

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO – FAC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
CURSO DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA - COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

GIOCONDA VIEIRA BRETAS

**CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS NA
ATUALIDADE MEDIÁTICA:
UM ESTUDO SOBRE OS ENQUADRAMENTOS DO
*JORNAL NACIONAL***

BRASÍLIA
2009

GIOCONDA VIEIRA BRETAS

**CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS NA
ATUALIDADE MEDIÁTICA:
UM ESTUDO SOBRE OS ENQUADRAMENTOS DO
*JORNAL NACIONAL***

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Universidade de Brasília, como exigência parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação – Área de Mídia e Política.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Jandyra Cavalcanti Cunha.

BRASÍLIA
2009

Ficha Catalográfica

B844c Bretas, Gioconda Vieira.

Controvérsias interpretativas na atualidade mediática :
um estudo sobre os enquadramentos do *Jornal Nacional* /
Gioconda Vieira Bretas - 2009.

229 f.: il.

Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação)
pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Política da
Universidade de Brasília.

1. Jornalismo, aspectos políticos. 2. Meios de comunicação
de massa, Brasil. 3. Telejornal, Brasil. 4. Eleições, Brasil. I.
Bretas, Gioconda Vieira. II. Título.

CDU 070.431

GIOCONDA VIEIRA BRETAS

**CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS NA
ATUALIDADE MEDIÁTICA:
UM ESTUDO SOBRE OS ENQUADRAMENTOS DO
*JORNAL NACIONAL***

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Universidade de Brasília, como exigência parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação – Linha de pesquisa: Jornalismo e Sociedade.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Maria Jandyra Cavalcanti Cunha
PPG-C/FAC, orientadora

Prof. Dr. Luis Felipe Miguel
PPG-CP/IPOL, examinador externo

Prof. Dr. David Renault da Silva
PPG-C/FAC, examinador interno

BRASÍLIA
2009

Poetas niversitário,
Poetas de Cademia,
De rico vocabularo
Cheio de mitologia;
Se a gente canta o que pensa,
Eu quero pedir licença,
Pois mesmo sem português
Neste livrinho apresento
O prazê e o sofrimento
De um poeta camponês.
[...]

Patativa do Assaré
(Antônio Gonçalves da Silva)
Trecho do poema *Aos Poetas Clássicos*.
Livreto de cordel de mesmo título, sem dados
para identificação.

DEDICATÓRIA

Aos amigos da vida, da família e aos gigantes que me carregaram sobre os ombros.

AGRADECIMENTOS

Durante essa jornada eu contei com o apoio de uma variedade de instituições e pessoas, algumas bem longe de Brasília, às quais expresso meu profundo agradecimento.

À Professora Maria Jandyra Cavalcanti Cunha, pelo rigor científico com o qual me conduziu nessa trajetória. Por sua solidariedade e distinção com as quais sempre me tratou e por dialogar comigo como pesquisadora, mesmo nos momentos em que eu mesma duvidei disso.

Ao Professor Luiz Carlos Martino, pela paciente problematização do objeto de estudo da Comunicação.

Ao Professor Pedro Russi, pelo inestimável apoio na elaboração do problema de pesquisa e na superação de vários outros problemas ao longo do percurso metodológico.

Ao Professor Sérgio Dayrell Porto que participou de minha banca de qualificação e muito contribuiu para os rumos desta pesquisa.

Ao Professor Mauro Porto, pela paciência e celeridade em me responder minhas dúvidas por *emails*, nos quais discuti com o modelo de *controvérsias interpretativas*, ainda que estivesse nos Estados Unidos.

Ao Professor Venício Artur de Lima, apoiador do meu ingresso no mestrado muito antes disso acontecer.

Aos funcionários do Programa Regina Lúcia de Oliveira e Luciano Pereira de Castro, pela atenção e pronta solução de problemas de percurso.

À Universidade de Brasília, em especial à Faculdade de Comunicação, pela sua luta na manutenção de um ensino público de qualidade e cada vez mais acessível a parcelas excluídas da população.

À Agência de Notícia dos Direitos da Infância (ANDI) que me deu acesso ao seu rico acervo de noticiários jornalísticos. A Agência cedeu equipamento e tempo de seus funcionários para que eu pudesse gravar as cópias de aproximadamente 150 edições do *Jornal Nacional*, em frutíferas manhãs de troca de experiências.

À minha mãe, Ruth Vieira Costa, pela incansável revisão de textos e apoio incondicional ao meu processo de pesquisa, e que de Belo Horizonte, passou horas seguidas ao telefone comigo, pacientemente, melhorando minha escrita.

Ao querido amigo e companheiro de todas as horas, Marcelo de Souza Rodrigues Machado que, além de me ensinar a trabalhar no programa *Excel* pelo *Skype*, me ajudou a sistematizar os mais de 50.000 dados de uma planilha.

À toda minha família, representada pela minha avó, Zilda Vieira Costa, que lá de Santa Maria do Suaçuí emana a força que nos mantêm amigos e solidários.

À família Schuster, em especial à Maria Helena Pacheco Schuster e D. Glória Pacheco Schuster, que me nutriram do sentimento de família, em Brasília. E me nutriram, literalmente, quando não eu conseguia pensar nesses detalhes.

Aos amigos queridos, em especial à Carmem Lúcia De Simoni, que suportaram meu monocórdio assunto durante mais de dois anos e, nem por isso, deixaram de me apoiar.

Ao Professor Armando Medeiros, pela solidariedade com meu processo de pesquisa.

Aos amigos do trabalho, representado pelo Professor Jorge Antônio Menna Duarte, que me incentivaram desde o processo seletivo e me ajudaram a desatar nós durante a pesquisa, com muito bom humor.

Aos funcionários da Biblioteca Central da Universidade de Brasília pelo atendimento e apoio nesta pesquisa.

À Maria Joana Trovadeiro e aos amigos sempre presentes nas discussões de sexta-feira, no bar New York, onde, despreocupados, nos divertimos com as situações de pesquisa.

Às queridas companheiras Maria do Socorro Santos de Oliveira e Pagú que zelaram para que meu ambiente fosse saudável e propício à pesquisa.

À Ryuichi Sakamoto que compôs a canção de embalo dessa pesquisa: Bibo no Aozora (2004).

Agradeço aos amigos da família, da vida e aos gigantes que me conduziram sobre os ombros.

RESUMO

BRETAS, Gioconda Vieira. **Controvérsias interpretativas na atualidade mediática:** um estudo sobre os enquadramentos do *Jornal Nacional* – 2009. 229 f., il.

O objetivo principal deste estudo é investigar os fenômenos de comunicação da atualidade mediática por meio do modelo de controvérsias interpretativas, no telenoticiário brasileiro, utilizando como instrumento analítico o conceito de enquadramento. Os dados foram coletados de uma amostra extraída do noticiário do Jornal Nacional, do grupo Globo Comunicação e Participações SA, entre os meses de junho a novembro de 2006. Esse período antecedeu as eleições gerais que reconduziram Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência da República. Os critérios utilizados para a escolha do Jornal Nacional, em particular, foram características socioeconômicas da população brasileira, combinadas com a audiência e abrangência do telejornal. Dois caminhos paralelos foram seguidos nesta pesquisa: 1) a realização de uma revisão bibliográfica dos estudos realizados sobre o Jornal Nacional, a partir 1982; e 2) uma análise de conteúdo em 131 edições do JN, no período delimitado (que totalizaram 3.198 notícias) procurando classificar 16 tipos diferentes de dados em cada uma delas. No segundo caminho percorrido, da análise de conteúdo, procuramos levantar os dados que contribuíram para a compreensão do comportamento das controvérsias interpretativas na atualidade mediática. Ao todo, essa pesquisa coletou e sistematizou 51.168 dados. O intervalo de tempo pesquisado foi dividido em três períodos distintos para possibilitar comparações entre eles. O 1º período compreende o mês de junho, o 2º, de julho a outubro e o terceiro período, novembro de 2006. A análise de conteúdo, de cunho quantitativo e qualitativo, mostra que há alterações significativas durante o período eleitoral (a) na distribuição de tempo entre os assuntos, (b) no tipo de enquadramento e (c) no formato das notícias, e (d) no tipo e tempo das fontes selecionadas nas reportagens. A análise verificou ainda que outras características se mantêm como (a) o tempo médio de duração das notícias, (b) a forma predominante das matérias, (c) a proporção entre o tempo total destinado às fontes e aos jornalistas e (d) a proporção entre os tempos reservados para homens e mulheres nas reportagens. Verificou-se, ainda, que o modelo de controvérsias interpretativas permitiu analisar os relatos jornalísticos da televisão como uma expressiva fonte de enquadramentos interpretativos, que auxiliam na definição das estratégias de engajamento e inserção das pessoas na coletividade. A proposta de definição de formatos dos conteúdos da mídia do modelo (episódico, restrito, plural-aberto e plural-fechado), ofereceu um importante instrumento analítico para a pesquisa sobre o conteúdo e as mensagens dos relatos jornalísticos. A análise de conteúdo, desenvolvida a partir dele, permitiu a descoberta das alterações dos conteúdos jornalísticos durante o período eleitoral de 2006.

