



## **O sentido da política no Jornal Nacional no período eleitoral de 2010<sup>1</sup>**

Fernanda Nalon Sanglard<sup>2</sup>

Paulo Roberto Figueira Leal<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

O artigo aponta, por meio de análise de conteúdo, os significados de política que foram acionados na cobertura realizada pelo Jornal Nacional, da Rede Globo, durante as eleições presidenciais brasileiras de 2010. A intenção é verificar se houve algum tipo de abordagem predominante não sobre os candidatos, mas sobre o próprio sentido do que seria a política – se as valências das notícias em relação ao fenômeno político entendido de forma ampla, e não meramente eleitoral, foram mais positivas, neutras ou negativas. Pretende-se verificar também qual foi o espaço diário destinado ao tema no telejornal e quais foram os enquadramentos jornalísticos preferenciais.

**PALAVRAS-CHAVE:** eleição; política; telejornal.

### **INTRODUÇÃO**

Diariamente, milhões de brasileiros 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). 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 o tema.

O Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, merece destaque por ser o principal telejornal do país. Conforme informações da pesquisa Ibope, de maio de 2010, o programa concentra 31 pontos da audiência (cada ponto de ibope equivale a cerca de 60 mil domicílios sintonizados), o que representa 54% da participação total no segmento (telejornais). (GLOBO, 2010).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, repórter das editorias Geral e Caderno Dois do Jornal Tribuna de Minas, e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, e-mail: nandanalon@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Doutor em Ciência Política (IUPERJ), professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, e-mail: pabeto.figueira@uol.com.br.



O objetivo do presente artigo, portanto, é 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. Por meio de uma análise de valência das notícias, busca-se verificar se, no período que integra o corpus da pesquisa, o JN veiculou mais notícias positivas, negativas ou neutras em relação ao fenômeno político entendido de forma ampla, e não meramente eleitoral.

Para tal, a pesquisa seguiu por base o modelo utilizado pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa) do IUPERJ (ALDÉ, MENDES; FIGUEIREDO, 2010), aplicado dessa vez não aos candidatos, mas à própria significação dada à política. Foram analisadas matérias veiculadas entre 16 de agosto e 30 de outubro de 2010, totalizando 30 edições do telejornal. Todas as edições foram gravadas e as 233 matérias de política nacional veiculadas foram transcritas para possibilitar o aprofundamento da análise.

O período de análise foi definido tendo como marcos delimitadores o início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), no primeiro turno, e a véspera do segundo turno das eleições. Foram analisadas duas semanas do JN em cada mês, exceto em agosto, que teve apenas uma semana incorporada ao corpus da pesquisa, já que o HGPE só foi autorizado a partir da segunda quinzena daquele mês.

Quanto tempo do telejornal foi dedicado à cobertura da política nacional? Por meio de que viés o tema político foi abordado? Quais tipos de enquadramento foram priorizados – por exemplo, houve predominância da lógica do escândalo midiático e da personalização da política nas matérias cujo foco era o processo eleitoral? Os questionamentos embasam o que se discute a seguir.

## **TENDÊNCIAS GERAIS DA COBERTURA**

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 (ver quadro 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 nas cinco semanas analisadas.



<b>Classificação da quantidade de notícias por tema</b>							
<b>Data</b>	<b>Política</b>	<b>Inter</b>	<b>Esporte</b>	<b>Nacional</b>	<b>Tempo</b>	<b>Prog. Própria</b>	<b>Economia</b>
16/8 a 21/8/2010	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
13/9 a 18/9/2010	<b>49</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
27/9 a 2/10/2010	<b>63*</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>4</b>
4/10 a 9/10/2010	<b>46</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>34</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>10</b>
25/10 a 30/10/2010	<b>45**</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>33</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>10</b>

Quadro 1: Categorização das notícias em sete temas

\*Quatro notícias foram classificadas tanto em política quanto em programação própria por abordarem os debates da Rede Globo

\*\* Duas notícias foram contabilizadas tanto em política quanto em programação própria por abordarem os debates da Rede Globo

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 debate 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. Um sorteio vai determinar quem será o primeiro a perguntar (...). (JN, 30 set. 2010).

