



A imprensa douradense: os jornais diários na cobertura política governamental 2006¹

TELÓ, Bruna Caroline.²

Centro Universitário da Grande Dourados - Unigran

Resumo

A pesquisa propõe verificar como os únicos jornais impressos de Dourados, Mato Grosso do Sul, *O Progresso* e *Diário MS*, noticiaram durante o mês de setembro de 2006 a campanha eleitoral dos principais candidatos ao governo do Estado, André Puccinelli (PMDB) e Delcídio do Amaral (PT). As formas de análise da pesquisa serão a quantitativa e a qualitativa, verificando os enfoques e destaques oferecidos a cada candidato nos jornais. O objetivo é verificar quais as formas de linguagem (verbal e não verbal) utilizadas por esses meios de comunicação para prejudicar ou beneficiar os principais candidatos ao governo. Esta pesquisa estuda a forma de produção da notícia, analisando o relacionamento entre jornalistas e políticos, a ação dos *gatekeepers* e a existência da *agenda-setting*.

Palavras-chave: eleições 2006; imprensa douradense; política; produção da notícia.

Introdução

Em 2006 a população brasileira viveu um ano de eleições para a Presidência da República, Governos Estaduais, Senado Federal, Deputados Federais e Estaduais. Neste artigo será verificado como foram publicadas as notícias sobre os principais candidatos ao governo do Estado de Mato Grosso do Sul, André Puccinelli (PMDB) e Delcídio do Amaral (PT), nos únicos jornais impressos da cidade de Dourados, *O Progresso* e *Diário MS*, durante a campanha eleitoral em 2006. O período da pesquisa será o mês de setembro, último mês das campanhas eleitorais daquele ano, escolhido por apresentar um número maior de matérias sobre o tema “Eleições 2006”.

As matérias serão analisadas quantitativa e qualitativamente, verificando quantas vezes os candidatos apareceram nos jornais e como esses meios de comunicação os colocaram em suas páginas. Os resultados deste artigo serão expostos através de gráficos e porcentagens.

Em uma primeira análise de *corpus* verificou-se que os jornais apresentaram mais matérias sobre os candidatos ao governo André Puccinelli e Delcídio do Amaral, como se os outros concorrentes não existissem. No jornal *O Progresso*, por exemplo, encontram-se mais matérias sobre o candidato peemedebista e as fotos relacionadas a ele mostram um candidato feliz, confiante e com muitos aliados; já o candidato petista aparece sempre com um

¹ Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Acadêmica do 7º semestre de Comunicação Social – Jornalismo na Unigran.

semblante de preocupação e na maioria das vezes sozinho. Já no jornal *Diário MS* verificou-se que os candidatos ao governo não apareciam com muito destaque nas edições do mês de setembro e que suas matérias não ocupavam muito espaço das páginas do jornal.

A partir dessa análise prévia verificou-se que seria relevante pesquisar como os jornais diários de Dourados, MS, noticiaram os principais candidatos ao governo, uma vez que esses meios de comunicação são geradores de opiniões na região. Neste artigo será analisada a forma de produção das matérias, buscando conhecer como os jornalistas as produziram, desde a relação com a fonte (no caso o político) até o momento em que o jornal a publica.

Discussão teórica e pressupostos ético-filosóficos

Para que se tenha um embasamento nas afirmações que serão dadas ao longo deste artigo, o pesquisador precisa informar-se de teorias e pressupostos. As hipóteses teóricas do *agenda-setting* e do *gatekeeper* serão explicitadas, para que o leitor possa conectar esses conceitos com os dados que serão obtidos através das análises.

A hipótese do *agenda-setting* consiste no agendamento das notícias, é quando os meios de comunicação apresentam-nas sequencialmente, tornando-as importantes para a sociedade. Isso irá fazer com que os indivíduos pensem sobre seu assunto, formem opinião e expressem suas idéias. Essa hipótese analisa também o modo de recepção do leitor, como ele recebe a notícia e a partir disso qual opinião ele terá dela, porém neste artigo será analisada apenas a forma como os meios de comunicação produziram as notícias e a partir desta produção agendaram-nas, deixando de lado a análise de recepção.

Segundo SHAW (1979 *apud* WOLF, 2003: 144) a hipótese do *agenda-setting* defende:

Em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descuidado, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas.

No caso estudado os jornais têm o poder de decidir sobre qual assunto que envolva os candidatos o leitor deve pensar, uma vez que eles podem ser vinculados a assuntos que agradem a população (aumento de salário, melhoria no atendimento da saúde pública, garantia do 13º salário), ou não (corte de verbas, corte de vagas na rede estadual ou municipal, maior carga horária de trabalho).

O teórico WOLF (2003: 147) acrescenta sobre a teoria do agenda-*setting* afirmando:

...a hipótese do agenda-*setting* toma como postulado um pacto directo – mesmo que não imediato – sobre os destinatários, que se configura segundo dois níveis: *a.* a ordem do dia dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos *mass media*; *b.* a hierarquia de importância e prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na ordem do dia.