Palavras-chave: Comunicação. Atualidade Mediática. Controvérsias Interpretativas. Enquadramento. Análise de Conteúdo.

ABSTRACT

BRETAS, Gioconda Vieira. **Interpretatives Controversies in the Mediatic present time: a research on Jornal Nacional through its Framings** – 2009. 229 f., il.

This dissertation examines the phenomena of communication in Brazilian TV news programs using Interpretative Controversies as the model for analysis, and Framing as the analytic instrument. Data has been extracted from editions of Jornal Nacional, broadcasted by Globo Comunicação e Participações SA between June and November 2006, electoral period that preceded the reelection of Luiz Inácio Lula da Silva as President of Brazil. The criteria used, that led to the choice of Jornal Nacional particularly, was the result of a combination between the socioeconomic features of the Brazilian population and the large audience and abrangency of this TV news program. Two parallel paths were followed during this research: 1) accomplishment to a bibliographical revision of the studies carried out on Jornal Nacional from 1982 on; 2) analysis of 131 editions of JN in that period of 2006 that totalized 3.198 news, each one showing 16 different types of relevant data. From the 2nd path, analysis of content, we raised data that led to understanding the behaviour of the Interpretative Controversies in the mediatic present time. Altogether, this research collected and inputted 51.168 data. The time period researched was divided in three distinct ones so that comparisons could be made possible. The 1st period corresponds to the month of June; the 2nd goes from July to October and the 3rd, November. Through carrying out a qualitative and quantitative analysis of content we could sample deep alterations during the electoral period regarding a) average time allowed for different issues; b) type of framing; c) the news format and d) the types of sources selected during the reports as well as the length of time they were given. From the same analysis we can conclude that other characteristics were kept unchanged as a) the average length of time given for the news; b) the prevailing format of the news c) the proportion of time shared between journalists and sources; d) the proportion of time shared between men and women. Interpretative Controversies, also allowed for the analysis of the journalistic reports on TV as an expressive source of interpretative framings that proved to be very influential in defining strategies for the enrollment and insertion of people. The mediatic content format offered by this model (episodic, restricted, open-plural, closed-plural) worked as an important analytical instrument for the research of both content and message given by the reports. The analysis of content it makes possible led to the assessment of the alterations in the journalistic contents on reports during the electoral period of 2006.

Keywords: Communication. Mediatic present time. Interpretatives controversies. Framing. Analysis of content.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
CAPÍTULO 1 – AGENDAMENTO, ENQUADRAMENTO E CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS: TEORIAS.....	31
1.1 A Hipótese do Agendamento e as Origens da Problemática dos <i>Efeitos</i> da Comunicação	32
1.2 As Origens dos Estudos sobre os <i>Efeitos</i> da Comunicação.....	35
1.3 O Conceito de Enquadramento e seus <i>Efeitos</i> na Audiência.....	41
1.4 Controvérsias Interpretativas.....	49
CAPÍTULO 2 – ESTUDOS SOBRE O <i>JORNAL NACIONAL</i> ELEIÇÕES DE 1982, DIRETAS JÁ, E ELEIÇÕES GERAIS PÓS-DITADURA.....	56
2.1 O <i>Jornal Nacional</i> nas Eleições de 1982: o Caso Proconsult.....	57
2.2 O <i>Jornal Nacional</i> em 1983 e 1984: O Movimento das <i>Diretas Já</i>	78
2.3 O <i>Jornal Nacional</i> em 1989: as Eleições Presidenciais	88
2.4 O <i>Jornal Nacional</i> em 1994: as Eleições Presidenciais	101
2.5 O <i>Jornal Nacional</i> em 1998: as Eleições Presidenciais	111
2.6 <i>Jornal Nacional</i> em 2002: as Eleições Presidenciais	119
CAPÍTULO 3 – PERCURSO METODOLÓGICO.....	130
3.1 Descrição Metodológica	142
3.2 Análise de Conteúdo	145
CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DOS DADOS.....	162
4.1 Os Agendamentos, Enquadramentos e Controvérsias Interpretativas no Noticiário: uma Análise do <i>Jornal Nacional</i>	162
4.2 O formato da cobertura: as <i>controvérsias interpretativas</i> do <i>Jornal Nacional</i>	178
4.3 Os Atores das Controvérsias Interpretativas	187
4.4 A Relação de Gênero nas Sonoras.....	197
4.5 Conclusão Análise de Dados	198

CONSIDERAÇÕES FINAIS 202

REFERÊNCIAS..... 209

ANEXOS 220

ANEXO 1 – EXERCÍCIO DE LEVANTAMENTO DE AMOSTRA, SEGUINDO MODELO DE CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS E MANTENDO CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

ANEXO 2 – ENTREVISTA COM A JORNALISTA LÍLIAN WITTE FIBE REALIZADA PELA OMBUSDMAN DA FOLHA DE S. PAULO, RELATA LO PRETE

ANEXO 3 – DEGRAVAÇÃO DA CONVERSA ENTRE O DELEGADO EDMILSON BRUNO E REPORTES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – As Conseqüências do Formato dos Segmentos de Conteúdo da Mídia segundo o Modelo das <i>Controvérsias Interpretativas</i>	53
Figura 2 – Evolução da Isenção de Voto para Presidente (1989)	95
Figura 3 – Boca de Urna: votos válidos em % (1989)	95
Figura 4 – Notícias de Variedades	116
Figura 5 – Percentual de domicílios com alguns bens duráveis e serviços de acesso e comunicação – 1992-2007 (%).....	131
Figura 6 - Audiência das Emissoras de Televisão - Faixa horária 18/24h - ABCDE 18+	136

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número de Matérias sobre o <i>Jornal Nacional</i> em outros Veículos de Comunicação	23
Tabela 2 – Comparação de Audiência entre o <i>Jornal Nacional</i> e Telejornais de Outros Países	134
Tabela 3 – Audiência do Telejornalismo – Painel Nacional de Televisão (Dados domiciliares, de segunda a sábado) até outubro de 2008.....	135
Tabela 4 – Comparativa de Audiência Domiciliar dos Cinco Programas da Rede <i>Globo</i> de Televisão com Maiores Índices	139
Tabela 4A – Comparativa de Audiência Domiciliar dos Cinco Programas da Rede <i>Globo</i> de Televisão com Maiores Índices	139
Tabela 5 – Comparativa de audiência individual dos Cinco Programas da Rede <i>Globo</i> de Televisão com Maiores Índices	140
Tabela 5A – Comparativa de Audiência Individual dos Cinco Programas da Rede <i>Globo</i> de televisão com maiores índices	140
Tabela 6 – Comparativo de Programas de Maior Audiência de Emissoras de Televisão e o <i>Jornal Nacional</i>	141
Tabela 7 – Comparativo da Média de Audiência Domiciliar e Individual entre o <i>Jornal Nacional</i> e os Programas de Maior Audiência de Outras Emissoras	141
Tabela 8 – Demonstrativo dos Períodos, Número de Edições e Notícias Pesquisados	143
Tabela 9 – Demonstrativo dos Períodos Segundo Calendário Eleitoral.....	143
Tabela 10 – Máscara de Coleta de Dados	151
Tabela 11 – Classificação das Notícias Segundo Formato	153
Tabela 12 – Classificação das Notícias Segundo Assunto	154
Tabela 13 – Classificação das Notícias Segundo formato no modelo de controvérsias interpretativas ¹ Fonte: Porto, 2002, 2004 e 2007).....	155
Tabela 14 – Classificação de Tipos de Fonte.....	158
Tabela 15 – Tempo do Período por Notícia.....	164
Tabela 16 – Média de Notícias por Mês.....	164
Tabela 17 – Variação do Tempo das Fontes por Período.....	194

