



## **Crítica e cidadania na construção do discurso de um jornal pernambucano (Folha de Pernambuco) e de um jornal de circulação nacional (Correio Braziliense)<sup>1</sup>**

Ericka de Sá Galindo<sup>2</sup>

Universidade Católica de Pernambuco

Professor Orientador: Dr. Heitor Costa Lima da Rocha

### **Resumo**

O artigo traz uma discussão acerca do nível dos debates crítico nos textos dos cadernos de política dos jornais Folha de Pernambuco e Correio Braziliense, através da análise das notícias publicadas entre setembro e dezembro de 2006. Aspectos da produção da notícia como a predominância de argumentos como facticidade (formação de conceitos através de pressões externas ao discernimento) ou validade (os que servem de base para a construção de sentido racional compartilhado), pluralidade de fontes e enquadramento do governo e oposição, são cruciais para que se possa identificar o perfil crítico que o jornalista acredita encontrar em seu público leitor. A análise revelou uma imprensa que valoriza denúncias, muitas vezes infundadas, e, muitas vezes, exclui dos textos o debate crítico acerca de questões de relevância pública.

### **Palavras-chave**

Mídia; política; construção simbólica; crítica; teoria da notícia.

### **Introdução**

O reconhecimento da importância da mídia nas sociedades modernas não se restringe aos círculos acadêmicos ou dos profissionais que trabalham na área. A propagação de notícias sobre os mais diversos temas e para os mais diversos públicos é, por si só, um fenômeno da vida. Como destaca Adriano Duarte Rodrigues (2002, p. 224), é “a instituição midiática que desempenha, nas sociedades modernas, este papel estratégico de composição e de conseqüente cimento homogeneizador da vida coletiva”.

Assim, através de mecanismos específicos, a mídia confere legitimidade às outras instituições sociais, que, como tais, exercem influência direta na vida dos sujeitos. O estudo acerca de como a mídia discute o papel e as ações dessas instituições e os assuntos de interesse público pode ser a chave para um entendimento mais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Jornalismo do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. Bolsista do Pibic-Católica de agosto de 2006 a fevereiro de 2007. Email: erickagalindo@yahoo.com.br



completo da vida pública. A mídia é, portanto, responsável pela conexão entre as ações da vida pública e os indivíduos que dela fazem parte.

O peso da mídia na tomada de decisões no âmbito público “confirma o seu importante papel na figuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir dos mass mídia” (McCOMBS e SHAW apud TRAQUINA, 2001, p. 14). Dessa forma, a mídia não é apenas um canal por onde passam as discussões relevantes, mas um agente com força própria que tem o poder de criar e representar, de múltiplas maneiras, essas discussões.

Dentre os campos sociais, a política é, por princípio, o campo destinado às atividades públicas e de interesse público. A vida pública, como diz Sandra Jovchelovitch, existe para confrontar questões de interesse coletivo que não podem ser resolvidas através de caminhos que contêm apenas vontades individuais. A vida pública, diz Jovchelovitch (2000, p. 49),

envolve e constrói mecanismos que devem dar conta da diversidade que nela se expressa. Daí a importância do ‘nós’, enquanto sujeito da ação coletiva e produtor de poder, entendido aqui como um recurso gerado pela habilidade dos membros de uma comunidade de estabelecerem uma discussão e eventualmente concordarem sobre qual o caminho a seguir.

Ela defende que o debate público, mediado pelo discurso e pela ação, é indispensável para garantir a legitimidade do poder. A arena política, entretanto, tem sido alvo de desconfiança da população pelos inúmeros eventos de corrupção, impunidade e falta de comprometimento com o interesse público. O papel da mídia nesse quadro está no discurso por ela utilizado quando da publicização<sup>3</sup> dos acontecimentos. Esse discurso pode levar à autonomização dos representantes a partir da neutralização da pressão vinda dos representados. Assim, os políticos teriam autonomia para agirem da maneira como bem entenderem, uma vez que o risco de receberem críticas do público estaria neutralizado.

É precisamente neste processo de publicização dos acontecimentos que os meios de comunicação ganham destaque. Adriano Duarte Rodrigues (1980, p. 49) diz que os meios de comunicação social são “espaços permanentes de partilha da palavra, com uma dupla função, cognitiva e pragmática: dão a conhecer e produzem a opinião pública”. Os meios se mostram, portanto, imprescindíveis à legitimação do poder democrático.

---

<sup>3</sup> Tornar público.



É neste ponto em que se encontra o objetivo desta pesquisa. Para que se possa compreender o processo democrático defendido pela mídia é preciso analisá-la de maneira minuciosa e sempre dentro do contexto em que ela está inserida.