Em relação ao tipo de produção das notícias, 174 das 233 matérias foram consideradas reportagens (ver quadro 2), por conterem cabeça ou nota-pé do âncora, *video tape* com entrevistas, narrativa do repórter (com ou sem passagem, abertura ou encerramento), e abordarem os assuntos de forma mais densa que as notas. Foram veiculadas 48 notas secas (apenas o âncora fala, sem uso de imagem), sendo que muitas contaram com recursos audiovisuais, como arte e gráficos, para divulgarem resultado de



pesquisa de intenção de voto. Nove notas cobertas (quando mostra imagens do fato, mas têm apenas narrativa do repórter ou do âncora) também foram ao ar no período analisado.

<b>Classificação da quantidade de notícias sobre política nacional pelo tipo de produção</b>			
<b>Data</b>	<b>Formato</b>		
	<b>Nota seca*</b>	<b>Nota coberta</b>	<b>Reportagem</b>
16/8 a 21/8/2010	3	-	27
13/9 a 18/9/2010	5	1	43
27/9 a 2/10/2010	17	1	44
4/10 a 9/10/2010**	3	7	35
25/10 a 30/10/2010	20	-	25
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>9</b>	<b>174</b>

Quadro 2: Comparativo da quantidade de notas e reportagens

\* Sendo que algumas foram notas com arte, como as de divulgação das pesquisas eleitorais

\*\*Nesta semana também foi veiculado um *stand-up*

Mas 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:

- 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;

- 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;



- 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.

<b>Categorização quanto à valência das notícias</b>				
<b>Data</b>	<b>Total de notícias</b>	<b>Negativas</b>	<b>Neutras</b>	<b>Positivas</b>
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	63	16	24	23
4/10 a 9/10/2010	46	14	13	19
25/10 a 30/10/2010	45	14	20	11
<b>Período total</b>	<b>233</b>	<b>82</b>	<b>74</b>	<b>77</b>

Quadro 3: Comparativo da valência das notícias

Como exemplos de matéria neutra estão aquelas que apenas divulgam os resultados das pesquisas de intenção de voto, 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 que 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, 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. Isso não quer dizer que tais informações não devam ser noticiadas, mesmo porque a fiscalização da imprensa muitas vezes contribui com o fortalecimento da democracia. Mas, 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 e que as consequências deles nem sempre são degradantes. 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 positivas 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 o seguinte: “Dilma Rousseff, 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 das eleições e do dia 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 quadro 3), as valências negativas foram as que tiveram mais menções.

## **A POLÍTICA ENQUADRADA NO JN**

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 233 notícias, 28 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.

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. No entanto, não se deu espaço a todos os candidatos à presidência. Enquanto as candidaturas dos três melhores colocados nas pesquisas de intenção de voto (Dilma, Serra e Marina) receberam matéria diariamente, os candidatos seguintes na colocação não foram citados todos os dias (ver quadro 4). Eles tiveram as candidaturas pronunciadas raríssimas vezes no JN, sendo que alguns não receberam nome divulgado nem nas notas de intenção de votos, já que pela pouca porcentagem na pesquisa, muitas vezes essas candidaturas foram reunidas como “outros”, sem ter os nomes pronunciados.

<b>Quantidade de notícias de agenda por candidato</b>	
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

Quadro 4: comparativo da quantidade de notícias de agenda de cada candidato

Segundo informações do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2010), nove candidaturas foram deferidas para o cargo de presidente da república nas eleições de 2010. Sendo que além dos sete nomes acima, José Eymael (PSDC) e Ivan Pinheiro (PCB) também foram candidatos. No entanto, nenhum dos dois teve suas agendas divulgadas no JN. O silenciamento de alguns nomes e candidaturas demonstra que a cobertura eleitoral não garantiu espaço proporcional a todos os presidencialistas.