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de Notícias por Formato	166
Gráfico 2 – Tempo médio das Notícias por Período (min)	166
Gráfico 3 – Tempo médio das Notícias por Mês (min)	167
Gráfico 4 – Quantidade (%) de Assuntos por Período	169
Gráfico 5 – Quantidade de Notícia por Período.....	170
Gráfico 6 – Percentual de Tempo por Assunto.....	170
Gráfico 7 – Percentual de Tempo dos Assuntos por Período	171
Gráfico 8 – Comparação de Assuntos com Tempo (períodos 1, 2 e 3).....	171
Gráfico 9 – Percentual de Tempo dos Assuntos por Período (considerando Caravanas JN como POPL)	173
Gráfico 10 – Quantidade de Notícias por Bloco	175
Gráfico 11 – Quantidade de Notícias – Violência/Segurança por Bloco (%)	175
Gráfico 12 – Quantidade de Notícias – Política por Bloco (%)	176
Gráfico 13 – Quantidade de Notícias – Esporte por Bloco (%).....	176
Gráfico 14 – Quantidade de Notícias – Política Pública por Bloco (%)	177
Gráfico 15 – Quantidade de Notícias – Fatos Diversos por Bloco (%).....	177
Gráfico 16 – Quantidade de Notícias – Internacionais por Bloco	177
Gráfico 17 – Enquadramentos por Período (modelo controvérsias interpretativas) ...	180
Gráfico 18 – Total de Tempo em Horas (H) por Formato (modelo controvérsias interpretativas).....	181
Gráfico 19 – Tempo Total por Formato (modelo controvérsias interpretativas).....	182
Gráfico 20 – Tempo Total de Formato (%).....	183
Gráfico 21 – Notícia por Formato (unidade) - (modelo controvérsias interpretativas)	184
Gráfico 22 – Quantidade de Notícias por Formato (%)	186
Gráfico 23 – Tempo de Notícias por Formato (%) - modelo de controvérsias interpretativas.....	186

Gráfico 24 – Tempo de Notícias por Formato (%) – Modelo de Controvérsias Interpretativas.....	187
---	-----

LISTA DE SIGLAS

- AC – Análise de Conteúdo.
- CC – Cidadãos Comuns.
- CGJ – Central *Globo* de Jornalismo.
- CH – Charge.
- CO – Comentário.
- CO – Congressistas.
- CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito.
- CR – Crônica.
- CR-P – Cenário de Representação Política.
- ECB – Empresa Brasileira de Comunicação.
- ED – Editorial.
- ENT– Entrevista.
- ES – Especial.
- ES – Esportistas.
- FGV – Fundação Getúlio Vargas.
- FHC – Fernando Henrique Cardoso.
- FO – Fontes oficiais.
- GCP – *Globo* Comunicação e Participações SA.
- GO – Goiás (estado brasileiro).
- HEG – Horário Eleitoral Gratuito.
- HPGE – Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.
- IND – Indicador.
- INST – Institucional.
- IPC-r – Índice de Preços ao Consumidor do Real (extinto).
- JB – Jornal do Brasil.
- JH – Jornal Hoje.

JN – *Jornal Nacional*.

JR – Jornal da Record.

MLST – Estatuto da Igualdade Racial e da atuação do Movimento de Libertação dos Sem Terra.

MT – Mato Grosso (estado brasileiro).

N – Nota.

NC – Nota Coberta.

ONGs – Organizações Não-Governamentais.

PC – Partido Cristão.

PCB – Partido Comunista Brasileiro.

PCdoB – Partido Comunista do Brasil.

PCN – Partido Comunista Nacional.

PCO – Partido da Causa Operária.

PDC – Partido Democrata Cristão.

PDC do B – Partido Democrata Cristão do Brasil.

PDN – Partido Democrata Nacional.

PDS – Partido Democrático Social.

PDT – Partido Democrático Trabalhista.

PEC – Proposta de Emenda à Constituição.

PF – Polícia Federal.

PFL – Partido da Frente Liberal.

PL – Partido Liberal.

PLP – Partido da Libertação Proletária.

PMB – Partido Municipalista Brasileiro.

PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro.

PMN – Partido da Mobilização Nacional.

PN – Partido Nacionalista.

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.

PO – Políticos.

PP – Partido Progressista.

PPB – Partido Progressista Brasileiro.

PPR – Partido Progressista Reformador.
PPS – Partido Popular Socialista.
PRN – Partido da Reconstrução Nacional.
PRONA – Partido de Reedificação da Ordem Nacional.
PRP – Partido Republicano Paulista.
PSB – Partido Socialista Brasileiro.
PSC – Partido Social Cristão.
PSD – Partido Social Democrático.
PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira.
PSDC – Partido Social Democrata Cristão.
PSL – Partido Social Liberal.
PSN – Partido da Solidariedade Nacional.
PSP – Partido Social Progressista.
PST – Partido Social Trabalhista.
PSTU – Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado.
PT – Partido dos Trabalhadores.
PT do B – Partido Trabalhista do Brasil.
PTB – Partido Trabalhista Brasileiro.
PTN – Partido Trabalhista Nacional.
PV – Partido Verde.
RE – Reportagem.
RG – Rede Globo.
RGTV – Rede Globo de Televisão.
RJ – Rio de Janeiro (estado brasileiro).
RJB – Rádio Jornal do Brasil.
RS – Rio Grande do Sul (estado brasileiro).
SBT – Sistema Brasileiro de Televisão.
SECOM – Secretaria de Comunicação Social.
SERPRO – Serviço Federal de Processamento de Dados.
SMS – Representantes de Movimentos Sociais Organizados.
SP – Sindicatos Patronais.

SU – *Stand-up*.

TRE – Tribunal Regional Eleitoral.

TSE – Tribunal Superior Eleitoral.

USP – Universidade de São Paulo.

INTRODUÇÃO

Os fenômenos de comunicação que nos interessam são delimitados pela sua singularidade histórica e pelo papel que os modernos meios de comunicação passam a assumir como prática social nas sociedades contemporâneas.

Há novas formas de se fazer política nas quais o mais importante pode ser aquilo que se divulga, em detrimento do que aconteceu. O rádio, a televisão e a Internet proporcionam novas formas de convívio entre as pessoas, alterando as relações sociais coletivas e individuais. Os agentes econômicos modificam suas estratégias porque acompanham as bolsas de valores e mercados em tempo real e em escala global. Assim, novas relações sociais e culturais se estabelecem a partir da possibilidade de compartilhamento global de valores.

Nesse contexto, a existência de formas de comunicação, intermediadas por aparatos tecnológicos de grande alcance, conferem uma característica singular à sociedade contemporânea que possibilita uma forma de leitura social realizada a partir dos meios de comunicação.

Os meios de comunicação, nesta pesquisa, são entendidos como dispositivos tecnológicos forjados por uma sociedade na qual a comunicação se passa a ter o sentido de uma prática social. Essa prática auxilia a definição racional das estratégias de engajamento dos indivíduos na coletividade porque se constitui em um espaço social.

Os Fundamentos Teóricos e suas Origens

Nosso estudo fundamenta-se em abordagens teóricas originadas nos anos 1970, nos Estados Unidos, no âmbito das pesquisas dos *efeitos* cognitivos de longo prazo. Esses efeitos ocorrem na relação entre os meios de comunicação de massa e a sociedade. *Agendamento, enquadramento, controvérsias interpretativas e atualidade mediática* fundamentam esta dissertação.²

²Estes conceitos serão abordados, com mais profundidade, no capítulo 1.

A hipótese do agendamento teve origem nos estudos de Maxwell McCombs e Donald Shaw, nos Estados Unidos³. Em 1972, eles publicaram o primeiro estudo no qual argumentaram haver uma relação entre o que os meios de comunicação de massa incluem e excluem de sua agenda e os conhecimentos das próprias pessoas.⁴

O conceito de enquadramento, por vezes considerado uma extensão do conceito de agendamento, teve origem no campo da Sociologia e foi definido por Erving Goffman, em 1986. De acordo com o pesquisador Mauro Porto⁵, a primeira aplicação do conceito de enquadramento no campo da comunicação foi realizada pela socióloga Gaye Tuchman, em 1978, no livro *Making News*.

Nesta dissertação, o conceito de *enquadramento* com o qual trabalhamos foi o elaborado por Robert Entman⁶, o qual argumentou que os enquadramentos da mídia influenciam como as pessoas pensam sobre os problemas por ela apresentados. Para Entman⁷, esses enquadramentos definem problemas, diagnosticam causas, fazem julgamentos, oferecem tratamentos e prospectam possíveis *efeitos*.

Partindo do conceito de Entman⁸, Porto⁹ propôs um modelo denominado de *controvérsias interpretativas*, como meio de análise do papel político da televisão. Para o estudioso, as *controvérsias interpretativas* são disputas políticas que se desenvolvem principalmente no interior dos enquadramentos. Essas controvérsias podem ser observadas nas sonoras inseridas nas reportagens de televisão porque elas promovem *atalhos* interpretativos que permitem às pessoas apoiarem determinada posição.

Esses conceitos, que expressam fenômenos e práticas sociais contemporâneas (*agendamento, enquadramento e controvérsias interpretativas*), ocorrem em um determinado espaço epistemológico que procura delimitar os estudos

³McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000.

⁴Ibidem, p. 53.

⁵PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

⁶ENTMAN, Robert. **Framing**: toward clarification of a fractured paradigm. In: Journal of Communication, n. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

⁷Ibidem.

