



## **A qualidade da cobertura política no jornalismo pernambucano do Diário de Pernambuco: o desafio da legitimação social<sup>1</sup>**

Thaís Assis Vidal<sup>2</sup>

Heitor Costa Lima da Rocha<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE.

### **Resumo**

A prática do jornalismo político pretende atender às necessidades sociais de compreensão e debate a cerca das ações políticas. O papel do jornalista é, portanto, fundamental na busca de uma reflexão sobre o exercício político e as ações dos governantes. O que acontece muitas vezes, porém, é que o jornalismo não corresponde a esse papel, trazendo temáticas de pouca relevância, ou nenhuma, para o debate público, o que resulta em um jornalismo enfraquecido enquanto formador de opinião pública. Através da análise da cobertura das eleições 2010 de um periódico de referência em Pernambuco, o Diário de Pernambuco, avalia-se a prática do jornalismo político, que se mostrou ainda muito setorizado em partidos grandes, e centrado nos personagens e na campanha mais que na política e em discussões de relevância para a esfera pública.

### **Palavras-chave**

Teoria do Jornalismo; Ciência Política; Opinião Pública.

### **1. Introdução**

Em tempos de crise na consolidação do jornalismo no Brasil, em que o diploma é questionado e a profissão do jornalista passa por uma reavaliação pelos olhos do direito, entender a importância do jornalismo na formação da opinião pública, na sua confirmação ou até mesmo como fonte de mobilização para a esfera pública política se torna de extrema importância.

Através do reconhecimento de que o jornalismo é o setor da mídia que exerce um papel importantíssimo para o trato de questões de interesse coletivo e público, se destaca a importância da análise da prática jornalística, como forma de perceber se realmente estão sendo levantadas questões relevantes e válidas ou se o debate no jornalismo tem ficado restrito à facticidade, ou seja, ao que existe no mundo objetivo e é compartilhado no mundo social intersubjetivamente, em um pseudo-consenso externo à

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Jr do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Jornalismo da UFPE, email: [thaisvidal15@gmail.com](mailto:thaisvidal15@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor Adjunto do grupo de pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco e orientador do projeto de iniciação científica a partir do qual foi desenvolvido o presente trabalho. Email: [hclocha@gmail.com](mailto:hclocha@gmail.com)



opinião própria, como aprofunda Habermas (1997). Portanto, é importante avaliar os valores-notícia utilizados, que são elementos centrais da cultura jornalística, e fundamentais porque interferem também no modo como a sociedade enxerga o jornalismo.

A relação da esfera política com a comunicação ganha espaço privilegiado, porque o debate de questões que envolvem a sociedade precisa estar presente na esfera pública, e o jornalismo é o meio para isso. Principalmente porque o jornalismo pode ser usado como forma de dominação através da esfera pública, já que é o responsável pela articulação da discussão pública, onde é hegemonizado o discurso ideológico dominante, tarefa esta que deve ser desempenhada com o compromisso com a ética do discurso, para garantir o maior nível de inclusão social e, conseqüentemente, de racionalização pública e fiscalização do exercício de poder, procurando evitar a automização da representação política dos seus representados, ou seja, a sociedade.

São muitos os que vêem a imprensa como mantenedora da ideologia dominante e até mesmo reprodutora de um pensamento hegemônico. Como afirma Stuart Hall (1999, p 224),

os *media* não relatam simplesmente e de uma forma transparente acontecimentos que são só por si naturalmente noticiáveis. ‘As notícias’ são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas.

E isso se deve também a fatores relacionados à cadeia produtiva da notícia e seus processos, que envolvem o papel de *gatekeeper* do jornalista e interferem diretamente em como se realiza a prática jornalística, como bem destaca esse trecho:

nenhum aspecto da comunicação é tão impressionante como o enorme número de escolhas e rejeições que têm de ser feitas entre a formação do símbolo na mente do comunicador e o aspecto de um símbolo afim na mente do receptor (SCHRAMM, 1944 apud. WHITE, 1999)

O jornalista como *gatekeeper* é responsável por escolher o que será veiculado e o que não será, sob critérios que podem ser justificáveis, ou não, mas que estão sempre respaldados pela máxima da liberdade de imprensa, que, como Marx afirma em Liberdade de Imprensa, é central:

Goethe disse que o pintor só pinta com êxito aquelas belezas femininas cujo tipo ele tenha amado como indivíduos vivos alguma vez. A liberdade da imprensa também é uma beleza – embora não seja precisamente feminina – que o indivíduo deve ter amado para assim poder defendê-la. (MARX, 2007, p. 18).