A etapa quantitativa desta pesquisa tem como objetivo analisar as notícias publicadas nas editoriais de política dos três jornais de maior circulação no estado de Pernambuco (Jornal do Commercio, Diário de Pernambuco e Folha de Pernambuco) em comparação com as publicadas em outros três jornais de circulação nacional (Folha de São Paulo, O Globo e Correio Braziliense). Para este artigo, a análise está restrita às notícias publicadas entre os meses de setembro e dezembro de 2006 na Folha de Pernambuco e no Correio Braziliense. No total, foram analisadas 190 notícias (119 do Correio Braziliense e 71 da Folha de Pernambuco), e estas foram organizadas no Statistical Package for the Social Sciences – SPSS.

O objetivo maior desta análise é medir o grau de crítica e cidadania presumido pela cobertura política. Este não é um estudo de recepção, mas pretende, através da identificação de aspectos específicos do discurso constituído pelas notícias, identificar o perfil crítico que o jornalista acredita encontrar em seu público leitor.

É certo que o perfil exato do público leitor não pode ser identificado de maneira acurada pelos jornalistas. Patrick Charaudeau (2006, p. 79), em seu livro *Discurso das Mídias*, diz que os meios de informação estão, a cada momento, fazendo escolhas para delinear o perfil do público levando em conta fatores como opinião política, classes sociais, profissões etc. Ele afirma que “a instância midiática não deixa de fazer previsões a respeito dos movimentos de avaliação do público quando este recebe uma informação”. Assim, a partir da análise das notícias, é possível determinar se o público presumido pelos jornalistas tem um elevado nível de crítica ou é mais acrítico; se valoriza questões de grande peso para as decisões políticas ou apenas discussões vazias de sentido.

Uma das principais análises proposta pela pesquisa se refere à distinção entre o tipo de argumento predominante nas notícias. Define-se como facticidade aqueles argumentos que estão sob a influência do poder econômico e político (por exemplo, notícias que tratam da disputa presidencial como apenas uma briga de políticos e de suas coligações pelo poder). Em contrapartida, definem-se como validade aqueles argumentos que servem de base para a construção de sentido priorizando a busca pelo melhor argumento (por exemplo, notícias que têm como foco o debate de idéias dos candidatos à presidência da república).



O resultado da análise dos dados aponta para um jornalismo que ainda concede muito espaço para notícias nas quais predominam argumentos nos quais prevalece a coação de pressões externas ao discernimento. De um total de 119 notícias de política publicadas pelo Correio Braziliense no período analisado, em 32,8 % predominou a facticidade. Na Folha de Pernambuco, das 71 notícias analisadas, no mesmo período, o percentual de facticidade chegou a 47,9%. Isto significa que o jornalismo político ainda dedica muito espaço para notícias que não favorecem a discussão válida, com foco nas questões públicas mais relevantes.

Para dar suporte à análise das notícias, foram estudados autores cujas idéias apontam para um jornalismo que atua no processo de construção da realidade. De acordo com a teoria conhecida como “teoria do espelho”, cujo auge se encontra em meados dos séculos XIX e XX, “as notícias são como são porque a realidade assim as determina” (TRAQUINA, 2001, p. 65). Os jornalistas seriam agentes que não se interessam por nada que os desviem da missão de procurar a verdade a qualquer custo.

Esta teoria, entretanto, mostrou-se, ao logo do tempo, uma “explicação pobre e insuficiente”, como afirma Traquina (2001, p. 68). Nesta pesquisa, foram utilizadas teorias como *agenda setting* e *newsmaking* junto com a de Habermas (teoria da ação comunicativa).

Assim, o objetivo desta pesquisa é analisar a mídia e seu papel na construção da realidade, especialmente no que se refere às discussões políticas e à tomada de decisões. É fundamental perceber se a mídia está cumprindo com o seu papel mais nobre: servir de espaço destinado à discussão de questões públicas.

## **Metodologia**

Para a fase quantitativa desta pesquisa, foram analisadas as notícias publicadas nos cadernos de política dos jornais Folha de Pernambuco e Correio Braziliense. Esta pesquisa faz parte de um projeto maior que analisa os outros dois jornais pernambucanos (Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco), junto com a Folha de S. Paulo (jornal de maior circulação em São Paulo) e O Globo (jornal de maior circulação no Rio de Janeiro)<sup>4</sup>. Desta forma, a Folha de Pernambuco foi escolhida por

---

<sup>4</sup> De acordo com dados disponíveis no site da Associação Nacional de Jornais ([www.anj.org](http://www.anj.org), fonte: Instituto Verificador de Circulação - IVC), o jornal Folha de S. Paulo teve uma circulação anual de 307.937 exemplares em 2005. No mesmo período, o jornal O Globo teve circulação de 274.934 exemplares.



ser um dos três jornais locais e o Correio Braziliense por ser o jornal de maior circulação no Distrito Federal.