⁸Ibidem.

⁹PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil**: a Rede Globo e as interpretações da audiência. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

da Comunicação, tendo como base do processo os aparatos tecnológicos que constituem os meios de comunicação.¹⁰

O surgimento desses meios fez emergir, também, uma nova forma de organização coletiva, composta por um aglomerado de comunidades efêmeras que refletem as múltiplas associações circunstanciais que o indivíduo estabelece na sociedade. O conjunto dessa realidade complexa ocorre em uma instância denominada de '*atualidade mediática*'.

Os enquadramentos, as controvérsias interpretativas e, conseqüentemente, o modo como as pessoas fazem sentido sobre a realidade e atuam sobre ela, ocorrem na *atualidade mediática*.

Esse conceito exprime a instância na qual os fenômenos de comunicação ocorrem neste estudo. Eles estão inseridos ainda na emergência de um campo de estudo que procura compreender o novo sentido dos processos comunicativos que envolvem o uso dos meios de comunicação como fator de socialização, engajamento e sondagem.

Pergunta de pesquisa

Nosso objetivo com a presente pesquisa foi investigar como as *controvérsias interpretativas* ocorrem na *atualidade mediática*. Para tanto, formulamos a seguinte pergunta de pesquisa: como as controvérsias interpretativas se manifestaram na *atualidade mediática*, durante o período eleitoral de 2006?

Para respondê-la, utilizamos o conceito de *enquadramento* como instrumento analítico, a Análise de Conteúdo como método de pesquisa e elaboramos um objeto de estudo a partir do telenoticiário *Jornal Nacional*, durante o período eleitoral de 2006.

¹⁰Martino (2001) aponta que um problema para novos estudos de comunicação é a falta de definição conceitual mais elaborada do que seria um meio de comunicação.

O *Jornal Nacional* na atualidade mediática

O *Jornal Nacional* é um programa jornalístico, transmitido de segunda-feira a sábado pela Rede Globo de Televisão, do grupo Globo Comunicação e Participações S.A. (GCP), em canal aberto e de acesso gratuito.

A GCP é a maior empresa de mídia do Brasil. A empresa possui: cinco emissoras próprias e 121 retransmissoras de TV que chegam a 5.556 municípios brasileiros, ou 98,5% do total de municípios (TV Globo)¹¹; um site de notícias e entretenimento G1 (Globo.com); 15 canais de cabodifusão que produzem conteúdos próprios e também reproduzem conteúdos televisivos (Canais Globosat); participação nos grupos de televisão, por assinatura, Net e Sky, sendo controladora da primeira e participação acionária em uma empresa de infraestrutura em redes de cabo (Net Serviços).

A CGP possui ainda duas gravadoras (Som Livre e RGE); 14 títulos de revistas (Editora Globo); 15 emissoras de rádio; três jornais, regionais e nacionais; uma empresa de produção de filmes cinematográficos (Globo Filmes); uma empresa que oferece conteúdos da emissora para 114 países nos cinco continentes (Globo Internacional) e outra que presta serviços de banda larga (Virtua).¹²

No ano de 2008, a Globo Comunicações, teve uma receita líquida acumulada 14% superior ao registrado em 2007. A receita do grupo foi de R\$ 7,602 bilhões em 2008, contra os R\$ 6,667 bilhões apurados em 2007.¹³

O *JN*, principal telejornal da CGP, é assistido diariamente por cerca de 25 milhões de pessoas em todo País.¹⁴ Desde quando foi ao ar pela primeira vez, em setembro de 1969, o *JN* já acumulou aproximadamente 12.000 edições.

¹¹Esse dado inclui municípios que possuem um retransmissor em VHF/UHF da Prefeitura local, que tem permissão da Rede Globo para retransmitir o sinal Sat Rede. GLOBO. Atlas de cobertura. Departamento Comercial. Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/atlas2004/mapas/php/con_brasil.php>. Acesso em: 3 mar. 2009.

¹²G1. Disponível em: <http://www.globo.com>. Acesso em: 1 mar. 2009.

¹³RECEITA LÍQUIDA DA GLOBO TEM AUMENTO DE 14% EM 2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1060042-9356,00.html>. Acesso em: 1 mar. 2009.

¹⁴REDE GLOBO DE TELEVISÃO. Departamento comercial. **O mais respeitado e duradouro telejornal do País.** Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/JNac5_intro.php>. Acesso em: 15 abr. 2009.

As edições do *JN* possuem, em média, 30 minutos de conteúdo, sem considerar os intervalos comerciais, e aproximadamente 300 edições ao ano. O *Jornal Nacional* transmite 150 horas de jornalismo/ano realizadas por equipes de repórteres, cinegrafistas e editores localizados nos 26 Estados brasileiros e no Distrito Federal. Ao todo, cerca de 4.500 jornalistas trabalham na produção diária do telejornal.¹⁵

Durante o período eleitoral de 2006, o *Jornal Nacional* se constituiu como assunto de debate em outros veículos de comunicação, como demonstram os dados que se seguem. Eles revelam que a prática jornalística do telenoticiário influenciou as estratégias de campanha, as agendas dos candidatos, a reflexão sobre o jornalismo e discussões públicas sobre política.

Esses eventos foram observados a partir de uma pesquisa realizada no *clipping* Radiobrás, da Empresa Brasileira de Comunicação (ECB), buscando a palavra-chave *Jornal Nacional*. A busca foi realizada no período entre primeiro de julho e 29 de outubro de 2006, em 23 jornais impressos e seis revistas¹⁶. O serviço do banco de notícias não informa o universo pesquisado, o que limita a análise dos dados absolutos. A busca, contudo, revelou que o *Jornal Nacional* foi citado 100 vezes em 11 jornais impressos e uma revista:

Tabela 1 - Número de matérias sobre o *Jornal Nacional* em outros veículos de comunicação

Veículo de comunicação	Matérias
<i>Folha de S. Paulo</i>	33
<i>O Globo</i>	20
<i>O Estado de S. Paulo</i>	9
<i>Jornal do Commercio</i>	9
<i>Zero Hora</i>	8
<i>O Liberal</i>	6
<i>Correio Braziliense</i>	4
<i>Estado de Minas</i>	4
<i>Valor Econômico</i>	2
<i>Gazeta Mercantil</i>	2
<i>Jornal do Brasil</i>	1
<i>Veja</i>	2
Total	100

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

¹⁵ *JORNAL NACIONAL: a notícia faz história*. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005, p. 12.

¹⁶ Os jornais impressos pesquisados: *Estado de Minas, O Dia, Zero Hora, Diário de São Paulo, A Tarde, Jornal do Commercio, Diário Catarinense, Gazeta do Povo, O Imparcial, Correio da Bahia, Diário do Pará, O Liberal, A Gazeta, Amazonas em Tempo, O Popular, O Povo, O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Jornal do Brasil, Correio Braziliense, Valor Econômico e Gazeta Mercantil*. E as revistas pesquisadas: *Veja, Istoé, Época, Istoé Dinheiro, Carta Capital e Exame*. Disponível em: <http://clipping.radiobras.gov.br/clipping/novo/Corpo_Estatico.php>. Acesso em: 5 maio 2008.

Essas notícias sugerem que o *Jornal Nacional* foi um dos centros de disputa pelos *enquadramentos e controvérsias interpretativas*, durante o período eleitoral de 2006, como demonstram os exemplos que se seguem:

O jornal *O Estado de S. Paulo*¹⁷ publicou uma notícia sobre uma reunião interna do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), na qual o senador Jorge Bornhausen, então presidente do partido, definiu o *Jornal Nacional* como o centro da estratégia de campanha do candidato Geraldo Alckmin. O senador não sabia que havia equipes de televisão autorizadas a filmar o encontro:

[...] Nos registros captados, o presidente do PFL, Jorge Bornhausen (SC), dirige-se aos demais e diz: "É preciso mobilizar para entrar no *Jornal Nacional*... Acompanhar o roteiro nos Estados... O Álvaro tem razão: nosso objetivo se chama *Jornal Nacional*. Quem ganhar no *Jornal Nacional* ganha a eleição". Neste momento, o presidente do PSDB, senador Tasso Jereissati (CE), observou, baixinho, que a reunião estava sendo filmada: "Cuidado. Tem imprensa." Em seguida, os dois câmeras foram convidados a deixar a sala". [...]¹⁸

O jornalista João Santana, estrategista da campanha do Presidente e candidato Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), afirmou que um dos momentos mais importantes da campanha aconteceu no *Jornal Nacional*, em entrevista concedida ao jornal *Folha de S. Paulo*:

[...] FOLHA - Quais foram os momentos importantes de recuperação da imagem do presidente Lula depois dos escândalos de 2005?
SANTANA - Para ficar no campo da mídia, primeiro, foi a entrevista ao 'Fantástico', no final do ano [edição de 1º de janeiro deste ano]. Depois, a entrevista ao *Jornal Nacional* [durante o primeiro turno]. Dois exemplos fora de um ambiente de propaganda eleitoral. "O mais interessante é que a mídia achou que Lula foi mal nessas entrevistas. Os eleitores acharam que ele foi bem. É fascinante que a leitura da mídia seja tão diferente de um amplo setor da sociedade. A percepção da mídia raramente se distancia do que é o segmento social dela, a classe média. [...]"¹⁹

¹⁷DOMINGOS, João; MADUEÑO, Denise. Alckmin quer aparecer mais no '*Jornal Nacional*'. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Nacional, 20 jul./2006.