A continuidade da análise permitiu enquadrar algumas notícias como personalistas. Em geral, as notícias de agenda focaram mais as ações dos candidatos do que os programas de governo e projetos dos partidos. Outra curiosidade é que as “cabeças” das reportagens sempre citavam o nome dos presidenciáveis. No entanto, algumas merecem destaque por terem focado de maneira particular a personalidade dos candidatos à presidência. Como é o exemplo das reportagens que demonstraram o perfil dos mesmos na véspera das eleições.

A repórter Lília Teles passou essa última semana de campanha com Marina Silva, do PV.

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. “Estou andando o Brasil de ponta a ponta, 24 horas no ar”, diz. Cada detalhe é registrado pela filha Shalom, uma espécie de anjo da guarda que enche a mãe de carinhos. Para atender os compromissos, Marina cortou o céu de avião fretado pela campanha. Ela reza, pede a Deus para evitar turbulências, um trauma antigo. (...) 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. E ela ainda corre para terminar o dia no Rio de Janeiro e altera a rotina da Central do Brasil. (JN, 2 out. 2011)

O mesmo ocorreu na véspera da votação do segundo turno, quando, novamente, as trajetórias de Dilma e Serra foram acompanhadas por repórteres. Na passagem abaixo, que se refere à matéria que abordou a campanha de Dilma, é possível notar que o tom personalista, também visível no trecho da reportagem acima, foi recorrente e parece ter sido a proposta do telejornal para o noticiário que foi ao ar um dia antes dos brasileiros irem às urnas.

O Jornal Nacional acompanhou toda a campanha dos dois candidatos à presidência até o debate desta sexta-feira (29). A trajetória de Dilma Rousseff (PT) está na reportagem de Poliana Abritta.

O mesmo gesto repetido incontáveis vezes. A forma de lembrar a promessa que fez meses atrás, no lançamento da candidatura. “Uma mulher que vai continuar o Brasil de Lula. Mas que fará o Brasil de Lula com alma e coração de mulher.” (...) Boa parte da campanha, Dilma passou com uma bota no pé direito, machucado em uma queda, enquanto fazia exercício na esteira. Em meio à caminhada política, uma pausa nos compromissos. No dia 9 de setembro, ainda no primeiro turno, nasceu, em Porto Alegre, o neto Gabriel. (JN, 30 out. 2010).



Já a abordagem temática serviu para que fossem identificadas aquelas matérias que se concentraram apenas no fato, sem aprofundar 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”.

De Porto Alegre, José Serra seguiu para Novo Hamburgo, na região metropolitana, para um encontro com candidatos do partido. (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 no caso citado 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.

Durante os dias de análise e 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 matérias podem ser considerada temáticas, a não ser quando um tema de campanha se demonstrou polêmico, como o caso que envolveu a 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 assunto foi abordado como deveria, para além do superficial. O que este artigo questiona é por que, majoritariamente, temas de viés negativo, que envolvem o espetacular, os escândalos e meramente a disputa eleitoral, têm os valores-notícia<sup>4</sup> aflorados e são tratados com a profundidade merecida.

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:

### *1) Lógica 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. 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 Roriz<sup>5</sup>, e as que focam o caso do vazamento de dados sigilosos da Receita Federal<sup>6</sup>. Os termos “denúncia”, “espionagem” e “investigação” se fizeram presentes em vários momentos das reportagens.

Conforme Leal (2002), o uso do escândalo político pela mídia integra um fenômeno relacionado à mudança no caráter da política, que está inserida em uma nova ambiência marcada pela “americanização” da disputa eleitoral. A crescente valorização do candidato e desvalorização da identificação partidária, e a prevalência dos fatores de curto prazo como instrumentos de decisão do voto, e a tendência à valorização do escândalo e do espetáculo no momento da disputa são alguns elementos típicos da cultura norte-americana que foram “emprestados” à democracia brasileira.