A amostragem escolhida para esta pesquisa foi a estratificada, que, segundo Jorge Pedro Sousa (2004, p. 52), “consiste na constituição de uma amostra de unidades de análise baseada nas características de todo o universo de análise”. Sousa aponta, entretanto, que esse tipo de amostragem pode desviar os resultados da pesquisa caso aconteça algum fato que interfira, por exemplo, no número de notícias publicadas sobre o assunto estudado (no caso desta pesquisa, a política nacional) (SOUSA, 2004, p. 55). Como solução, Sousa indica a utilização concomitante de uma amostra estratificada por dias da semana, de maneira que, ao final, haja, por exemplo, meses ou quinzenas constituídas.

Assim, foram analisadas as notícias publicadas nos cadernos de política da Folha de Pernambuco e do Correio Braziliense durante quatro meses consecutivos, em semanas alternadas, e em dias previamente determinados. Desta forma, no mês de setembro, foram coletadas as notícias da última semana do mês, publicadas no domingo, quarta-feira e quinta-feira. Em outubro, foram coletadas as notícias da terceira semana. Em novembro, as da segunda e, em dezembro, foram coletadas as notícias da primeira semana, sempre respeitando os mesmos três dias da semana.

Jorge Pedro Sousa sugere a coleta de dados nos dias da semana de forma semelhante ao esquema descrito acima. Mas, devido às peculiaridades do congresso brasileiro e dos jornais, os dias da semana permaneceram inalterados durante os quatro meses.

A quarta-feira é o primeiro dia da semana em que se publicam mais notícias sobre política, uma vez que o dia anterior (terça-feira) é o primeiro dia da semana com grande atividade parlamentar, já que, costumeiramente, só há registro de ordem do dia (pauta de votação) a partir das terças-feiras.

A quinta-feira marca o centro da semana, o que representa um número considerável de notícias de política. Na rotina das redações dos jornais, o caderno de política publicado no domingo (salvo haja um acontecimento significativo durante o fim-de-semana) já começa a ser redigido dias antes. Assim, os textos publicados no domingo trazem notícias mais longas e completas, devido ao maior tempo de apuração de que o repórter dispõe.

Para analisar os aspectos das notícias coletadas, foi elaborada uma ficha de registro com 12 questões. A análise das notícias começa com a indicação do jornal ao



qual pertence o texto e o ano de publicação. Em seguida, a notícia é classificada em passível ou não passível de controvérsia significativa, o que determina o grau de relevância política do tema ou acontecimento em destaque no texto.

A variável seguinte permite determinar o tipo de argumento predominante na notícia: se validade ou facticidade. Esta distinção foi elaborada por Jürgen Habermas<sup>5</sup> e é útil para analisar como se dá a construção de sentido pela linguagem jornalística. A predominância de validade significa que o discurso prioriza a construção do consenso tendo como base, exclusivamente, a busca pelo melhor argumento. Em contrapartida, um texto cujos argumentos são baseados em facticidade é construído sob a influência do poder político e do poder econômico, dando relevância, apenas, à correlação de forças e de influências, enquanto a discussão de idéias e de aspectos públicos da política é descartada.

Em seguida, é analisada a presença de uma ou mais de uma versão no texto. O uso das fontes no texto também é um aspecto analisado nas notícias. As fontes são classificadas em determinadas, não determinadas ou anônimas. Analisar o uso de fontes anônimas ganha importância uma vez que o uso exagerado desse tipo de fonte evidencia o elevado nível de autoritarismo na atividade política. As duas variáveis seguintes também dizem respeito às fontes: definição do sexo; e o tipo de ator social (políticos, membros da sociedade civil ou populares). Esta análise é meramente ilustrativa e tem como objetivo, por exemplo, verificar a participação das mulheres como fontes políticas.

As notícias são, em seguida, categorizadas quanto ao nível de cobertura: nacional, estadual ou municipal. A partir daí, passa-se à identificação do espaço cedido ao governo e à oposição e do posicionamento adotado para cada lado (positivo, negativo ou neutro). Ao final do preenchimento das fichas de registro, as informações são transferidas para o Statistical Package for the Social Sciences – SPSS. A partir dos dados tabulados no programa, foram gerados os gráficos das variáveis mais significativas para a pesquisa.