¹⁸Ibidem.

¹⁹RODRIGUES, Fernanda. Imagem dupla fez Lula vencer, diz marqueteiro. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, capa, 5 nov./2006.

O conteúdo de programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) também foi influenciado pela cobertura do *Jornal Nacional*, como relata outra matéria do jornal *Estado de S. Paulo*:

[...] O candidato tucano à Presidência, Geraldo Alckmin, foi o repórter do seu programa eleitoral na TV exibido ontem, ao falar das péssimas condições da BR-316, no interior do Maranhão. Foi uma resposta ao desafio da Caravana do *Jornal Nacional*, da TV Globo - um ônibus que viaja pelo Brasil com equipe liderada por Pedro Bial - que mostrou na quinta-feira a realidade da estrada. [...].²⁰

A *Folha de S. Paulo* noticiou que situações de campanha foram encenadas, com figurantes contratados pelos candidatos, para que a equipe de reportagem do *Jornal Nacional* pudesse filmá-las. O cinegrafista do telejornal chegou a dirigir as cenas, como revelam o título e os sub-títulos da matéria:

Nanicos ganham segundos de fama no "Jornal Nacional"

Eymael e Bivar usam figurantes para simular "movimento eleitoral" em gravações.

Cinegrafista da TV orienta pessoas para assegurar a naturalidade da cena: "Não olha para a câmera, amigo, conversa com o candidato" [...].²¹

Um dos episódios mais polêmicos da campanha de 2006 envolveu a apreensão de um valor em espécie, para uma suposta compra de um dossiê contra o candidato do PSDB, Geraldo Alckmin. Nessa transação, estavam envolvidas duas pessoas vinculadas ao comitê eleitoral nacional do candidato e Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Nesse episódio, o *Jornal Nacional* foi um dos protagonistas.

A conversa entre o delegado da Polícia Federal, Edmilson Bruno, com os repórteres Paulo Baraldi, de *O Estado de S. Paulo*, Lílian Christofolletti, da *Folha de S. Paulo*, Tatiana Farah, de *O Globo*, e André Guilherme, da rádio *Jovem Pan*, foi gravada no dia 29 de setembro de 2006 e seu conteúdo revelado, na íntegra, 20 dias mais tarde pelo site *G1*, da Globo Comunicação e Participações SA.

²⁰CANDIDATO TUCANO PEGA CARONA NO JN NACIONAL. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Nacional, 10 set. /2006.

²¹OLIVEIRA, Michele; SAMPAIO, Paulo. Nanicos ganham segundos de fama no "*Jornal Nacional*": Eymael e Bivar usam figurantes para simular "movimento eleitoral" em gravações. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 6 jul./2006.

A fita foi gravada no momento em que o delegado, Edmilson Bruno, entregou as fotos do dinheiro apreendido com integrantes do comitê de campanha do candidato petista aos repórteres. Abaixo, os trechos da transcrição, no momento em que o delegado negociava o horário e programas apropriados para a divulgação das fotos (Anexo 3 íntegra, ao final):

Voz masculina de repórter:

- Só que é o seguinte: isso só pode sair amanhã na tv, né?

Delegado Bruno:

- Não, pode sair hoje à noite na tv.

Voz feminina de repórter:

- Pode sair hoje à noite.

Voz masculina de repórter:

- Jornal da meia-noite, jornal da meia-noite.

Delegado Bruno:

- Não, tem que sair hoje. não, tem que sair no jornal da Globo no primeiro horário. Não pode sair é à tarde.

Voz feminina de repórter:

- É gente, também porque nós estamos os três jornais, né?

Delegado Bruno:

- Tem que sair no "*Jornal Nacional*". Se for o SBT, Ana Paula Padrão. Isso daí vazou ontem, me furtaram ontem, isso espalhou hoje de manhã, o que não pode é sair agora...²²

Nas 100 citações em 11 jornais impressos e em uma revista, observam-se exemplos que mostram opiniões sobre a cobertura do processo eleitoral pelo *Jornal Nacional*. O articulista Marcelo Coelho conclui que a emissora Rede Globo e o *Jornal Nacional* foram os grandes vencedores políticos dos debates realizados, pelo telejornal, com os presidenciais:

[...] Se alguém saiu politicamente vitorioso nesta semana de campanha eleitoral, não foi Lula, nem Heloísa Helena, muito menos Geraldo Alckmin; foi a Rede Globo. Para quem ainda associava a imagem da emissora ao escândalo do Proconsult em 1982, ao abafamento da campanha pelas Diretas-Já em 1984 e à manipulação do debate entre Collor e Lula em 1989, a mudança deste ano não poderia ser maior, no sentido da seriedade e da isenção jornalística.²³

²²LEIA E OUÇA, COM NITIDEZ E NA ÍNTEGRA, CONVERSA DO DELEGADO DO CASO DOSSIÊ COM REPÓRTERES. **G1**, 19/10/2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1317305-5601,00.html>>. Acesso em: 3 maio 2008.

²³COELHO, Marcelo. Vitória política, só a do "JN". **Folha de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Brasil, 12 ago./2006.

Esses exemplos demonstram que o *Jornal Nacional*, ao mesmo tempo em que enquadrava fatos e eventos, foi parte de sua construção. Ao produzir padrões de cognição, interpretação, seleção, ênfase da realidade percebida, o *JN* organiza o mundo em relatos e gera *enquadramentos* por meio dos quais certos aspectos da realidade percebida se tornam mais salientes do que outros.

Nesse período, o telenoticiário parece ter sido capaz de estabelecer um espaço de disputa sobre os *enquadramentos* e as *controvérsias interpretativas* que iriam prevalecer em seus relatos.

O percurso metodológico

Os critérios utilizados para a escolha do *Jornal Nacional*, em particular, foram características socioeconômicas da população brasileira, combinadas com a audiência e abrangência do telejornal.

A amostra da pesquisa foi extraída do noticiário do *Jornal Nacional* entre os meses de julho a outubro de 2006, período que antecedeu as eleições presidenciais que reconduziram Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência da República.

O período eleitoral foi escolhido por tratar-se de um momento em que a coletividade é convocada a engajar-se em uma mesma discussão que envolve uma escolha e uma ação. Os meios de comunicação, nesse contexto, desempenham um papel como instrumento de sondagem e auxílio da elaboração das estratégias de engajamento dos indivíduos na coletividade.

Dois caminhos paralelos foram seguidos nessa pesquisa: 1) a realização de uma revisão bibliográfica dos estudos realizados sobre o *Jornal Nacional*, a partir 1982; e 2) uma análise de conteúdo em 131 edições do *JN*, no período delimitado (que totalizaram 3.198 notícias) procurando classificar 16 tipos diferentes de dados em cada uma delas.

Na revisão bibliográfica, buscamos realizar uma pesquisa que pudesse mostrar como os estudiosos analisaram a atuação do *Jornal Nacional* em todas as eleições gerais ocorridas no período pós-ditadura: 1982, 1989, 1994, 1998, 2002 e 2006. Essa revisão abrangeu, ainda, os estudos sobre a ação do *Jornal Nacional* em

momentos políticos nacionais importantes como o movimento das *Diretas Já* e o *impeachment* do ex-Presidente Fernando Collor de Mello.

Nesses dois últimos casos, realizamos uma pesquisa nas fontes primárias como jornais impressos, revistas, entrevistas dos profissionais da Rede Globo que trabalhavam na Central Globo de Jornalismo, à época. Dessa forma, procuramos contribuir para os estudos sobre esses períodos - em especial, os que abordam as eleições gerais de 1982 e o movimento das *Diretas Já*.

No segundo caminho percorrido, da análise de conteúdo, procuramos levantar os dados que contribuíram para a compreensão do comportamento das *controvérsias interpretativas* na *atualidade mediática*. Ao todo, essa pesquisa coletou e sistematizou 51.168 dados. Não foi possível, contudo, analisar os dados na sua totalidade, em função do fator 'tempo de pesquisa' não ter permitido.