Para compreender como a liberdade e a opinião pública unem-se à política, Habermas observa o esfriamento da esfera pública, o que reduz sua ação participativa na construção do jornalismo, que é feito para o público, mas que não necessariamente vem a atender suas necessidades. O ideal seria uma abertura do debate político para a esfera pública, de modo a mobilizá-la através da discussão publicizada pelos meios de comunicação, como destaca Jürgen Habermas (1997, p. 71):

Nem todos os interesses podem ser representados publicamente. Por isso, a esfera pública das comunicações políticas – (destacada por Kant) e aliada à expectativa de que os proponentes são consistentes em seus proferimentos e capazes de explicar coerentemente as suas propostas – exerce uma coerção procedimental saudável.

A preocupação maior, que partilha importância com o cuidado que se deve tomar com as informações e a validade delas, é a de que o jornalismo limite, por suas pressões de produção, o acesso do público a um debate relevante. O jornalismo de campanha, como já estudando em outras pesquisas, sofre com pressões do processo eleitoral em si, que o levam a se adequar em alguns pontos, como por exemplo: ter que selecionar diferentes setoristas para cobrir a agenda de campanha de diferentes candidatos; utilizar muitos dados e informações provenientes de assessorias de imprensa; o deadline e as questões de tempo e espaço; e até mesmo a concessão de espaço privilegiado para os partidos maiores em detrimento dos menores, muitas vezes por questões que estão à cima da ética jornalística, mas diretamente ligadas a questões político-empresariais.

Pela análise que faz Daniel Hallin (1994), há três esferas no jornalismo: a do consenso (em que os jornalistas não apresentam versões dissensuais por não se sentirem na obrigação de fazê-lo, seguem reproduzindo o pensamento único do discurso ideológico dominante); a do desvio (que constitui aquilo relegado por não fazer parte do discurso hegemônico e consensual); e a da controvérsia legítima (em que ocorre a prática do ideal comunicativo da teoria democrática). Essa conceituação de Hallin, ainda encontra correspondência, apesar de algumas contestações entre um autor e outro, na concepção de Habermas que especifica as três formas de deliberação na esfera pública: o modelo de acesso interno (em que prevalece, nas questões tratadas pela mídia, a lógica interna das estruturas de poder); o de mobilização (em que a esfera pública surge com certa autoridade e não mais submetida diretamente às estruturas de poder); e o de iniciativa externa (parte de movimentos sociais que institucionalizam na pauta jornalísticas certos temas de relevância social que a estrutura de poder pretendia



manter excluídos da visibilidade pública, de forma a criar opinião e vontade política para cobrar mudanças na ordem institucional capazes de conferir mais representatividade e legitimidade ao mundo da vida).

## **2. Metodologia**

Para avaliar a prática do jornalismo de campanha no período entre 1º de agosto e 04 de outubro (quando publicados nos veículos os resultados das eleições do 1º turno de 2010), foram utilizados conceitos na construção dos critérios avaliativos. Primeiramente, foi preciso identificar a validade da notícia, se passível ou não de controvérsia significativa. Nesse caso, enquadrá-la significa evidenciar que temáticas estão mais presentes, as que trazem debates sobre os problemas da população, as propostas, os resultados já obtidos e o que se pode fazer; ou, em caso de não relevante, o que um candidato disse sobre o outro fora da pauta dos temas que dizem respeito efetivamente às necessidades da sociedade, o que fez na tarde anterior, um hábito que possui, uma mania, coisas que podem até chamar atenção, mas que são irrelevantes politicamente. De qualquer maneira, o ideal buscado pelo jornalismo deveria atender às necessidades sociais, logo, não deveria haver notícias que se enquadrassem no quesito não passível de controvérsia significativa, pois evidencia uma falha no papel que deve ser desenvolvido pelo veículo de comunicação e um afastamento do padrão de excelência e credibilidade exigido pela prática democrática.

No caso do enquadramento entre versão única ou mais de uma versão, o fato de atender a determinado item coloca em questão a busca do jornalista pela diversificação de fonte, o que significa criar pluralidade no discurso, e não apresentar exclusivamente a ideia hegemônica. As subdivisões neste quesito, no caso da versão única, colocam as notícias enquadradas em dois tipos, as que usam uma ou mais de uma fonte, como forma de mostrar quando a versão única é assumidamente única, ou quando ela é mascarada pela presença de diversas fontes de facções diferentes do grupo dominante. No caso das notícias com mais de uma versão, as subdivisões são: com diversidade significativa, em que se aponta para uma prática ideal, e com diversidade sem sentido ou marginalizada, em que o desvio é mascarado para simular o ideal democrático, o debate pluralista de todas as versões existentes sobre as questões abordadas.