A ordem como os assuntos são expostos durante o dia também condiz com a hipótese do *agenda-setting*, pois, no caso dos jornais impressos, a hierarquização se dá através do posicionamento das matérias na página, sabe-se que matérias que aparecem na capa ou nas páginas ímpares são mais visadas pelos leitores.

Os jornais pesquisados por serem os únicos diários da cidade têm a capacidade de influenciar nas conversas e no dia-a-dia da população de Dourados e região, tudo isso conforme a produção das matérias. Através da hipótese do *agenda-setting* eles fazem com que cada indivíduo estabeleça uma agenda priorizando seus principais assuntos do dia.

O leitor/espectador já não tem mais diante de si a coisa tal como existe ou acontece, mas sim uma determinada valorização que o órgão quer que ele tenha de uma coisa que ele desconhece, porque o seu conhecimento lhe foi oculto, negado e escamoteado pelo órgão (ABRAMO, 2003: 31).

A hipótese do *agenda-setting* será utilizada durante as análises deste artigo, por apresentar uma teoria condizente com a realidade dos jornais. Jornais estes que já foram pré-analisados e apresentam visivelmente preferências político partidárias, percebidas mesmo sem uma análise profunda da linguagem do texto, mas simplesmente pela análise das fotos e títulos apresentados nas matérias. Isso ocorre pela escolha das imagens que será publicada e das palavras que ligam os candidatos à vitória, à simpatia da população, palavras estas escolhidas pelos editores dos jornais. Essa escolha condiz com a hipótese do *gatekeeper* que também será analisado no artigo.

Os fatos jornalísticos são um recorte no fluxo contínuo, uma parte que, em certa medida, é separada arbitrariamente do todo. Nessa medida, é inevitável que os fatos sejam, em si mesmo, uma escolha (GENRO FILHO, 1989: 188).

A hipótese do *gatekeeper* afirma que as informações são escolhidas pelos editores ou pelos donos dos jornais. *Gatekeeper*, que em português significa porteiro, é um termo que os teóricos utilizam para denominar o ato de filtragem das notícias nos jornais. Os editores e donos dos jornais têm o poder de decidir o que será publicado ou não nos veículos de comunicação em que trabalham.

Esse ato de filtrar a notícia nem sempre acontece por falta de espaço na edição, ou por serem matérias com assuntos semelhantes, acontece também pelo simples fato desses editores e proprietários quererem beneficiar alguma coisa ou alguém.

WOLF (2003: 183) afirma que a filtragem é uma forma de manipular a informação, de deixar de ser imparcial com a notícia que está sendo veiculada, pois se os editores e proprietários escolhem somente notícias sobre o consumo de água, por exemplo, conseqüentemente o consumo de refrigerantes irá diminuir, pois a sociedade irá pensar sobre o assunto, sobre os benefícios e malefícios dos dois. Com os candidatos acontece a mesma coisa, o jornal pode escolher matérias que beneficiam ou não a imagem de cada candidato, tentando interferir no pensamento dos leitores a respeito deles.

Através das análises propostas neste artigo pode-se descobrir como ocorreu a prática do *gatekeeper* nos jornais *O Progresso* e *Diário MS* e saber qual o enfoque dado às notícias sobre os candidatos é oferecido à população douradense.

A relação do jornalista e o político

Através da relação entre jornalista e político pode-se compreender melhor quais os critérios e caminhos que produtor e fonte utilizam para que a mensagem chegue até o leitor. Toda a relação que a sociedade tem para com a política, em época de eleições (período analisado) acontece através dos meios de comunicação. Portanto ao invés de estudar como é o relacionamento da política com a sociedade, prefere-se pesquisar como é o relacionamento do jornalista com o político, pois o comportamento da sociedade com a política será indiretamente e conseqüentemente, ligado ao relacionamento que o jornalista tem com o político.

Os meios de comunicação interferem no pensamento e nas decisões da população, no período das campanhas eleitorais não é diferente, os meios interferem, indiretamente, na escolha do voto da sociedade:

No Brasil, a imprensa é uma das instituições mais confiáveis, enquanto que a classe política é a menos confiável perante as avaliações do povo. Esse fato torna os políticos ainda mais dependentes da imprensa para construírem e manterem suas imagens (TEIXEIRA, 2006: 78).

Os jornais podem estar ligados aos partidos políticos visando interesses econômicos ou sociais, uma vez que os partidos políticos também estão ligados à imprensa, pois a mídia é uma arma de trabalho fundamental para eles. Nesta situação instala-se uma

condição de troca, onde o meio de comunicação precisa dos políticos, e os políticos, por sua vez, precisam do meio de comunicação.

Sem a ajuda dos jornalistas, os políticos não poderiam criar situações que lhes trazem poder e que façam com que sejam notados perante a sociedade. Os jornalistas são, nesta matéria, aliados dos políticos. Essa dependência gera um círculo vicioso em que jornal e político beneficiam-se, o jornal em troca de informações e o político em troca de votos. Essas informações sobre os candidatos irão gerar um alinhamento de notícias, ou seja, passará a ser um assunto essencial para o jornal e conseqüentemente para a sociedade.