O intervalo de tempo pesquisado foi dividido em três períodos distintos para possibilitar comparações entre eles. O 1º período compreende o mês de junho, o 2º, de julho a outubro e o terceiro período, novembro de 2006 (consoante capítulo 3, Percurso Metodológico). A composição desses períodos se deveu ao calendário eleitoral determinado pelo Tribunal Superior Eleitoral²⁴ e às escolhas metodológicas que possibilitaram realizar comparações entre tais períodos.

A análise de conteúdo de cada notícia considerou os seguintes itens: a) Tempo inicial; 1) Numeração; 2) Data; 3) Dia da semana; 4) Localização; 5) Classificação da notícia; 6) Assunto; 7) Classificação de assunto; 8) Estado onde ocorreu o fato ou assunto; 9) Formato; 10) Enquadramento noticioso ou enquadramento interpretativo; 11) Tipo de fonte; 12) Tempo da fonte; 13) Gênero da fonte; 14) Tempo final; 15) Tempo total; 16) Observação.

Essa análise demonstrou que o *Jornal Nacional* sofreu alterações significativas durante o período eleitoral, embora tenha mantido algumas características gerais que não se modificaram substancialmente.

²⁴BRASIL. **Lei nº 9.504/97 de 30 de setembro de 2007.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm>. Acesso em: 17 jul. 2008.
BRASIL. **Instrução nº 86.** Disponível em: http://www.tse.gov.br/institucional/biblioteca/instrucoes_do_tse/inst_86.htm. Acesso em: 17 jul. 2008.

Contextualização da pesquisa

A motivação para a realização deste estudo nasceu da experiência da pesquisadora como jornalista integrante da equipe de trabalho da Secretaria de Comunicação Social (Secom), da Presidência da República, durante o período eleitoral de 2006.

A observação dos bastidores da campanha eleitoral e o acompanhamento diário dos noticiários nacionais relevaram que aspectos do *fazer política* foram influenciados por enquadramentos dos relatos dos meios de comunicação. Esse enquadramento dos fatos políticos foi a questão que me despertou para a realização de um estudo que investigasse essa relação.

As implicações éticas desse duplo papel por mim desempenhado, de pesquisadora e profissional que trabalha na Presidência da República, guiaram escolhas nesta pesquisa. O meu envolvimento com o contexto observado implicou em uma vigilância constante que provocou rupturas epistemológicas decorrentes dessa reflexão.

De certa forma, as escolhas metodológicas e metódicas, tais como o uso da Análise de Conteúdo e a realização de uma abrangente revisão bibliográfica dos estudos sobre o *Jornal Nacional*, foram decorrência do cuidado e rigor com esse duplo papel.

As disciplinas cursadas ao longo do Programa de Pós-Graduação na Faculdade de Comunicação (FAC) e no Programa de Pós-Graduação em Lingüística, do Instituto de Letras, ambos da Universidade de Brasília (UNB), foram imprescindíveis para a elaboração desse trabalho. Elas me permitiram problematizar e explicitar o duplo papel de pesquisadora funcionária da Secom, rompendo com o senso comum com o objetivo de realizar uma pesquisa científica.

Estrutura da dissertação

Esta dissertação está organizada em três capítulos.

O capítulo 1 é dedicado às discussões teóricas que explicam as origens e o contexto das abordagens que fundamentam essa pesquisa. Nesta dissertação,

buscou-se articular os conceitos de *agendamento*, *enquadramento*, *atualidade mediática* e *controvérsias interpretativas*. Nesse capítulo, procedeu-se a uma revisão das principais tradições no estudo da problemática dos efeitos da comunicação.

No capítulo 2 é apresentada uma revisão bibliográfica dos estudos da Comunicação e da Ciência Política que procuraram investigar a atuação do *Jornal Nacional* em momentos políticos nacionais importantes, sobretudo nas eleições gerais do período pós-ditadura.

O capítulo 3 apresenta as escolhas e a metodologia adotada nesta pesquisa. Nesse capítulo, problematizou-se: a) a construção do objeto de estudo *Jornal Nacional*; b) a questão do universo e da amostra de pesquisa; c) a composição dos períodos e todas as classificações que foram utilizadas para realizar a análise de conteúdo.

Nas considerações finais, discorreremos sobre as principais observações deste estudo, considerando os aspectos teórico e metodológico.

CAPÍTULO 1 - AGENDAMENTO, ENQUADRAMENTO E CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS: TEORIAS

Neste capítulo discorreremos sobre o contexto teórico em que está inserida essa análise e que justifica as escolhas metodológicas e as conclusões deste estudo.

O estudo fundamenta-se em abordagens teóricas originadas nos anos 1970, nos Estados Unidos, no âmbito das pesquisas dos *efeitos* cognitivos de longo prazo, centrado no processo de significação que ocorre na relação entre os meios de comunicação de massa e a sociedade²⁵. Agendamento, enquadramento e controvérsias interpretativas são abordagens que orientam esta dissertação.

A primeira parte deste capítulo apresenta o conceito da hipótese de agendamento e os estudos realizados pelos fundadores desse conceito. Para elucidar a trajetória da problemática dos *efeitos* nos estudos dos meios de comunicação, é apresentado um breve histórico deles, passando pela teoria hipodérmica, modelo lasswelliano e fluxo de informação em dois níveis (*two-step flow of communication*). Por fim, traz-se uma sucinta discussão sobre a superação ou reafirmação da teoria dos efeitos limitados e a relação entre a hipótese do agendamento e do conceito de enquadramento.

A segunda parte do capítulo traz o conceito de enquadramento, suas origens e os estudos que fundamentaram esse marco teórico. E, finalmente, a terceira parte trata da conceituação do modelo de controvérsias interpretativas, dos formatos das notícias e suas implicações no pluralismo de suas mensagens, de acordo com esse modelo. Apresenta, ainda, os estudos realizados para comprovar as hipóteses e testar o modelo de *controvérsias interpretativas*.

²⁵WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005. p. 141.

1.1 A Hipótese do Agendamento e as Origens da Problemática dos *Efeitos da Comunicação*

A hipótese²⁶ do agendamento (*agenda-setting*) parte da idéia de que a forma como os indivíduos compreendem a realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa. Os trabalhos que tratam do percurso dos estudos sobre o agendamento (entre outros, DEFLEUR E BALL-ROKEACH, 1989; HOLFELD, 1997; TRAQUINA, 2000; WOLF, 2005) apontam Maxwell McCombs e Donald Shaw como os fundadores dessa hipótese. Em 1972, esses autores publicaram o primeiro estudo com as investigações realizadas na pequena cidade de Chapel Hill, localizada do estado da Carolina do Norte, nos Estados Unidos.

Os estudos de campo foram realizados durante os últimos 24 dias do ano de 1968, dias esses que antecederam as eleições presidenciais nas quais concorreram o republicano Richard Nixon, o democrata Hubert Humphrey e o americano independente George Wallace.

Com o propósito de investigar a capacidade de agendamento dos meios de comunicação na campanha presidencial, o estudo confrontou as questões-chave dos eleitores de Chapel Hill, com o conteúdo dos meios de comunicação por ele utilizados para se informar durante a campanha. A pesquisa de McCombs e Shaw²⁷ selecionou 100 eleitores indecisos, considerando a representação econômica, social e étnica da cidade e suas principais fontes de informação (nove veículos de comunicação entre programas de televisão, jornal e revista). Eles concluíram que os eleitores tendiam a compartilhar da definição dos meios de comunicação acerca daquilo que era importante, o que sugere sua função de agendamento.

Os dados sugerem a existência de uma forte relação entre a ênfase colocada nas diferentes questões da campanha pelos meios de comunicação (que, por seu turno, reflete em um grau considerável o destaque dado pelos próprios

²⁶Para Hohlfeldt (1997, p. 43), uma hipótese é um sistema aberto, inacabado, adverso ao conceito de erro, característico de uma teoria. Uma hipótese é uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se não prosperar em uma situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica.

Entman (1998, p. 56) define um paradigma “como uma teoria geral que informa aos acadêmicos sobre as operações e resultados de qualquer sistema particular do pensamento e da ação”.

²⁷McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000.

candidatos) e a avaliação dos eleitores no que diz respeito à relevância e importância dos vários tópicos de campanha.²⁸

Ao selecionar e divulgar as notícias, os jornalistas e os meios de comunicação, portanto, desempenham um papel importante na compreensão da realidade política. A escolha de uma cidade isolada para a pesquisa não foi aleatória. Ela simulou a situação do eleitorado em geral, que se informa sobre a política pelos meios de comunicação, para decidir seu voto. Dessa forma, como constataram McCombs e Shaw²⁹, os eleitores conhecem um determinado assunto e a sua importância, a partir da quantidade de notícias veiculadas e da posição ocupada por elas na organização das informações pelos meios de comunicação.