Enquadrando as notícias de maneira quantitativa, há uma complementação à análise qualitativa, através da verificação dos dados, ou seja, pode-se afirmar como o



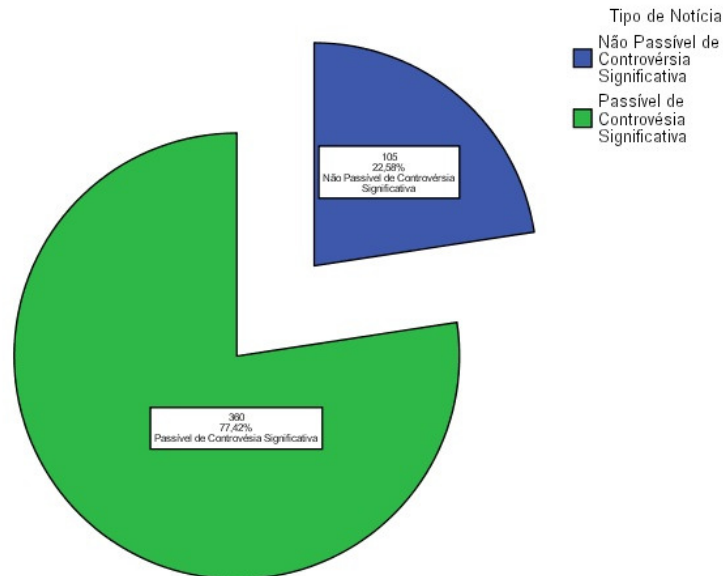
periódico trata determinados políticos, ou partidos, se dá espaço semelhante para todos os candidatos, e principalmente se promove um debate relevante para a sociedade ou limita-se a uma cobertura que se limita ao factual, que pode ser entendida, segundo Jürgen Habermas, como capitulação (adesão sem reflexão) à ideologia estabelecida faticamente, encenando um “pseudo-consenso” exatamente porque não expressa aspirações reais para o bem social.

Também se pode analisar qualitativamente a forma como o público é presumido nas estratégias de construção da notícia neste jornal, de acordo com duas variáveis: com uma visão consciente e responsável da importância da participação política cidadã ou com uma visão naturalizada que não concebe a possibilidade do indivíduo, através do exercício da cidadania, participar da construção social da realidade.

Isso porque a política pode ser tratada como hermética e restrita, como afirma Habermas em *Direito e Democracia, entre facticidade e validade*, “a política, seguindo o caminho de outros sistemas funcionais, tornou-se independente transformando-se num círculo de comunicação fechado em si mesmo” (HABERMAS, 1997, p. 30). Mas essa realidade amplia o papel do jornalista como articulador da opinião pública, o que exige dele um desempenho responsável diante do trato com a informação que transita entre a esfera política e a esfera pública.

### **3. Resultados e discussão**

Visualizando esses conceitos, se torna possível avaliar de que maneira o jornalismo político do Diário de Pernambuco foi feito na cobertura das eleições em 2010. De acordo com os dados coletados, é possível observar, uma prevalência de temas com relevância para a esfera pública, ou seja, as notícias passíveis de controvérsia significativa tiveram uma frequência de 77,4% das matérias analisadas. Para as temáticas sem relevância e que não propõem debate significativo, o percentual está em 22,6% o que na verdade não é positivo, pois qualquer frequência nesta estatística diferente de zero já é negativa, visto que não se deveria admitir matérias sem importância ou relevância social na cobertura jornalística, que naturalmente já enfrenta problemas de disponibilidade de espaço.