Tendo em vista a complexidade dos dados coletados, decidimos por utilizar uma perspectiva de análise tal como proposta por Bauer, Gaskell e Allum (2002, p.24). Os dados da fase qualitativa “não falam por si mesmos, mesmo que sejam processados cuidadosamente, com modelos estatísticos sofisticados. Na verdade, quanto mais

---

<sup>5</sup> Cf. HABERMAS, 1997.



complexo o modelo, mais difícil é a interpretação dos resultados”. Assim, a busca pela sinergia entre a análise qualitativa e a posterior análise quantitativa é fundamental para uma compreensão mais completa possível dos dados.

### **Discussão e análise dos dados**

Durante os quatro meses de pesquisa, foram analisadas 190 notícias de política de dois jornais brasileiros. O objetivo final, como já foi dito, é medir o nível de crítica que os jornalistas acreditam encontrar em seu público leitor. A importância dessa análise está justamente no reconhecimento do papel do público na produção das notícias. “Apesar de silencioso, o público está presente na cadeia de elaboração do discurso, é deste silencioso processo de escuta que o discurso da mídia recebe o seu princípio, o seu alimento [...]” (RODRIGUES, 2002, p. 218).

A mídia tem todos os mecanismos para construir, das maneiras mais diversas, a notícia divulgada e causar efeitos igualmente diversos nos leitores. Esta pesquisa pretende esclarecer alguns aspectos da produção da notícia que são determinantes na definição do perfil presumido dos leitores. Em consequência dos diversos aspectos da prática dos repórteres (escolha de notícias, de fontes e declarações, por exemplo) o texto jornalístico traz, sempre, conceitos e idéias. Estes podem surgir sob a influência de uma promoção de uma discussão ampla e amparada nos interesses públicos ou sob a influência de meios de controle como dinheiro e poder. É aí que está a diferença na presunção do público leitor.

A influência da mídia na vida pública começa no momento primário de definição do que vai ser notícia naquele dia. A própria idéia de que existe uma realidade exterior para ser representada reforça os pilares conhecidos como a verdade e objetividade do jornalismo. Assim, “a distinção entre notícia e propaganda está no fato de a premissa ser embutida no trabalho dos *news assemblers*<sup>6</sup>: aqueles com propósitos deliberados produzem propagandas; aqueles cujo único propósito é refletir a realidade produzem notícias” (MOLOTCH e LESTER, 1999, p. 41).

É através da utilização de idéias de opinião pública que a mídia legitima seu discurso. Adriano Duarte Rodrigues (1980) diz que “a opinião pública é mais uma entidade inserida numa estratégia de legitimação e de contralegitimação, uma arma de

---

<sup>6</sup> Termo criado por Molotch e Lester (1999) para designar jornalistas, editores que, trabalhando a partir dos materiais fornecidos pelos promotores de notícias (fontes), “transformam um conjunto finito de ocorrências promovidas em acontecimentos públicos através de publicação ou radiodifusão” (p. 38)



mobilização política do que um conceito científico ou um instrumento de análise da realidade social” (p. 39). Os meios de comunicação atuam tanto como mensageiros da opinião pública como seus criadores (p. 49).

Em oposição ao que diz a teoria do espelho, segundo a qual as notícias são um reflexo da realidade, diversos autores defendem a produção da notícia como o “resultado de um processo de interação social” (TRAQUINA, 2001, p. 122). Os jornalistas são participantes ativos na construção da realidade.

Considerar a mídia como sendo capaz de construir sentidos e, ao mesmo tempo, admitir a objetividade como algo inerente à profissão do jornalista não são idéias compatíveis. Gaye Tuchman (1999) define a objetividade jornalística como um ritual estratégico, algo que o jornalista usa como proteção. Os jornalistas “invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos” (TUCHMAN, 1999, p.75). Esse ritual permite que o jornalista esteja protegido de críticas quanto à influência da sua subjetividade no processo de produção da notícia.

No mesmo sentido, Stuart Hall e outros (1999) afirmam que o processo de tornar um acontecimento público “é um processo social - constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (freqüentemente só de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona” (p. 226). Os meios de comunicação definem quais acontecimentos devem ser tornados públicos e, ao mesmo tempo, “oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos” (p. 228).

O próprio ato de transformar em texto escrito um acontecimento adiciona um fator humano à história que está sendo contada. Assim, “mais do que considerar a ‘exatidão’ dos fatos e a sua correspondência com uma realidade externa, podemos considerá-los como contributos da narrativa, como elementos numa ordenação humana dos mesmos” (BIRD; DARDENNE, 1999, p. 265).

É na narrativa que os mitos são construídos. Estes não se definem pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como a mensagem é proferida. Para Roland Barthes (2003), a imprensa está constantemente criando mitos através da narrativa. O mito, por princípio, “transforma a história em natureza” (p. 151), dando à imprensa, portanto, todos os instrumentos para apresentar um determinado acontecimento envolvido nos mais diversos conceitos. Para o leitor, “tudo se passa como se a imagem



provocasse naturalmente o conceito” (p.151), como se o próprio fato, por si só, criasse seu significado.