Pesquisadores como DeFleur e Ball-Rokeach (1989), Holfeld (1997), Traquina (2000) e Wolf (2005) apontam os estudos de Walter Lippmann, autor do livro *Public Opinion* (1922), a inspiração para a pesquisa de McCombs e Shaw, assim como os de Bernard Cohen, que em 1963 lançou o livro *The Press and Foreign Policy*.

Ainda nos anos 1920, Lippmann fez uma distinção entre o mundo que existe “realmente” e as percepções das pessoas sobre esse mundo. Ele sugeriu que os meios de comunicação eram a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos nas mentes dos indivíduos. Lippman foi um dos primeiros pesquisadores a afirmar o papel dos meios de comunicação na percepção da realidade e na ação das pessoas.

Um dos exemplos citados pelo pesquisador foi o início da primeira Guerra Mundial, em 1914. Durante vários dias, muitas pessoas não tomaram conhecimento sobre a deflagração da Guerra, por isso elas continuaram a fabricar o que não seria comprado, planejaram carreiras e empreendimentos que não chegariam a se concretizar. Essas pessoas estavam agindo a partir do que imaginavam ser o mundo e não no que realmente estava acontecendo nele.

²⁸McCOMBS, Mawell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000, p. 53.

²⁹Ibidem.

No primeiro capítulo do livro de Lippmann³⁰, ele buscou no armistício noticiado erroneamente, em novembro de 1918, o exemplo para demonstrar que informações deturpadas ou enganadoras podem criar falsas imagens acerca do mundo exterior. Nesse caso, as pessoas comemoraram a falsa trégua, enquanto os jovens continuavam a morrer nos campos de batalha.

Os estudos de Cohen, outro pesquisador a influenciar a elaboração da hipótese do agendamento, são citados no artigo de McCombs e Shaw³¹. Quarenta anos depois de Lippman, em 1963, Cohen alertou para a capacidade da imprensa de dizer às pessoas o que pensar a partir do “mapa” que lhes é desenhado pelas informações produzidas pelos redatores, editores e diretores dos jornais. Para o autor, a imprensa “pode na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar”³².

No momento em que McCombs e Shaw publicaram a pesquisa realizada em Chapel Hill, na década de 1970, os estudos dos meios de comunicação de massa sofreram uma importante alteração. Para Mauro Wolf³³, tal estudo representou um verdadeiro ponto de mudança diante da constatação da complexidade do objeto de pesquisa da comunicação e da dificuldade de sistematização dos conhecimentos em um conjunto coerente, que pudesse superar sua fragmentação.

Para estudiosos das teorias da(s) comunicação(es) de massa (DEFLEUR E BALL-ROKEACH, 1989; HOLFELD, 1997; TRAQUINA, 2000; WOLF, 2005), a pesquisa de McCombs e Shaw se inscreve dentro da problemática dos *efeitos* dos meios de comunicação nas pessoas. Para Traquina³⁴, representa uma veia central da pesquisa em comunicação norte-americana.

³⁰Lippmann, cujo título é “The world outside and pictures in our heads” (algo como, “O mundo exterior e as imagens em nossas mentes”).

³¹McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000.

³²COHEN, 1963 *apud* TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

³³WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

³⁴TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística. Florianópolis: Insular, 2005.

1.2 As Origens dos Estudos sobre os *Efeitos* da Comunicação

Os primeiros estudos sobre os *efeitos* da comunicação coincidem com o período entre as duas Guerras Mundiais e representam uma reação, de estudiosos de várias origens, ao surgimento de novos meios de comunicação capazes de atingir uma grande quantidade de pessoas. Wolf³⁵ também considera que as experiências totalitárias, desse período histórico, foram um elemento importante no contexto do surgimento da pesquisa sobre os *efeitos*.

O primeiro paradigma dos estudos dos *efeitos* foi a teoria hipodérmica – *bullet theory*. A pergunta que essa teoria procurou responder é “qual efeito tem a mídia numa sociedade de massa?”³⁶. Para pesquisadores como Araújo³⁷ e Wolf³⁸ os principais componentes dessa teoria são a presença do conceito de sociedade de massa e um modelo de comunicação complementar à teoria psicológica da ação ou “teorias behavioristas que entendiam a ação humana como resposta a um estímulo externo”.³⁹

Dois tipos de estudos se destacam nas décadas de 1920 e 1930. Wolf⁴⁰ refere-se às pesquisas que procuraram compreender os *efeitos* da propaganda nos meios de comunicação de massa e de sua capacidade manipuladora, durante e depois da primeira Guerra Mundial. Por esse motivo, o autor argumenta que é possível descrever o modelo hipodérmico como uma teoria da propaganda e sobre ela. Araújo⁴¹ também salienta estudos que procuraram relacionar as mensagens de violência ao comportamento do público, especialmente o infante-juvenil.

Os meios de comunicação de massa, dessa forma, eram compreendidos como causa suficiente dos *efeitos* verificados e os indivíduos passivos restavam

³⁵WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

³⁶Ibidem, p. 5.

³⁷ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

³⁸WOLF, Mauro. **Op. Cit.**, p. 5.

³⁹ARAÚJO, Carlos Alberto. **Op. Cit.**, p. 125.

⁴⁰WOLF, Mauro. **Op. Cit.**

⁴¹ARAÚJO, Carlos Alberto. **Op. Cit.**

expostos ao estímulo vindo dos meios. Por isso, “a concepção de que os meios agiam sobre a sociedade à maneira de uma ‘agulha hipodérmica’”.⁴²

Wolf⁴³ reforça essa constatação ao salientar que, no período da teoria hipodérmica, a maior parte dos *efeitos* não foi estudada. Os *efeitos* ocorriam em todas as pessoas, independente de seus atributos sociais ou psicológicos e de maneira direta. Esses estudos, em grande parte, eram encomendados e financiados por entidades diretamente interessadas nos *efeitos* de campanhas políticas e de propaganda sobre a audiência.⁴⁴

A teoria hipodérmica, portanto, sustentava uma conexão direta entre o estímulo (exposição das mensagens) e a resposta (controle, manipulação, ação) de quem é exposto às mensagens, mesmo que os estudiosos daquela época reconhecessem a complexidade dos estímulos e a heterogeneidade das respostas. Há que se considerar que os fenômenos relacionados aos meios de comunicação de massa eram uma novidade que surgiu em um contexto no qual a sociedade é caracterizada como amorfa, atomizada e de escassas relações interpessoais. Some-se a isso o fato do uso da comunicação de massa pelos regimes totalitários, como o nazismo, acentuarem o modelo estímulo/resposta. Os *efeitos* dos meios de comunicação de massa, portanto, são considerados poderosos, com *efeitos* previsíveis na sociedade de massa, pelo paradigma da teoria hipodérmica.

Outro representante dessa perspectiva é Harold Lasswell que, na década de 1940, apresentou um modelo que descrevia o ato de comunicação. O *modelo lasswelliano*, como ficou conhecido, reforçava o caráter unidirecional da comunicação de massa: do comunicador *para* e *sobre* o público. Ele ordenou o ato de comunicação, segundo variáveis bem definidas, apresentando um modelo com cinco perguntas que, se respondidas, poderiam descrever um ato de comunicação: 1) quem; 2) diz o quê; 3) por qual canal; 4) a quem; 5) com qual efeito?

As premissas sobre os processos de comunicação de massa, propostos por Lasswell, consideravam que eles eram assimétricos com um emissor ativo e uma massa passiva; intencionais ou com o objetivo de obter um certo efeito e

⁴²ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (orgs). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p. 126.

⁴³TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística. Florianópolis: Insular, 2005.

⁴⁴ARAÚJO, Carlos Alberto. **Op. Cit.**

comportamento; e episódicos, pois cada episódio de comunicação poderia ser isolado temporalmente e agir de forma independente das relações sociais ou culturais.⁴⁵

A superação da teoria hipodérmica se deu principalmente pelas pesquisas de campo que contradiziam seus pressupostos e que estimularam o deslocamento gradual da atenção dos estudiosos para a audiência. Para Traquina (2000), DeFleur e Ball-Rokeach (1989) e Wolf (2005) os estudos de Lazarsfeld, sobretudo, estão entre os que, com novos métodos de pesquisa e inquéritos de campo, indicavam um impacto limitado dos meios de comunicação na opinião das pessoas. Ele antecipou em mais de 20 anos a hipótese do agendamento.⁴⁶

Os *efeitos* dos meios de comunicação de massa passaram a considerar, a partir de então, o contexto social em que esses agem e a dependência das forças sociais que os circundam. Para Wolf⁴⁷, a teoria dos *efeitos* limitados desloca a relação de causa e efeito para um processo mediado de influência, no qual as dinâmicas sociais se relacionam com os processos de comunicação. As pesquisas deslocaram sua atenção, portanto, para variáveis como a condição social, econômica, religião, predisposição ao voto, participação na campanha eleitoral e o grau de exposição das pessoas às informações dos meios de comunicação.