Sendo os políticos fontes das notícias os jornalistas tendem a cultivá-los, esse acesso que o profissional irá manter é essencial para fluir os seus trabalhos. Com essa atitude os políticos e jornalistas passam a ter uma relação de confiança ou até mesmo cumplicidade, sendo que a maioria das notícias “sobre política surge através de conversas informais ou entrevistas, ao contrário, por exemplo, das notícias sobre economia e justiça, baseadas em documentos” (SERRANO, 1999: 9).

“Apesar das razões naturais para a cooperação entre jornalistas e políticos existem entre eles motivos naturais de conflitos” (SERRANO, 1999: 8). Os jornalistas, sendo profissionais, querem ter o direito de tomar suas decisões em relação a como escrever suas matérias, e não querem ser manipulados por assessores políticos ou pelos próprios políticos. Por sua vez, o político receia que os jornalistas possam denegrir sua imagem, prejudicando-o em sua campanha.

Entre esses conflitos existe uma relação entre políticos e jornalistas que prevalece. É a troca de “favores” estabelecida entre o jornal “empresa” e o político. Quando o meio de comunicação passa a aceitar benefícios financeiros dos políticos omitindo ou citando rapidamente informações negativas e enfatizando informações positivas, o jornal está apoiando partidos políticos, e conseqüentemente e indiretamente faz com que a sociedade também apóie.

Essa idéia do veículo de comunicação como empresa é que faz com que as notícias não sejam imparciais, que políticos, empresários, estabelecimentos sejam beneficiados moralmente perante a sociedade. É claro que para os meios de comunicação essa é uma prática que traz alianças sociais e econômicas, mas ela não desempenha corretamente o que deveria ser o papel dos veículos de comunicação: informar com imparcialidade.

A imprensa não poder esquecer do seu papel principal, que é ser “os olhos do povo” no sentido social, investigando as atitudes que não são bem explicadas pelos políticos, atitudes que geram dúvidas sobre sua moral e caráter. Todas essas investigações e denúncias



devem ser esclarecidas e mostradas à sociedade, esta que depende deste trabalho expositor que os jornalistas fazem para que aconteçam mudanças no dia destas pessoas, melhorias desde a infra-estrutura até na saúde.

Formas de análises

Para que se possa verificar como os jornais impressos douradenses beneficiaram os candidatos políticos, fez-se uma divisão das análises: quantitativa e qualitativa. A análise quantitativa verifica quantas vezes cada candidato foi noticiado no período analisado e será apresentada através de gráficos.

Foram analisados 24 exemplares de *O Progresso* e 24 de *Diário MS*, totalizando 48 exemplares, recolhidos diariamente durante o mês de setembro. O mês será analisado primeiramente por semana e depois no total, ficando assim dividido: semana 1 (4 a 10/09), semana 2 (11 a 17/09), semana 3 (18 a 24/09) e semana 4 (25 a 31/09). Lembrando que a semana 1 teve menos edições por conter o feriado da Independência do Brasil.

Com a versão impressa dos jornais em mãos, o pesquisador verificou primeiro o seu tamanho (altura X largura) e tirou sua mancha gráfica (altura da impressão X sua largura); multiplicou o número total obtido na página com o número de páginas de cada exemplar dos jornais, obteve então a mancha gráfica total de cada exemplar.

Logo após obteve-se a medida da editoria de política, multiplicando o número da mancha gráfica de uma página pelo número de páginas da editoria. Dentro da editoria de política serão medidas (altura x largura) aquelas matérias que falavam sobre as eleições 2006, logo após aquelas matérias que falavam sobre os candidatos ao governo do Estado de MS.

Descobrimos a porcentagem sobre os candidatos ao governo as matérias serão divididas em: André Puccinelli e Delcídio do Amaral; Todos os candidatos – que comportam as matérias que falem de todos os candidatos ao governo; e Outros candidatos – que comportam as matérias sobre os outros candidatos ao governo de MS. Após esse resultado é obtido somente o que os candidatos analisados nesta pesquisa, André Puccinelli e Delcídio do Amaral, apresentaram, comparando-os em cada jornal. Esse procedimento é feito em cada exemplar.

Obtiveram-se então seis resultados essenciais para a interpretação dos resultados: número total de uma página; total geral do jornal; total da editoria de política; total das eleições 2006; total dos candidatos ao Governo de MS e % dos candidatos.

Ainda na análise quantitativa serão analisadas as capas dos jornais, como um quesito separado. A partir da mancha gráfica de uma página tira-se a porcentagem que cada candidato ocupou nas capas dos exemplares, serão analisadas somente as matérias de capa sobre os candidatos ao governo do Estado de MS.