O lugar cedido pela mídia ao campo da política é constantemente ocupado pela discussão acerca de valores, conceitos e paradigmas. O que se verifica é a sistemática naturalização proposta pela mídia para certos aspectos por ela abordados. Adriano Duarte Rodrigues (2002) descreve o que ele chama de “estratégias de naturalização” da mídia:

A apropriação por parte do discurso midiático de parte da dimensão expressiva das outras instituições tende a naturalizar as pretensões legítimas construídas historicamente pelos corpos autorizados dessas instituições, a apresentá-las como naturalmente fundadas e, por conseguinte, indiscutíveis, o que tem como efeito mais importante a modernização dos fundamentos da legitimidade das outras instituições. (RODRIGUES, 2002, p. 225).

Durante os meses de coleta das notícias, alguns temas foram mais recorrentes. Nos dos primeiros meses (setembro e outubro), o escândalo do dossiê<sup>7</sup> foi um assunto que ganhou bastante destaque. Esse é um bom exemplo de como a mídia trata da corrupção como um acontecimento natural da vida pública brasileira. Temas como “corrupção e a impunidade são velhas questões, e sua naturalização na vida cotidiana é um sintoma do poder que elas detêm como padrões de comportamento social” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 26).

O que queremos destacar com esta pesquisa é que a mídia nem sempre retrata a política de maneira a convidar o leitor a refletir criticamente sobre o que acontece ao seu redor. Escrever sobre escândalos políticos, como o do dossiê, de forma superficial e sem compromisso cria um distanciamento inconcebível entre a política, o público e a mídia. Esse distanciamento e o “desencanto com a esfera pública, enquanto tal, geram um círculo vicioso, onde pensar e refletir sobre o espaço da vida comum ocorre sob o signo do impossível” (p. 27).

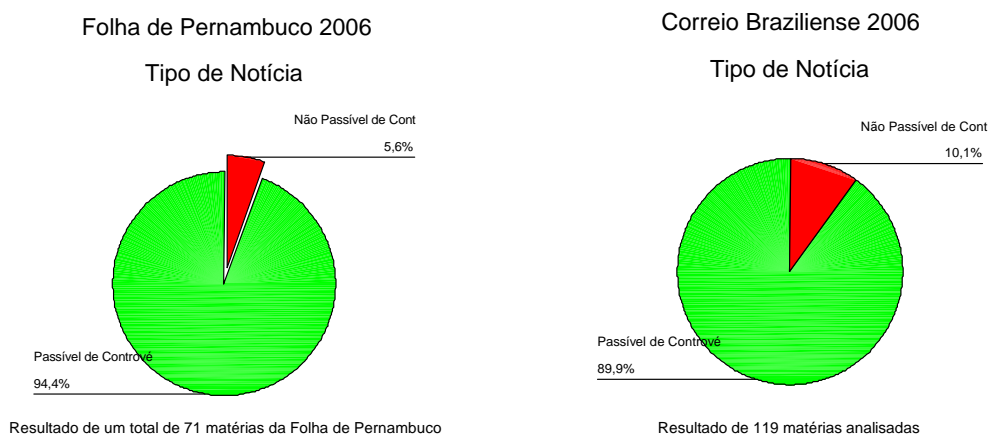
Durante a análise dos dados, ficou clara a função do jornalismo de delimitar os assuntos a serem discutidos pelos leitores dos jornais. A publicação de um determinado assunto pela mídia pode transformá-lo em tema de maior relevância pública. Esses temas são geralmente compreendidos como as questões mais importantes do dia, e isso “faz parte da função dos *media* da ‘agenda setting’” (HALL e outros, 1999, p. 233).

---

<sup>7</sup> Membros do PT foram acusados de encomendarem um dossiê contra José Serra, do PSDB. O dossiê supostamente continha provas de corrupção contra Serra.

De acordo com a teoria do *agenda setting* (ou agendamento), que surgiu na segunda metade do século XX<sup>8</sup>, os meios de comunicação “não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar” (TRAQUINA, 2001, p. 34).

A primeira variável a ser analisada é a que separa as notícias em passíveis ou não de controvérsia significativa. Essa variável mostra o nível de compromisso da mídia com assuntos de relevância pública, como a discussão sobre o posicionamento dos candidatos acerca da violência, por exemplo, e em que isso determina seu nível de preparação para ocupar o cargo ao qual é candidato.