**Gráfico 1: Tipo de Notícia – Diário de Pernambuco**

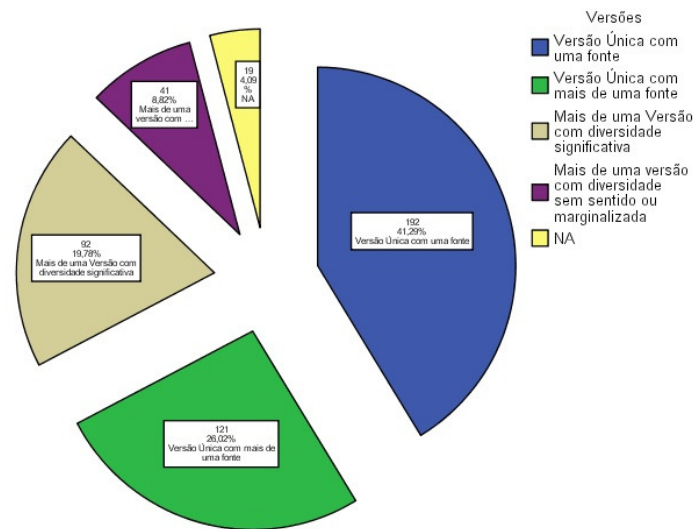
Como visto no Gráfico 1, a presença, mesmo que reduzida, de matérias sem relevância, evidencia uma contradição na prática jornalística. A função do *gatekeeper* é escolher e rejeitar, a partir de uma demanda do público leitor e da responsabilidade social de garantir uma diversidade significativa de versões autênticas na articulação da opinião pública. A partir do momento que se coloca em pauta notícias sem relevância, o filtro do *gatekeeper* parece apresentar um desvio.

É importante frisar, porém, que algumas matérias, como agenda dos candidatos, ou informativos sobre debates e entrevistas realizados por veículos da mesma empresa (Diários Associados), foram tratados como relevantes, pois em tempo de eleição é importante que o eleitor tenha acesso a informações que dizem respeito à campanha. Porém, o que pôde ser constatado, na maioria dos casos, foi uma ênfase maior ao processo eleitoral como espetáculo do que propriamente aos posicionamentos dos candidatos que deles fizeram parte. Isso revela uma distorção de função, porque o espaço jornalístico de debate, na esfera pública, deveria preocupar-se com os problemas que os eleitos terão que enfrentar e o que os candidatos se propõem, de maneira considerável, fazer.

Também é comprometedor que, apesar da maioria das notícias apresentarem assuntos relevantes, a forma como foram construídas deixa muito a desejar e não pode ser referida à maneira ideal, ou seja, com objetividade e imparcialidade. Como o Gráfico 2, a seguir, mostra, 67,3% das notícias trazem versão única, sendo 41,3% com



apenas uma fonte, e os outros 26% com mais de uma fonte. Os resultados para mais de uma versão somam apenas 28,6% e apresentam somente 19,8% com diversidade significativa na variedade de fonte. Os outros 8,8% exemplificam o caso mais grave na cobertura jornalística, a apresentação de mais de uma fonte com diversidade sem sentido ou marginalizada, o que mostra uma tentativa de maquiagem a notícia monológica, para que pareça trazer um debate relevante com amplo espaço para a apresentação de fontes diferenciadas e opostas. Ainda nessa categoria, há um percentual de 4,1% enquadrado como nenhuma das anteriores; esses casos são os que trazem notícias com informações sobre serviços relacionados à campanha, alguns que trazem apenas agenda, ou que divulgam debate, sem consultar alguma voz para qualificar notícia.



**Gráfico 2: Versões – Diário de Pernambuco**

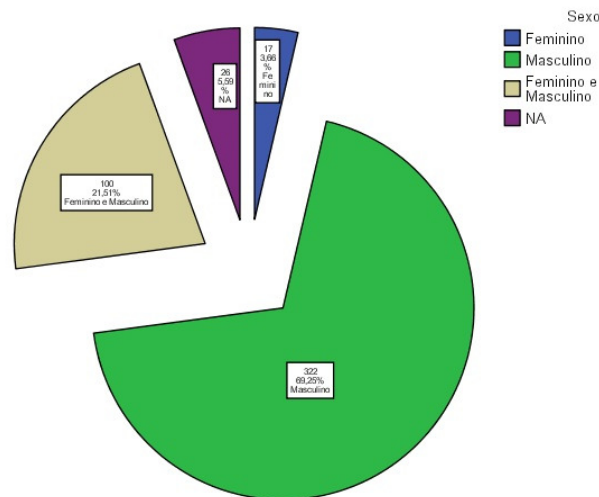
O que pode ser constatado é que o ideal na apuração e busca de fontes, a variedade, não chega nem a um quarto das notícias, o número de 19,8% para as matérias com diversidade significativa mostra que não está sendo atingido o ideal de prática jornalística. O que deve ser também tratado com destaque é o alto percentual para versão única, tanto nos 26% com mais de uma fonte, em que se tem uma tentativa de simular a diversificação de versões através da variedade de fontes, mas procedida sem êxito, pois não se altera o caráter de pensamento único na interpretação da realidade; quanto nos 41,3% das notícias com apenas uma fonte, um número altíssimo de apresentação de forma monológica, o que chega a quase metade dos casos. Isso pode ser atribuído ao aspecto já citado de que muitas vezes os jornalistas cobrem um candidato





ou partido específico, mas não justifica a prática não dialógica no jornalismo, principalmente político.