A qualitativa verifica o modo como eles foram representados e interpretados pela imprensa douradense, se as matérias os beneficiam, se o espaço dedicado a eles é suficiente para uma boa interpretação da notícia. Foram observados dois fatores: destaque e tratamento:

- **Destaque:** nesse quesito leva-se em consideração o espaço dedicado à notícia e à sua posição na página – visto que uma notícia publicada em página ímpar e na parte superior tem maior evidência que outra em página par. O espaço será analisado conforme o posicionamento das matérias, que serão classificados em **Bom, Regular e Insuficiente**.
- **Tratamento:** é como o jornal tratou a informação, se ela é **Favorável** ou **Desfavorável** aos candidatos. Aqui é levado em consideração apenas se a notícia enaltece ou denigre a imagem deles.

Os métodos e as técnicas de coleta e análise dos dados são baseados na metodologia aplicada na dissertação de mestrado de BARRETO, 2004.

Gráficos e interpretação dos dados

A princípio tirou-se a mancha gráfica de uma página de cada jornal: *O Progresso* = 1568,16; *Diário MS* = 1602,94. A partir da mancha gráfica total dos jornais foi possível verificar a porcentagem da editoria de política de cada um. O resultado da média da editoria de política nos dois jornais no mês de setembro de 2006, último mês das campanhas eleitorais daquele ano, foi *O Progresso*: 10,96%; e *Diário MS*: 8,34%.

O jornal *O Progresso* apresentou mais espaço para a editoria analisada. Na maioria das edições do mês de setembro de 2006 ele apresentou sempre quatro ou mais páginas de editoria de política, enquanto que o jornal *Diário MS* ultrapassou raras vezes a marca de três páginas da editoria por edição. É possível afirmar, através destes dados, que o jornal *Diário MS* concedeu pouco espaço ao tema.

Ainda no jornal *Diário MS*, na editoria política, foram publicadas muitas matérias referentes ao, então governador de Mato Grosso do Sul, Zeca do PT. Em quase todos os dias das quatro semanas analisadas foram encontradas matérias que falavam sobre o dia-a-dia de

Zeca, um fato que no jornal *O Progresso* não aconteceu, neste jornal, entre os 24 exemplares analisados o ex-governador apareceu somente quatro vezes.

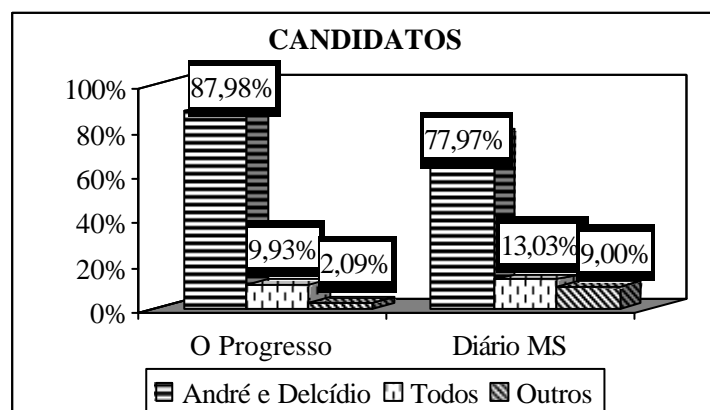
Tendo a porcentagem da editoria de política foi possível extrair a porcentagem do espaço dado às matérias que falavam sobre o tema “Eleições 2006”. O resultado de todo o mês de setembro das matérias que falavam sobre as eleições foram: *O Progresso* 44,01%; e *Diário MS* 41,98%.

Assim como a editoria de política, foi maior no jornal *O Progresso* o tema “Eleições 2006”. A diferença percentual é mínima, porém os enfoques das matérias são opostos nos jornais. Uma das maiores diferenças é o tema eleições presidenciais, enquanto o jornal *O Progresso* publica várias matérias sobre os candidatos à presidência, principalmente sobre Geraldo Alckimin, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o jornal *Diário MS* publica pouquíssimas informações sobre o tema, preferindo mostrar a disputa ao Governo e ao Senado de Mato Grosso do Sul.

Entre as matérias sobre “Eleições 2006”, verificam-se agora quais delas falavam sobre a eleição para o governo de Mato Grosso do Sul, que envolvia os candidatos André Puccinelli (PMDB), Delcídio do Amaral (PT), Eliseu Amarilha (PSDC), Tito Lívio (PV) e Carlito Dutra (PSOL). As matérias que envolviam todos os candidatos juntos também foram contabilizadas.

O resultado da porcentagem sobre as matérias dos candidatos ao governo do Estado foi: *O Progresso* 45,78%; e *Diário MS* 42,17%. Através desses números pode-se afirmar que a eleição para o governo do Estado foi muito noticiada nos dois jornais, pois ocupou quase a metade das matérias sobre as eleições, restando relativamente pouco espaço aos candidatos à Presidência da República, Senado Federal e Deputados Federais e Estaduais.