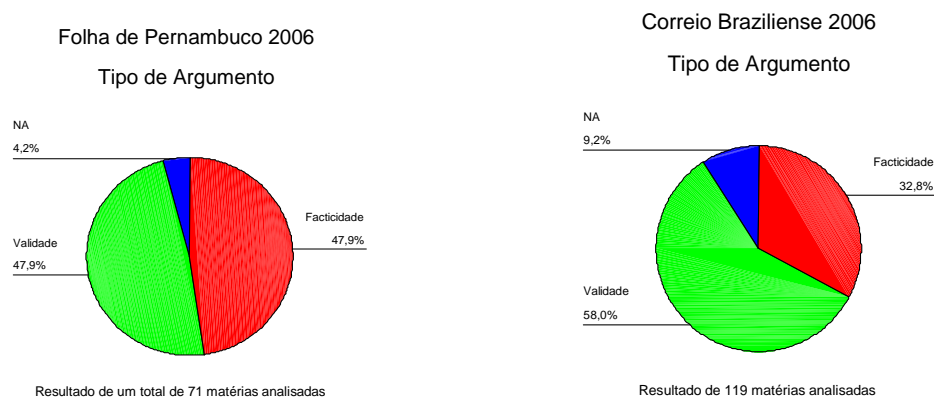


A simples presença de notícias classificadas como não passíveis de controvérsia compromete a atividade jornalística, uma vez que destina um espaço do caderno de política para tratar de questões sem qualquer interesse público.

Nos dois jornais, fica claro que as notícias classificadas como passíveis de controvérsia significativa apareceram em maior número, como reflexo do ano eleitoral e de escândalos de corrupção que apareceram neste ano. Mas esses números não são garantia de que os temas foram abordados dando prioridade a uma discussão aprofundada e com o foco no interesse público, como indicam os dados da variável que analisa o tipo de argumento.

Nos dois últimos meses de análise, as atenções dos jornais voltaram-se para as disputas eleitorais e as manobras políticas pós-pleito. Essas notícias são responsáveis pelo percentual que representa a predominância de facticidade (difusão de conceitos formados através da coação de forças alheias à razão) nos argumentos escolhidos.

<sup>8</sup> Cf. TRAQUINA, 2001.



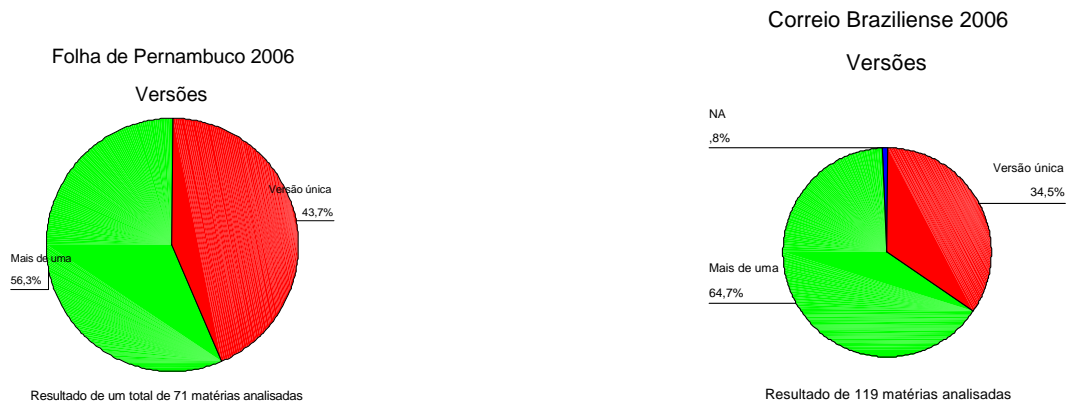
Nos dois jornais, o percentual de notícias com argumentos baseados em facticidade é muito significativo. Na Folha de Pernambuco, foi constatado um grande número de notícias sobre acusações (muitas vezes infundadas) contra candidatos ao governo estadual, principalmente durante os debates (oficiais ou não) entre eles.

No Correio Braziliense, foi reservado um espaço maior para a discussão de casos de corrupção (dossiê contra Serra) em nível nacional. Muitas vezes, as notícias traziam apenas as denúncias e possíveis conseqüências negativas que o candidato acusado poderia ter no número de votos. Isso configura um descaso com o público leitor por não discutir a fundo as questões.