Outro índice que merece destaque é o que traz os percentuais das notícias separados por gênero, a partir do envolvimento de atores do sexo feminino ou masculino. Para as mulheres, o número é apenas de 3,66%, já para os homens chega a 69,25%. Esses números refletem a situação da política brasileira, dominada pelos homens, mesmo em ano de eleições presidenciais com duas fortes candidatas mulheres. Ainda assim, os números mostram uma predominância dos atores do sexo masculino nas notícias. As mulheres estão reduzidas a uma participação em 25,2% das notícias, partilhando a voz com homens em 21,5% delas.



**Gráfico 3: Atores – Sexo: Diário de Pernambuco**

A situação política evidenciada pelos números no Gráfico 3 foi tratada durante a campanha através de notícias sobre o envolvimento feminino na política e o debate sobre cotas de participação. Em notícia publicada em 1º de agosto de 2010, intitulada, “Mulheres entram para Cumprir Tabela”, jornalistas do Correio Braziliense<sup>4</sup> abordam a falha no cumprimento de parte da lei eleitoral que diz respeito a uma proporcionalidade de mulheres como candidatas. A lei em vigor nas eleições de 2010 foi a Lei 9.504<sup>5</sup>, de 30 de setembro de 1997, que afirma, em seu parágrafo terceiro do artigo 10º, "Do número de vagas resultantes das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação deverá reservar o mínimo de trinta por cento e o máximo de setenta por cento para

<sup>4</sup> O Correio Braziliense também faz parte da empresa Diários Associados, assim como o Diário de Pernambuco. Muitas notícias de cobertura nacional vêm do veículo. Como os próprios índices desta pesquisa mostram, 24,4% das notícias presentes nos mais de dois meses de campanha avaliados, são provenientes do periódico nacional.

<sup>5</sup> Informação disponível em <http://pt.scribd.com/doc/35007057/A-Lei-de-Cotas-e-as-Mulheres-na-Politica-em-2010>.



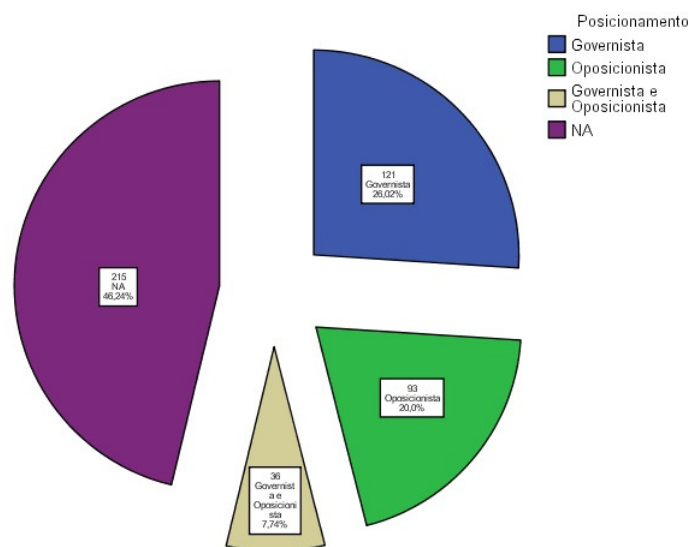


candidaturas de cada sexo". O que resulta numa determinação de que devem ser mulheres 30% dos candidatos de um partido. A matéria traz uma realidade relevante, a de que muitas mulheres entram para “cumprir tabela” sem que estejam realmente prontas para o exercício político, ou sequer cientes de seu papel. Com o uso de mais de uma fonte, entre políticos e sociedade civil, todos do sexo feminino, a análise a cerca da questão deixa transparecer a fragilidade desta lei, que pode colocar no poder mulheres não envolvidas seriamente com a política. O trecho da matéria que traz o depoimento de uma das fontes, Núbia Lima, candidata pelo PSL à Câmara Legislativa, exemplifica:

Mesmo candidata, demonstra distanciamento do cenário eleitoral. “Gosto da Marina. Ela Vai ser candidata à Presidência?”, questiona, durante a conversa sobre o perfil ideal de uma mulher na vida pública. “Decidi entrar de última hora. Não tinha pensado nisso, apesar de muita gente dizer que tenho perfil porque gosto de ajudar as pessoas.”.