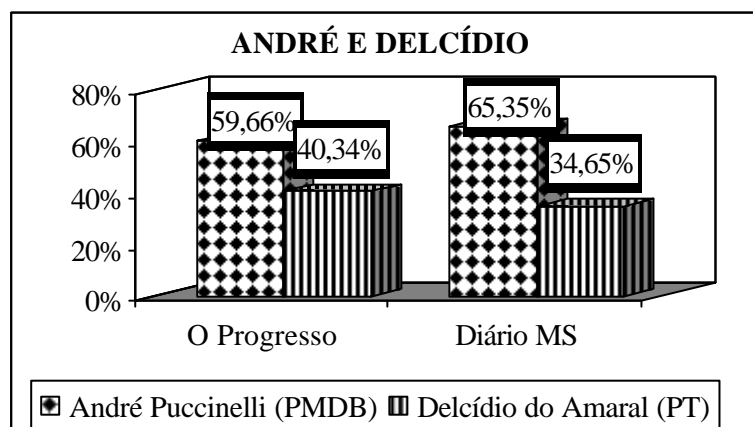
Entre os candidatos ao Governo de MS encontra-se uma diferença muito grande de número de matérias disponibilizadas para cada um. Na análise elas foram divididas em três categorias: **André Puccinelli e Delcídio do Amaral, Todos e Outros**.



O gráfico acima comprova a análise de *corpus* feita pelo pesquisador, onde foi verificado que os jornais disponibilizavam mais espaço a André Puccinelli e Delcídio do Amaral, como se os outros candidatos não estivessem na corrida pelo Governo.

Portanto os jornais não ofereceram o mesmo tratamento aos candidatos ao Governo de MS, podendo afirmar que ambos, nesse caso, beneficiaram André Puccinelli e Delcídio do Amaral, fazendo com que a população não acompanhasse o dia a dia dos outros candidatos.

A mancha gráfica que André Puccinelli e Delcídio do Amaral apresentaram em cada jornal tornou-se agora o 100%, descartando as matérias sobre os outros candidatos ao governo. A partir desse número é possível obter a porcentagem que cada um deles obteve separadamente, isso é o que o próximo gráfico apresenta: qual a porcentagem gráfica que cada jornal disponibilizou aos candidatos André Puccinelli e Delcídio do Amaral?



Através deste gráfico pode-se perceber que o candidato André Puccinelli foi mais noticiado em ambos os jornais, ocupando mais da metade das matérias. No jornal *Diário MS* a porcentagem foi maior, e a diferença entre os dois candidatos também.

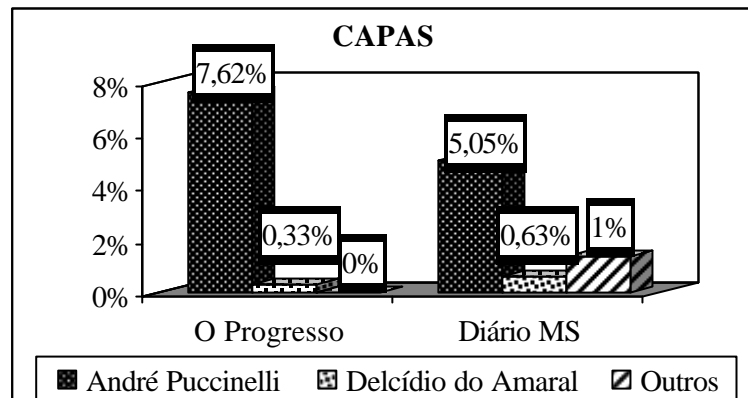
A partir desse resultado verifica-se que a hipótese do *agenda-setting* está presente nos principais jornais douradenses, uma vez que eles agendaram com maior periodicidade o candidato peemedebista, colocando-o em evidência em relação à Delcídio do Amaral.

Os jornais beneficiaram André Puccinelli - mesmo sem ainda saber qual o tratamento e o destaque dado à essas matérias - pelo simples fato de tê-lo colocado mais vezes em suas páginas, tornando-o assunto em Dourados e região. Também através desse gráfico pode-se perceber a ação dos *gatekeepers* dos jornais *O Progresso* e *Diário MS*, que escolheram, selecionaram mais matérias sobre o candidato ao governo peemedebista.

Uma vez que ele foi beneficiado pelos dois jornais, através de maior espaçamento gráfico, também pode-se afirmar que o político André Puccinelli teve uma relação melhor

com os jornalistas do *O Progresso* e do *Diário MS*, e soube utilizar melhor as armas que a mídia oferece, pois ele foi mais noticiado em ambos os jornais.

Outro quesito analisado foram as capas de cada edição. Foram separadas as matérias de capa que falavam sobre os candidatos ao governo de Mato Grosso do Sul. O gráfico abaixo apresenta o resultado.



O Progresso apresentou em geral somente chamadas sobre o candidato André Puccinelli, oferecendo ao candidato petista somente uma chamada de capa em todas as edições do mês de setembro, e ainda não apresentou nenhuma sobre os outros candidatos. O jornal *Diário MS* também apresentou mais chamadas sobre André Puccinelli, e disponibilizou mais espaço para os outros candidatos do que para o petista, Delcídio do Amaral.