---

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

<sup>5</sup> Imagens de Joaquim Roriz foram divulgadas e mostraram o ex-governador tentando contratar um advogado que é genro de um ministro do STF. Se o genro aceitasse defender Roriz, o ministro, que tendia a votar contra o ex-governador no processo de impugnação de candidatura, ficaria impedido de participar do julgamento do STF por ser parente do advogado.

<sup>6</sup> Depois de denúncias de que o sigilo financeiro de parentes do candidato José Serra (PSDB) teria sido violado, as polícias Civil e Federal passaram a investigar funcionários da Receita Federal que poderiam ter atuado na violação. A imprensa acompanhou profundamente as denúncias e a apuração do caso.



## 2) *Abordagem espetacularizada*

A tendência 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 em algumas matérias.

Algumas falas como “eu não faço troca-troca em política”, de José Serra (JN 27 out. 2010), “em nome do moralismo, chancelar fórmulas que podem flertar com o nazifascismo”, do ministro do Supremo Tribunal Federal Gilmar Mendes (JN 27 out. 2010), e “nós não podemos permitir que o Senado seja um órgão subordinado ao Poder Executivo. Isso não faz bem à democracia e não faz bem à vida republicana”, de Itamar Franco – que acabava de se eleger senador por Minas Gerais (JN 5 out. 2010), e também as matérias sobre a eleição de Tiririca<sup>7</sup> (PR) como deputado federal de São Paulo e as divergências de opinião na matéria sobre a criação dos conselhos de comunicação (JN 26 out. 2010), são exemplos de valorização de frases de efeito e do espetacular.

Vale ressaltar que tanto a lógica do escândalo quanto a abordagem espetacular são considerados valores-notícia, ou seja, critérios do que deve ser noticiado, já que costumam atrair o interesse do público e têm maior chance de mobilizar a opinião pública.

## 3) *Ênfase na disputa eleitoral e silenciamento de outras leituras*

Das 233 notícias veiculadas nas edições analisadas entre 16 de agosto e 30 de outubro, apenas 24 abordaram a política de forma mais ampla, não ficando restritas apenas à disputa eleitoral e às ações executivas e legislativas com esse intuito. Todas as outras silenciaram leituras sobre a política que não fossem a disputa eleitoral e os eventos espetaculares ou que tendem a se transformar em escândalo midiático.

---

<sup>7</sup> O humorista Francisco Everardo Oliveira Silva, mais conhecido como Tiririca, precisou responder na Justiça Eleitoral por falsidade ideológica por suspeita de ser analfabeto. Ele foi o deputado federal mais votado do país nas eleições de 2010 e usou como slogan de campanha "Vote no Tiririca. Pior que está não fica".

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

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.

A partir da verificação da cobertura também é possível afirmar que algumas candidaturas foram silenciadas, já que não foram citadas nenhuma vez nas cinco 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 a uma abordagem meramente factual-eleitoral (e, ressalta-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.

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 num 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.

AZEVEDO, Fernando. **Corrupção, mídia e escândalos midiáticos no Brasil.** Disponível em: < [http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo\\_97.pdf](http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo_97.pdf)>. Acesso em: 11 jul. 2010.

GLOBO. **Direção Geral de Comercialização.** Disponível em:  
<[http://comercial.redeglobo.com.br/programacao\\_jornalismo/jornalnacional\\_dados.php](http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jornalnacional_dados.php)>. Acesso em: 5 jul. 2010.

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.

TSE. Disponível em:  
<<http://divulgacand2010.tse.jus.br/divulgacand2010/jsp/framesetPrincipal.jsp>>. Acesso em: 10 out. 2010.

THOMPSON, John B. **O escândalo político:** poder e visibilidade na era da mídia. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo vol. 2:** a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (orgs.). **Telejornalismo – a nova praça pública.** Florianópolis: Editora Insular, 2006.