Essa última parte ainda elucida a ausência de consciência política, pela ideia que faz a candidata do seu papel como agente público e representante do popular.

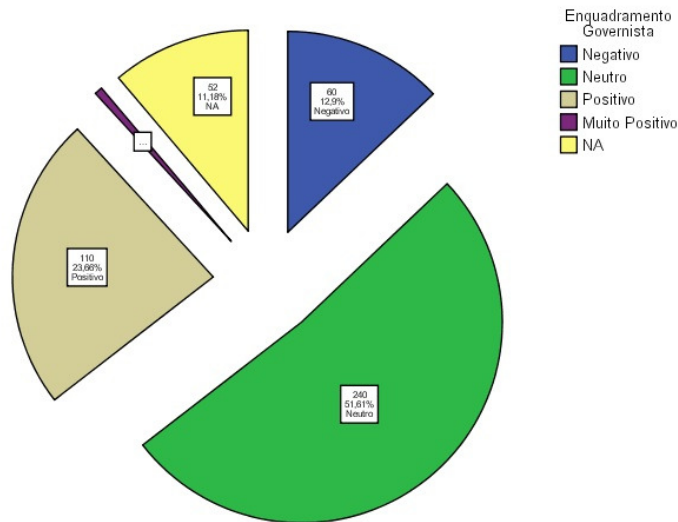
Os resultados mostraram também que, em mais da metade das notícias, o Diário se posiciona favoravelmente a algum candidato. Para os governistas, em 26% das matérias, para os opositores, em 20% e para ambos, em 7,8%. Isso mostra que é mais comum o veículo se posicionar em relação aos partidos e coligações do que preservar sua neutralidade, e objetividade, como se espera: “a ‘objetividade’ pode ser vista como um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos de sua profissão” (TUCHMAN, 1999. p. 74).



**Gráfico 4: Posicionamento – Diário de Pernambuco**



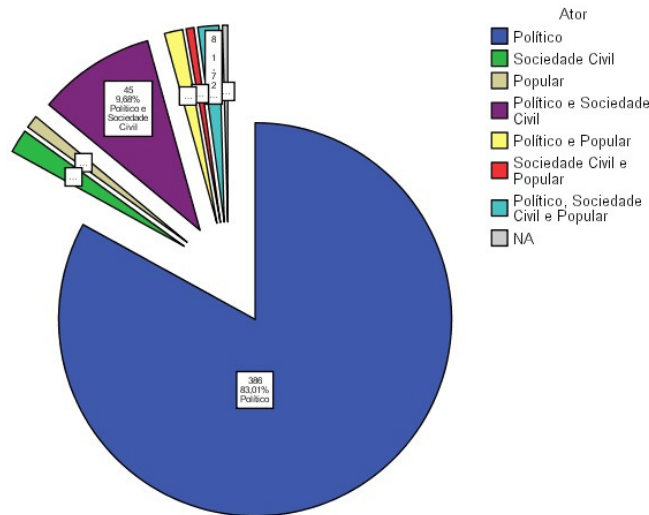
O Gráfico 4 elucida esses números, que também estão associados aos números do Gráfico 5, de enquadramento. Esse mostra que, mesmo que mais da metade atenda ao princípio de neutralidade, 51,6% das notícias, há 23,7% delas que abordam os temas sob um prisma positivo para o candidato ou partido, e um percentual de 12,9% que abordam de maneira negativa.



**Gráfico 5: Enquadramento – Diário de Pernambuco**

Esses percentuais podem definir quantitativamente a cobertura do Diário de Pernambuco durante os meses de agosto e setembro, e primeiros dias de outubro, mas apesar dos números, o conteúdo que está relacionado a eles é também parte relevante deste artigo.

A partir da análise das notícias publicadas pelo veículo comunicacional neste período, foi possível constatar que, durante a campanha, havia um privilégio dado aos principais candidatos ao governo de Pernambuco, Eduardo Campos, do PSB, (reeleito em 3 de outubro de 2010) e Jarbas Vasconcelos, do PMDB. Os dois representam lideranças historicamente opostas no estado e protagonizaram a campanha eleitoral nos principais veículos de comunicação pernambucanos. No caso do Diário de Pernambuco, a cobertura se deu ancorada em suas agendas, a partir das quais, os jornalistas tinham acesso aos candidatos e, por conseguinte, podiam propor pautas em que utilizavam os políticos como personagens e fontes. Como mostra o Gráfico 6, atores políticos predominam nas matérias deste período eleitoral, e isso comprova o foco do veículo partindo dos atores políticos e não da política em si.