Sabe-se que a capa é o lugar de maior evidência no jornal impresso e através do resultado do gráfico acima é possível afirmar que *O Progresso* teve a intenção de chamar a atenção do leitor para o candidato André Puccinelli, não somente pelo fato de ter tido uma porcentagem maior, mas por não ter apresentando praticamente nenhuma chamada sobre os outros candidatos, somente uma, e pequena, do principal concorrente, Delcídio do Amaral.

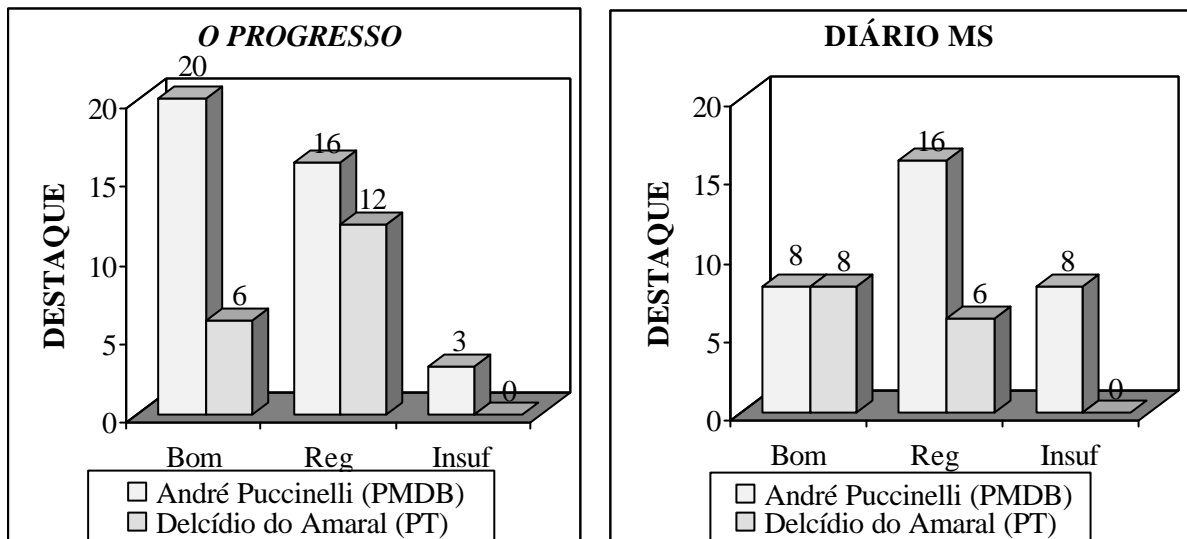
Também nas capas pode-se perceber a existência dos pressupostos da *agenda-setting* e dos *gatekeepers*, chegando, mais uma vez, à conclusão de que os jornais beneficiaram, através do espaçamento gráfico das capas, o candidato peemedebista.

Outro dado importante é que o jornal *Diário MS* apresentou, em quantidade, mais matérias sobre o candidato André Puccinelli, porém seus espaços eram muito pequenos, por isso o jornal *O Progresso*, em porcentagem, teve um índice maior de chamadas de capa, elas ocupavam, na maioria das vezes, toda a parte superior das primeiras páginas.

Na análise qualitativa será analisado como os jornais trataram as matérias sobre os candidatos André Puccinelli e Delcídio do Amaral, as chamadas de capa não serão contabilizadas. Nesta análise serão verificados o destaque e o tratamento das matérias nos

jornais *O Progresso* e *Diário MS*, serão analisados o número de vezes em que cada matéria apareceu, e não a porcentagem como na análise quantitativa.

O primeiro quesito analisado foi o destaque, verificando o posicionamento das matérias nas páginas.



Como já foi verificado na análise quantitativa o candidato André Puccinelli apareceu mais vezes nos dois jornais, porém os destaques disponibilizados por esses jornais não foram semelhantes. Enquanto *O Progresso* colocou-o na maioria das vezes em destaques considerados bons – páginas ímpares, acima da dobra do jornal – o *Diário MS* veiculou a maioria de suas matérias em locais considerados regulares – páginas pares, parte inferior.

Outra diferença entre os jornais é que o candidato Delcídio do Amaral, apesar de aparecer menos vezes em ambos, teve o mesmo número de destaques bons do que o concorrente, André Puccinelli, no *Diário MS*. Isso caracteriza um beneficiamento por parte do jornal para com o candidato petista, que mesmo com poucas matérias (em relação ao concorrente), apareceu na maioria das vezes em locais bons.

Levando em consideração que o destaque quem determina são os editores e dono dos jornais pode-se afirmar que o jornal *O Progresso* beneficiou o candidato André Puccinelli, colocando-o em maior evidência do que o *Diário MS*, que por sua vez beneficiou indiretamente o candidato Delcídio do Amaral, colocando a maioria de suas matérias em destaques bons.