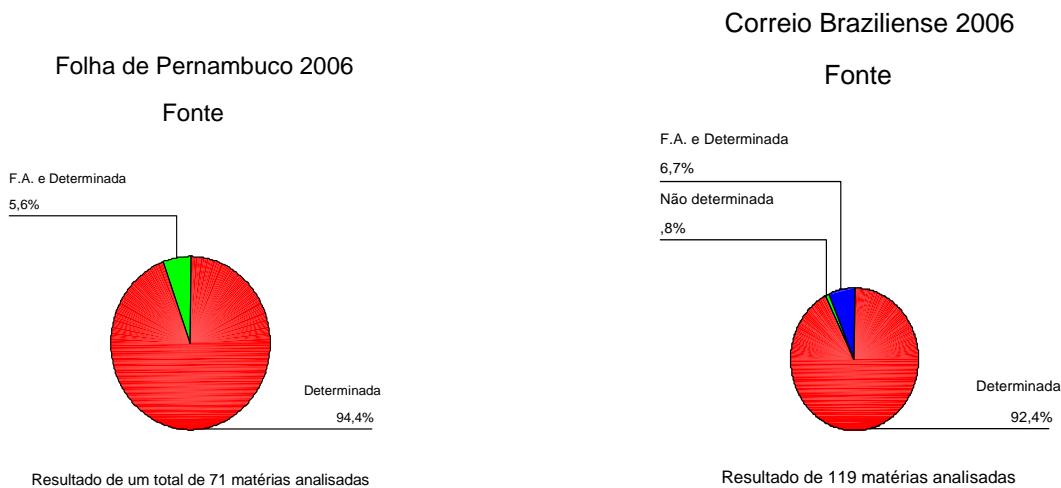
Nas semanas que antecederam as eleições, foi comum encontrar notícias que traziam um panorama da disputa eleitoral sem citar quaisquer pontos das propostas de campanha dos candidatos. Isso constata que a mídia descreve, predominantemente, as eleições como uma “corrida de cavalos” dando muito mais atenção ao jogo eleitoral “definido como relatos sobre vencedores e vencidos, estratégia e logística, aparições públicas e excitação desmesurada, do que a sua ‘substância’, definida como os problemas, as políticas, as características pessoais [...]” (PATTERSON, 1980, apud BLUMER; GUREVITCH, 1999, p. 193).

A variável seguinte pretende avaliar o nível de abertura dos jornais no que se refere à busca pelo maior número possível de versões sobre um acontecimento. No jornal Folha de Pernambuco, o número de notícias com apenas uma versão chega a 43,7%, quase metade dos textos publicados. No Correio Braziliense o percentual de notícias com apenas uma versão cai para 34,5%, número este que ainda é alto.

Na maioria das notícias sobre o escândalo do dossiê, o foco estava nas acusações da oposição e não havia resposta do governo. Esse fato foi mais explícito na Folha de Pernambuco, o que pode justificar o elevado percentual de notícias com apenas uma versão.



Em seguida, são analisados os tipos de fontes presentes nas notícias (determinadas, anônimas e não determinadas). Essa variável é importante para verificar a transparência e credibilidade das informações.

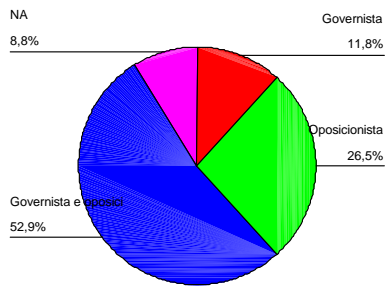


No período posterior às votações, várias notícias traziam expressões como “um assessor próximo ao presidente” ou “fontes do governo” para apresentar fontes anônimas que especulavam sobre os próximos passos do governo eleito (indicações políticas, por exemplo). Traquina (2001) alerta que uma “concessão indiscriminada [do anonimato] é particularmente lesiva no caso das fontes com acesso habitual ao campo jornalístico, que, por isso, muitas vezes só precisam recorrer ao anonimato para divulgar as informações desejadas sem assumir a responsabilidade por elas” (p. 47).

A seguir, passa-se à análise do espaço cedido ao governo e à oposição no estado de Pernambuco e no país. Na Folha de Pernambuco, entre setembro e dezembro, 52,9% das notícias apresentaram espaços divididos entre o governo e a oposição. Entretanto, 26,5% das notícias foram dedicadas apenas à oposição, enquanto que o percentual de notícias que trazem apenas o governo foi de 11,8%.

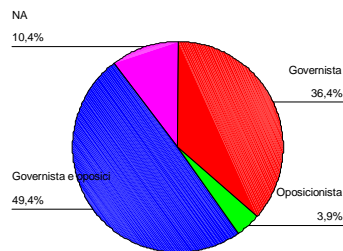
### Espaço cedido - nível estadual

#### Folha de Pernambuco - set. a dez.



### Espaço cedido - nacional

#### Correio Braziliense - set. a dez.

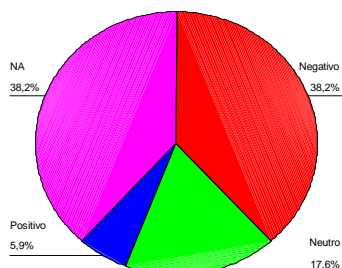


No Correio Braziliense, o percentual de notícias que contempla os dois lados chega perto da metade (49,4%). O percentual de textos que trazem apenas o governo, entretanto, chega a 36,4%, contrastando com o percentual oposicionista (3,9%). Isso é devido ao grande número de denúncias de corrupção contra membros dos partidos governistas antes e durante as eleições. Esse dado é comprovado quando se chega à análise do enquadramento do governo e oposição nesses textos (se positivo, negativo ou neutro).