**Gráfico 6: Atores – Diário de Pernambuco**

Os números para matérias com participação de sociedade civil ou de populares atingem o reduzido percentual de 17%, contra 83% que contam predominantemente com agentes políticos.

O que deve ser destacado também é que o espaço dado a candidatos de partidos menores, os “nanicos”<sup>6</sup>, na disputa estadual foi menor, e, muitas vezes, as aparições estiveram vinculadas aos principais candidatos, Eduardo Campos e Jarbas Vasconcelos.

As matérias seguintes: “Saúde na mira do PSOL” e “PV indica que pode se aliar a Eduardo” mostram duas das maneiras em que os candidatos menores apareceram predominantemente. Na primeira, de 25 de agosto de 2010, fala-se de problemas na saúde, mas a partir da ótica de uma denúncia por parte do PSOL, e não com propostas do partido, e na segunda, de 24 de setembro de 2010, o candidato do PV Sérgio Xavier, aparece em função do governador-candidato Eduardo Campos, já prevendo um possível apoio a sua reeleição<sup>7</sup>.

É importante destacar a presença de matérias com o chamado *fait-divers*<sup>8</sup>, em que o conteúdo nada traz de relevante para o debate da opinião pública. Um exemplo é a notícia “Dilma ganha primeiro neto” de 10 de setembro de 2010, também irrelevante para a esfera pública, apesar da proeminência da candidata.

<sup>6</sup> Edílson Silva (PSOL); Sérgio Xavier (PV); Fernando Rodovalho (PRTB); Jair Pedro (PSTU); Roberto Numeriano (PCB). Anselmo Campelo (PRTB) desistiu da candidatura em 12 de agosto, sendo substituído por Rodovalho.

<sup>7</sup> Esse apoio acaba por concretiza-se com a nomeação de Sérgio Xavier para a Secretaria de Meio Ambiente.

<sup>8</sup> Termo retirado do livro *A miséria do Jornalismo Brasileiro*, “O *fait divers*, como explica Baudrillard, baseia-se na exploração do exótico contido mesmo nas situações familiares.” (SILVA, 2000. p. 38)



Torna-se fundamental frisar outra constatação qualitativa: a estrutura eleitoral representada na metáfora “corrida de cavalos”, que acompanha o processo de cobertura jornalístico. A partir de um estado de disputa, natural da campanha, o jornal se torna espaço para que as “rinhas” entre candidatos venham a público e os percentuais de pesquisas de intenção tornem-se mais importantes e influentes que um possível debate relevante e formador de opinião. No lugar de debaterem propostas e problemas, o espaço é ocupado com insultos e réplicas, como exemplificado nas manchetes de algumas notícias: “Jarbas critica aparição de Lula em guia” (26 de agosto); “Eduardo responde na rua a ataques de Jarbas no guia” (27 de agosto); “Marco Maciel rebate Lula” (29 de agosto).

Mas há algo a ser destacado positivamente; mesmo diante de um período eleitoral, o Diário permaneceu cobrindo pautas relacionadas à Prefeitura do Recife, como em 03 de agosto, com a notícia “Mais uma baixa na prefeitura”, que é exemplo também do bom exercício jornalístico, com neutralidade, relevância temática e zelo de apuração, pois se cria um debate e se dá voz eficaz para ambas as partes, e principalmente, traz uma problemática de interesse público, um pedido de demissão dentro da Prefeitura.

### **3. Conclusão**

A partir destes números e das constatações qualitativas através da análise de cada uma das 468 notícias ou blocos noticiosos, foi possível perceber que, apesar do predomínio, no Diário de Pernambuco, de temas com diversidade significativa e que promovem uma discussão pública – isso não descarta a irrelevância dos temas com diversidade marginalizada, já discutidos no item anterior –, não o fazem, na maior parte dos casos, de uma maneira dialógica e ainda utilizam artifícios, como a presença de mais de uma fonte, para simular debates públicos significativos. Isso evidencia uma ausência de validade em algumas notícias, por não cumprirem a pluralidade que é exigida na prática jornalística.