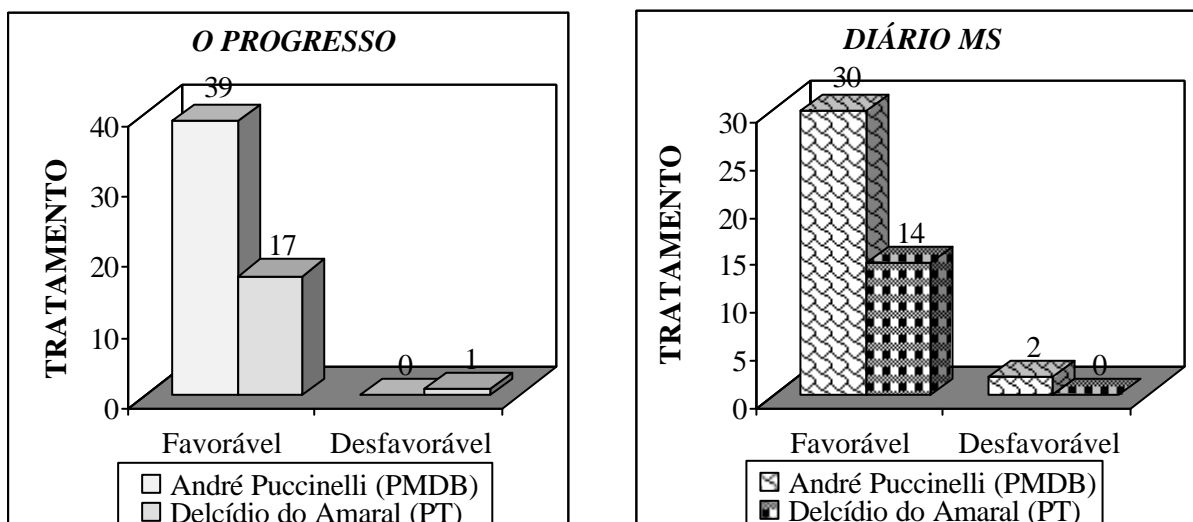
Essa ação feita pelos editores e donos dos jornais corresponde à hipótese dos *gatekeepers*, onde eles selecionaram o posicionamento das matérias, pensaram previamente onde cada um seria exposto, isso para beneficiar um e prejudicar o outro, mostrando, através do posicionamento, qual dos candidatos cada jornal apóia.

Outro fator que mostra como o jornal *O Progresso* evidencia André Puccinelli e deixa sempre Delcídio do Amaral em segundo plano é o resultado das matérias com destaques regulares. O candidato petista teve a maioria de suas matérias em lugares considerados secundários nos jornais, com menos importância.

A partir desses gráficos é possível afirmar que, em comparação, *O Progresso* beneficiou mais o candidato André Puccinelli do que o jornal *Diário MS*. Mesmo com a porcentagem de espaçamento gráfico menor que a do *Diário MS*, o jornal *O Progresso* colocou o candidato peemedebista em maior evidência, com a maioria das matérias em lugares bem visados de suas páginas.

Ao fazer isso os jornais estão, segundo Teixeira (2006), exercendo o poder de influência na sociedade, garantindo mais notoriedade a eles, como se o jornal que apóia o vencedor das eleições sairia também vencedor perante a sociedade. Os jornais utilizaram o poder que lhes é obtido para manipular os seus leitores, através das escolhas do posicionamento das matérias em suas páginas eles deixam transparecer qual o político está apoiando.

Além do destaque foi verificado também, na análise qualitativa, o tratamento que os jornais deram a cada matéria, se estava denegrindo ou enaltecendo a imagem dos candidatos.



Os gráficos sobre o tratamento das matérias mostram que os jornais não desfavoreceram diariamente os candidatos, apenas três matérias que denegriram suas imagens foram veiculadas durante o mês de setembro de 2006 nos jornais analisados.

O jornal *O Progresso* teve somente uma matéria que desfavorecesse Delcídio do Amaral. Este dado, apesar de ser pequena a proporção, reforça que o jornal *O Progresso* beneficia mais o candidato peemedebista, não importando em deixar Delcídio do Amaral com destaques regulares ou insuficiente e veicular matérias que prejudiquem sua imagem.

O jornal *Diário MS* faz justamente o contrário do concorrente, nas matérias sobre os principais candidatos ao governo encontram-se duas que prejudicam a imagem do candidato André Puccinelli, e nenhuma sobre o candidato petista. O jornal *Diário MS* apesar de ter mais matérias sobre o candidato peemedebista, é também o que tem mais matérias prejudicando-o, não só pelo tratamento, como traz os gráficos acima, mas também pelos destaques disponibilizados para as matérias sobre ele.

No jornal *O Progresso* o candidato petista foi chamado indiretamente de ‘cara de pau’, pelo candidato a deputado estadual, Eduardo Marcondes (PMDB), que convidou ele e o candidato à reeleição, Luis Inácio Lula da Silva, a passar ‘óleo de peroba’ em seus rostos, a matéria está inserida na página 5 do jornal, e a ofensa aparece no título, enfatizando-a. Já no jornal *Diário MS* o candidato André Puccinelli foi chamado de ‘provocador barato’ e também definido como ‘desesperado’, em ambas as afirmações de Zeca do PT, ex-governador. Neste caso a ofensa teve um destaque maior, pois apareceu nas capas do jornal.