Na Folha de Pernambuco, o gráfico do enquadramento do governo apresentou uma grande diferença entre negativo (38,2%) e neutro (17,6%), o que nos alerta para o fato de que o equilíbrio no espaço cedido para os dois lados não significa que houve igualdade no enquadramento. Já o enquadramento da oposição foi relativamente equilibrado (negativo: 29,4%; positivo: 23,5%; e neutro: 29,4%).

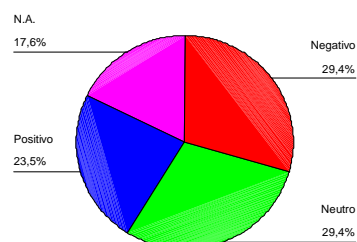
### Enquadramento Governista - estadual

#### Folha de Pernambuco - set. a dez.



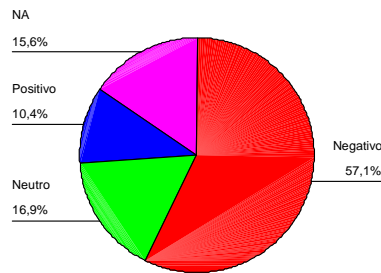
### Enquadramento Oposição-nível estadual

#### Folha de Pernambuco - set. a dez.

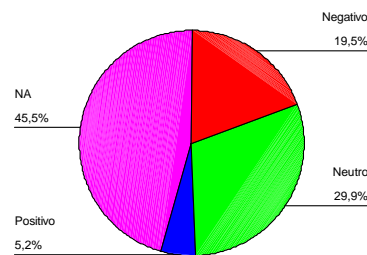


No Correio Braziliense, é explícito o enquadramento negativo dado ao governo (57,1%). Esse dado, quando confrontado com os 49,4% de espaço cedido ao governo e oposição nas notícias, demonstra que simplesmente dedicar igual aos dois lados não é suficiente.

Enquadramento Governista - nacional  
Corerio Braziliense - set. a dez.



Enquadramento Oposição- nacional  
Corerio Braziliense - set. a dez.



É certo que, durante os meses de pesquisa, o governo estava no centro das atenções por conta de suspeitas de corrupção. Mas, como mostra a variável tipo de argumento, os jornais não priorizaram o reconhecimento da validade racional dos posicionamentos.

## Conclusões

O resultado da análise dos dados aponta para uma prática jornalística que ainda está longe de ser a ideal no que se refere à busca pela discussão de temas relevantes para a vida pública do país. Ainda é muito alto o quantitativo de notícias nas quais predominam argumentos que deixam prevalecer o poder econômico e político, e não questões que favoreçam a formação de uma opinião crítica por parte do público leitor.

Os dados mostram que muitos aspectos do processo de construção das notícias precisam ser repensados pelos profissionais e empresas jornalísticas com o intuito de buscar, sempre, um jornalismo de qualidade voltado para o interesse público. Uma nova prática jornalística é necessária para que a imprensa brasileira não esteja restrita à publicação de escândalos e à conseqüente exclusão de assuntos relevantes da política.

Essa nova prática representaria uma saída para evitar a formação, no público, de um sentimento de descrédito nas instituições brasileiras, que, exatamente por serem precárias em muitos aspectos, devem ser analisadas por meio de debates nos quais o mais alto nível de crítica prevaleça sempre.



## Referências

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2003.

BLUMLER, Jay; GUREVITCH, Michael. A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja Editora, 1999.

BIRD, S. Elizabeth; DARDENNE, Robert W. Mito, registro e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1997, v. I-II.

HALL, Stuart e outros. A produção social da notícia: o *mugging* nos *media*. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

LESTER, Marylin; MOLOTCH, Harvey. As Notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja Editora, 1999.

PORTO, Sergio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: UnB, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **O campo dos media: Discursividade, narratividade, máquinas**. 1. ed. Lisboa: Vega, 1980.

\_\_\_\_\_. Delimitação, Natureza e Funções do Discurso Midiático. . In: PORTO, Sergio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: UnB, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia para estudantes de graduação**. Florianópolis: Letras Contemporaneas, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. 1. ed. São Leopoldo: UNISINOS, 2001.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.