Outro aspecto que não depende dos índices, mas pode ser avaliado na atuação do jornalismo de campanha do Diário de Pernambuco, é o espaço dado a candidatos menores e o enfoque que lhes é concedido. É possível destacar uma notícia, no dia 03 de agosto, intitulada “PSTU faz campanha ácida no estado”, em que há a primeira aparição destacável de um partido pequeno, mas mesmo assim o que se mostra mais comum é a



aparição dos menores em defesa ou ataque dos candidatos maiores e principalmente avaliando suas disputas, que, no caso da campanha para o cargo de governador, foram muito constantes entre os candidatos Jarbas Vasconcelos e Eduardo Campos.

Também é relevante o posicionamento do Diário de Pernambuco favorável, em algumas situações, a certos candidatos, o que quebra com a premissa de objetividade jornalística. Em matéria saída no dia 1º de agosto, intitulada “Com o vento a seu favor”, o candidato Humberto Costa é mostrado logo no início do processo de campanha sob um ângulo extremamente favorável, além de ser adjetivado, como hábil e discreto, aparece como alguém que honra compromissos políticos e é um “soldado do PT”, como pode-se ver neste trecho da matéria: “Todo mundo pode ver as ambulâncias do Samu circulando pelo Recife, a Academia das Cidades, as farmácias populares entre outras bandeiras que sempre cita em discurso.” Tudo parece conspirar a favor do candidato. O trecho, por exemplo, parece vir de uma assessoria, pelo tom de apoio do jornal ao então candidato, que será observado em outras notícias posteriores.

As temáticas que envolvem a discussão do exercício democrático, como a notícia de 14 de agosto, intitulada “A conta da Democracia”, ou outras que trazem o debate sobre gastos em campanha e prestação de contas dos candidatos, muitas relacionadas à Lei de Ficha Limpa, precisam ser destacadas como modelo. A notícia do dia 14, acima citada, é um exemplo de boa estruturação e construção da notícia, ainda propondo o debate considerável para o eleitor e trazendo mais de uma versão com diversidade significativa. Também a notícia de 08 de agosto “Projetos cheios de boa vontade” vinculada à notícia “Proposta, que é bom, só no guia”, traz as propostas dos candidatos “nanicos”, o que revela além da controvérsia efetiva, com a apresentação de mais de uma versão com diversidade significativa.

Independente dos números, é visível a condição de submissão do meio de comunicação à estrutura que acompanha o processo eleitoral. Como afirmado na pesquisa realizada por Gurevitch e Blumler (1999, p. 191),

A consciência padronizada do conteúdo reflecte: a necessidade de fornecer um boletim diário, com as suas próprias convenções há muito estabelecidas quanto à extensão da notícia, às técnicas de seleção do discurso, e aos estilos de apresentação visual e verbal; a instituição de uma rotina logística fortemente organizada para obter, e trabalhar numa base diária, a matéria-prima, de eventuais notícias eleitorais; a obrigação de respeitar normas estabelecidas externamente.



O que acontece então é que o papel do jornalista parece enfraquecido como ponte entre o povo e o poder para cobrar ações e o cumprimento legítimo da representação política. Para Habermas, “a tarefa da política não consiste apenas em eliminar regulamentações ineficientes, mas também em criar e garantir condições de vida, no interesse simétrico de todos” (HABERMAS, 1997). O jornalismo entraria nessa premissa como instrumento para a população entender o que transita entre as esferas pública e privada, e criar a simetria entre todos. Mas não é bem assim que o jornalismo político tem funcionado, pois, apesar da crença na busca por neutralidade, no jornalismo de campanha não é isso que acontece. Como afirmam Gurevitch e Blumler, “Quando obrigada a um modelo imparcial, a interpretação da campanha pode perder a sua força de análise” (GUREVITCH; BLUMLER, 1999. p. 212) e é isso que acontece com os jornalistas. Enfraquecidos, podem chegar ao extremo da insatisfação, como ocorrido com o editor do caderno de Política do Diário de Pernambuco, que assinou toda a cobertura da campanha e posse do governador, e, no início de 2011, pediu demissão.

## Referências

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

HAAL, Stuarde; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; OBERTS, Brian. A produção social da notícia: o *mugging* nos *media*. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HALLIN, Daniel C. **We Keep America on Top of the World: Television journalism and the public sphere**. London: Routledge, 1994.

MARX, Karl. **Liberdade de Imprensa**. 1842. Tradução: Cláudia Schilling e José Fonseca. Porto Alegre: L&PM, 2007.

SILVA, Juremir Machado da. **A Miséria do jornalismo brasileiro: as (in)certezas da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, Teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

WHITE, David Manning. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.