Essas ofensas, definidas nos gráficos do tratamento como matérias que denegrissem a imagem dos candidatos, tiveram proporções diferentes nos jornais. Enquanto que no *O Progresso* a matéria que prejudicou Delcídio do Amaral apareceu dentro do jornal, na página 5, no jornal *Diário MS* as acusações apareceram, nas duas vezes, nas capas. Este dado mostra que o jornal *Diário MS* teve a intenção de que as ofensas fossem visadas por toda a sociedade leitora, uma vez que as capas são os lugares mais visados dos jornais, já o jornal *O Progresso* não enfatizou a ofensa, já que ela apareceu somente na página interna de uma de suas edições.

Conclusão

Feitas as análises quantitativas e qualitativas chega-se à conclusão de que o jornal *O Progresso* beneficiou o candidato André Puccinelli e que o jornal *Diário MS* não beneficiou claramente nenhum candidato.

Ainda que com mais matérias veiculadas em ambos os jornais o candidato do PMDB teve maior evidência no jornal *O Progresso*, desfrutando de um destaque melhor e de um tratamento 100% favorável. No jornal *Diário MS* ele, como já se afirmou, também foi mais noticiado se analisado o espaçamento gráfico, porém, apareceu por duas vezes na capa com termos que o prejudicavam, que denegriram a sua imagem, e ainda teve mais matérias em locais secundários no jornal.

O jornal *Diário MS* não beneficiou claramente nenhum candidato, porém teve um leve tendenciamento em ajudar Delcídio do Amaral na campanha por ter inserido suas matérias, na

maioria, em locais das páginas considerados bons, de 14 matérias sobre o petista 8 foram classificadas como tal. No tratamento das matérias não o prejudicou em nenhum momento, ao contrário do que fez com André Puccinelli, prejudicando-o duas vezes nas chamadas de capa. É quase imperceptível o beneficiamento ao candidato petista no jornal *Diário MS*, mas ele existe pelo simples fato do jornal não tê-lo prejudicado – como fez com o peemedebista – e ainda preferir colocá-lo em locais de maior destaque no jornal.

O Progresso beneficiou André Puccinelli em todos os quesitos analisados: espaçamento gráfico, destaque e tratamento. Através das palavras positivas, posicionamento nas páginas, chamadas de capa, o jornal foi influenciando o leitor, diariamente, que André Puccinelli era o melhor candidato ao governo de Mato Grosso do Sul. Quanto à Delcídio do Amaral ele não o prejudicou com palavras de mau trato ou com provocações, mas o fez por tê-lo colocado sempre em segundo plano, com menos matérias, somente uma chamada de capa e destaques secundários. O jornal esteve sempre atento às questões das eleições 2006, disponibilizando 44,01% da editoria de política para o assunto. Além de beneficiar o candidato do PMDB ao governo de Mato Grosso do Sul, *O Progresso* também trouxe várias matérias em apoio ao candidato à presidência da República, Geraldo Alckimin (PSDB), mostrando simpatia aos candidatos da frente direita política.

O jornal *Diário MS*, analisando todos os quesitos, não beneficiou explicitamente nenhum candidato. O espaçamento gráfico foi maior para o candidato peemedebista, porém o tratamento e o destaque das matérias tendenciaram um pequeno beneficiamento ao candidato petista.

Através desse resultado cabe a população de Dourados e região repensar antes de absorver as matérias sobre política publicadas nos jornais. A imparcialidade política inexistente também nos jornais da cidade. A imparcialidade jornalística é impossível de acontecer, mas é sempre preciso informar a verdade menos distorcida possível à sociedade, que na maioria das vezes acredita cegamente no que lhe é passado através da mídia.

Essa pesquisa serve também para que os jornalistas repensem em sua obrigação e no poder que eles exercem perante a sociedade douradense e da região, é através de seus olhos que toda uma população vai conhecer os fatos que viram notícia.

A arte de informar é rica e poderosa, mas merece sinceridade – na medida do possível, solidariedade – em querer fazer o outro saber, e disposição!

Referências bibliográficas



ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo, SP : Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

CORNU, Daniel. *Ética da informação* / Daniel Cornu; tradução Laureano Pelegrin. – Bauru, SP : EDUSC, 1998.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo – Redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo, SP : Editora Ática, 1991.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, RS : Editora Ortiz, 1989.

MELO, José Marques de. *Estudos de jornalismo comparado*. São Paulo, SP : Livraria Pioneira Editora, 1972.

POLISTHUCK, Ilana & TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação . O pensamento e a prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro, RJ : Campus, 2003.

RAYMOND, Aron. *Democracia e Totalitarismo*. Lisboa : Presença, 1966.

SERRANO, Estrela. *Jornalismo e elites do poder*. Lisboa, 1999.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ : Vozes, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de jornalismo impresso*. Florianópolis, SC : Letras Contemporâneas, 2005.

TEIXEIRA, Dilma. *Marketing político e eleitoral: uma proposta com ética e eficiência*. Osasco, SP : Novo Século Editora, 2006.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa : Editora Presença, 2003.