PT) escolheram atividades totalmente distintas. Moroni promoveu uma carreata no Conjunto Ceará com aliados e militantes pela manhã. Na avenida Ministro

Albuquerque Lima, uma das maiores do bairro, houve grande concentração de panfletagem. Luizianne reservou o dia para a família e não participou de nenhum ato de campanha. Militantes fizeram bandeiraços em cruzamentos, pela manhã, e caminhadas no período da tarde”.

O jornal trouxe ainda a reprodução literal do debate entre Luizianne e Moroni realizado no dia anterior na rádio *O Povo*, veículo pertencente ao grupo de comunicação local. Com o título “Debate de Idéias. A cidade em discussão no *O Povo*”, o jornal destacava através de retransmissões alguns temas que estiveram em debate como “epidemia de dengue”, “limpeza nas ruas”, “cultura e história”, “Relação com a Câmara Municipal” e “relação com Brasília”, em que cada um dos candidatos apresentava suas opiniões sobre o tema. Ou seja, foi possível identificar três enquadramentos na edição do *O Povo* de 31 de outubro: episódico, corrida de cavalos e temático.

No dia 1º de novembro, a notícia da vitória de Luizianne ganhou destaque especial na página 16 da editoria “País” do jornal *O Globo*. A foto principal da página é a candidata do PT usando um chapéu de cangaceiro e fazendo o “L” com as duas mãos. O título da notícia é uma frase de Luizianne destacada entre parênteses: “A força da política é a força do povo”. Novamente, o texto tem como enquadramento a briga com a cúpula nacional do PT, conforme as frases destacadas da candidata: “Isso (vitória dela) foi importante para o PT entender que a democracia não é um fim em si mesmo e que é preciso estar sendo exercitada permanentemente”. Comparada com a cobertura das demais cidades pelo país, a cobertura da eleição de Fortaleza foi a que teve mais destaque entre as capitais, com exceção de São Paulo.

Já o jornal *O Povo* comemora a vitória petista em suas páginas. Primeiro com a capa, onde uma foto em que Luizianne aparece rindo e comemorando a vitória a ocupa quase completamente. Segundo, pela manchete: “Luizianne é prefeita com votação histórica”. O Jornal traz ainda três páginas seguidas em que dá continuidade a essa comemoração. Com o título “Luizianne bate recorde”, é destacado fato de ela ter tido a maior votação da história da cidade. “A vez do PT nordestino” destaca o fato de o partido ter obtido vitória em capitais nordestinas (Aracaju, Recife e Fortaleza), enquanto foi derrotado no Sul e Sudeste do país. “Festa vermelha na avenida” noticia a festa da militância na avenida da Universidade, tradicional reduto da militância de esquerda no

Ceará e “2006 na pauta da festa do PT” traz especulações em relação à eleição estadual de 2006, quando o poderio do grupo político comandado pelo Senador Tasso Jereissati (PSDB) poderia estar ameaçado. O tom de todas as matérias é abertamente positivo em relação à vitória petista.

05. Conclusões.

Em menos de um mês, a candidata do PT, Luizianne Lins, ganhou destaque em um jornal nacional sendo apresentada como novidade na política brasileira. Ela deixou de ser desconhecida de um público nacional e passou a ser tratada como “heroína” conforme se viu na matéria do 31 de outubro. Luizianne foi tratada com empolgação pela imprensa nacional, que chegou a deixar de mencionar em vários momentos que ela disputava a eleição contra um candidato do PFL e que Fortaleza era administrada há mais de dez anos pelo PMDB, partido do ex-prefeito Juraci Magalhães, nunca mencionado nas matérias. Ou seja, Luizianne travava uma disputa contra a cúpula de seu partido. Esse foi o principal referencial que a fez virar notícia nacional.

O referencial que *O Globo* deixa bem claro nos sucessivos enquadramentos que fez para tornar a eleição de Fortaleza noticiável é o fato de sua candidatura durante a cobertura se contrapor à política do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O candidato do PFL em Fortaleza, Moroni Torgan, quase não aparece nas notícias sobre a eleição cearense. Nada sobre os problemas da cidade são mostrados nas matérias do *O Globo*.

Havia outros enquadramentos possíveis. Tanto que *O Povo* chegou a publicar na edição do dia 31 de outubro matérias com “enquadramento temático”. Aqui, o referencial para se tornar noticiável é outro. Interessava ao público de Fortaleza, leitor do *O Povo*, saber quais as propostas de cada um dos candidatos para a cidade e o fato de ela ter brigado com a cúpula nacional do PT não foi algo que dominou os debates do segundo turno na cidade.

A análise das notícias de *O Povo* e *O Globo* confirma a hipótese de que os jornalistas precisam ter em mente a identificação social de seu público para definir o que é noticiável. Enquanto o jornal nacional, de um público maior e distante do dia-a-dia de uma disputa local, o que vai interessar são questões que estejam relacionadas à política nacional (que diz respeito a um público maior); ao público local, é preciso um debate sobre os

problemas da cidade, muito mais “pragmático” do que um debate “político-ideológico” do plano nacional. Daí surgem enquadramentos diferentes com tonalidades completamente diferentes para o mesmo fato.

Dada a relevância do tema, fica a sugestão de pesquisas que possam comparar coberturas do mesmo fato em veículos destinados a públicos diferentes, como forma de se identificar mais critérios de noticiabilidade dos jornais.

06.Bibliografia

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp, 2001.

LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Petrópolis, Vozes, 1979.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo, Summus, 1988.

PORTO, Mauro. *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil Ensaio sobre mídia, cultura e política*. São Paulo, Hacker, 2004.

SODRÉ, Muniz. *Técnica de reportagem. Notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo, Summus, 1986.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo. Questões, teorias e histórias*. Lisboa, Veja, 1993.

Periódicos:

Jornais *O Globo* e *O Povo*, edições de 3, 4, 31 de outubro e 1º de novembro.