Os estudos de Lazarsfeld, Berelson e Goudet, publicados em 1944, sob o título *The People's Choice. How The Voter Makes Up His Mind In a Presidential Campaign* revelaram a “descoberta” dos líderes de opinião e o fluxo de comunicação em dois níveis (*two-step flow of communication*). Esses líderes de opinião surgiram da articulação entre o máximo grau de interesse e o máximo grau de conhecimento do tema. Ou seja, os indivíduos muito informados e envolvidos com o tema foram denominados líderes de opinião porque exerciam a função de mediadores entre os meios de comunicação de massa e as pessoas menos interessadas e com pouca participação na campanha presidencial.⁴⁸ O fluxo em dois níveis é assim denominado pela mediação/atuação dos líderes e opinião entre as informações dos meios de

⁴⁵WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

⁴⁶A denominação utilizada por Traquina (2000) é *efeitos limitados*; por Wolf (2005) é abordagem empírica em campo ou **efeitos** limitados; e DeFleur e Ball-Rokeach (1989) utilizam a denominação de *efeitos seletivos*.

⁴⁷WOLF, Mauro. **Op. Cit.**

comunicação as outras pessoas do grupo social. Os *efeitos* da mídia, portanto, se tornaram parte de um processo que incluía a influência pessoal.

Para Wolf⁴⁹, mais do que indicar os *efeitos* limitados dos meios de comunicação de massa sobre as pessoas, essa teoria consolidou os processos de comunicação em um contexto mais complexo que inclui variáveis econômicas, sociológicas e psicológicas que se interagem incessantemente. Essas mudanças estão vinculadas também à descoberta da relação da comunicação com outros processos sociais.

Araújo⁵⁰ argumenta que a intercessão de campos de conhecimento colaborou para o incremento da pesquisa em comunicação. O diálogo do grupo de estudos norte-americanos, também denominado *Mass Communication Research*⁵¹, com diversas outras correntes de pesquisa, a partir da década de 1960 (Semiótica, Semiologia, Sociologia do Conhecimento, Escola de *Palo Alto*, Corrente Culturológica Francesa e Estudos Culturais de Birmingham), resultou em novas abordagens dessa problemática. Uma delas é a hipótese do agendamento (*agenda-setting*), também conhecida como *Teoria dos Efeitos a Longo Prazo*.

Traquina⁵² defende que a hipótese⁵³ do agendamento representa um regresso à problemática dos *efeitos* e surge para se contrapor à teoria dos *efeitos*

⁴⁸O estudo de Lazarsfeld, Berelson e Goudet foi realizado no município de Erie, no estado de Ohio, Estados Unidos durante a campanha presidencial de 1940 quando disputavam a presidência, o candidato republicano Wendell Willkie e o presidente o Presidente Franklin Delano Roosevelt.

⁴⁹WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

⁵⁰ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

⁵¹Para ARAÚJO (2001), *Mass Communication Research* foi uma tradição de estudos norte-americanos hegemônica nas pesquisas de comunicação, entre os anos 20 e 60, composta por abordagens e autores variados cujos pressupostos teóricos eram tão distintos quanto os resultados de suas pesquisas. O autor identifica três grandes grupos de pesquisa da *Mass Communication Research*: o primeiro é vinculado à Teoria Matemática da Comunicação ou Teoria da Informação elaborada pelos engenheiros SHANNON e WEAVER (1949); o segundo grupo é denominado de Corrente Funcionalista, orientada pelos estudos de LASSWELL (1948); o terceiro e considerado principal grupo da *Mass Communication Research* é o que estuda os efeitos da comunicação e que têm em comum um mesmo modelo teórico denominado de Teoria Hipodérmica em uma referência do termo “agulha hipodérmica”, criado por Lasswell para explicar a ação dos meios de comunicação nos indivíduos. Esses estudos estão ancorados nas teorias da sociedade de massa de ORTEGA y GASSET (1930). WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

⁵²TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

limitados. O autor defende que a hipótese do agendamento surgiu no contexto da emergência de uma nova geração de jovens pesquisadores em comunicação, em uma área de estudos até então dominada por sociólogos, psicólogos e cientistas sociais. Essa nova geração, com experiência de trabalho nos meios de comunicação, apontava a existência de “efeitos mediáticos”⁵⁴ e não se satisfazia com a teoria dos *efeitos* limitados.

Para Traquina⁵⁵, a hipótese do agendamento retoma o poder do texto informativo, em especial, do texto jornalístico, pelo menos um poder maior do que o defendido por McCombs e Shaw.

Wolf⁵⁶ problematiza a mudança entre o velho e o novo paradigma em outro sentido. Ele destaca, pelo menos, três diferenças entre eles: a) análise da cobertura global do sistema da mídia e não mais casos isolados; b) uso de metodologias integradas e complexas e não mais dados levantados a partir e somente de entrevistas com o público; c) reconstrução do processo pelo qual as pessoas modificam sua opinião e não mais observação e medição de mudanças de postura e opinião.

O autor distingue ainda duas mudanças fundamentais na perspectiva da problemática dos *efeitos*. A primeira delas diz respeito ao próprio efeito. O que se busca investigar “não mais concerne às atitudes, valores ou comportamento das pessoas, mas o efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimento que o indivíduo assume e estrutura com estabilidade, devido ao seu consumo de comunicações de massa”.⁵⁷ E, em segundo lugar, se altera o quadro temporal. Os *efeitos* são cumulativos e sedimentados no tempo, o que reforça o caráter processual da comunicação.

A hipótese de agendamento, nesse contexto, ocupa uma importante posição. Para Shaw⁵⁸, a proposição fundamental da hipótese do agendamento é que a compreensão da realidade social, pelas pessoas, é modificada pela ação dos meios

⁵³Para Traquina (2000) o que chamamos de hipótese do agendamento pode ser considerado um paradigma de estudos.

⁵⁴TRAQUINA, Nelson. *Op. Cit.*, 2000, p. 16.

⁵⁵Ibidem.

⁵⁶TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística*. Florianópolis: Insular, 2005.

⁵⁷WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação de massa*. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005, p. 138.

de comunicação de massa. Em consequência deles, as pessoas ignoram, prestam à atenção, tomam ciência ou negligenciam elementos da política. Há uma relação entre o que os meios de comunicação de massa incluem e excluem de sua agenda e os conhecimentos das próprias pessoas. Além disso, a ênfase atribuída pelos meios de comunicação a um determinado assunto, acontecimento ou pessoa influi na ênfase das pessoas a esses assuntos, acontecimentos ou pessoas.

Depois de 26 anos do lançamento das bases da hipótese do agendamento, McCombs e Shaw⁵⁹ escreveram um artigo de análise de seu percurso⁶⁰. Para eles, essa perspectiva teórica passou por quatro fases distintas, mantendo sua vitalidade: a) a primeira fase foi a publicação dos estudos realizados em Chapel Hill, em 1972; b) a segunda fase tratou da repetição, pelos mesmos pesquisadores, da hipótese básica do agendamento e das condições contingentes que limitaram ou amplificaram os agendamentos dos meios de comunicação, em 1977⁶¹; c) a terceira fase, realizada nas eleições de 1976, marcou a expansão da idéia de agendamento em dois sentidos: das características dos candidatos noticiadas pela mídia e apreendidas pelos eleitores e da agenda pública; d) a quarta fase é centrada nas fontes da agenda dos meios de comunicação.

McCombs e Shaw também consideraram novos percursos de pesquisas ligados ou herdeiros da hipótese de agendamento quanto afirmaram: “o agendamento é bastante mais do que a clássica asserção sobre o que é que devemos pensar. As notícias dizem-nos também como devemos pensar sobre o que pensamos”.⁶² Ou seja, a seleção dos temas pelos meios de comunicação é tão importante quanto as perspectivas adotadas pelos jornalistas para pensar sobre eles, uma vez que dirigem a atenção para determinado aspecto em detrimento de outros. Os autores consideram, portanto, que o enquadramento é uma função do agendamento.

⁵⁸ *Apud* WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

⁵⁹ *McCombs e Shaw (2005) chamam o agendamento de perspectiva teórica.*

⁶⁰ McCOMBS, Mawell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000.

⁶¹ Dessa vez, escolheu-se a localidade de Charlotte Ville, na Carolina do Norte, cidade situada a meio caminho entre a capital Washington e Atlanta, na Georgia, com 354 mil habitantes. Disputavam a eleição presidencial, em 1972, o republicano Richard Nixon e o democrata George McGovern.

⁶² McCOMBS, Mawell; SHAW, Donald. **Op. Cit.**, 2000.

A síntese clássica de agendamento apresentada por Bernard Cohen (1963) – os *media* poderão não nos dizer o que pensar, mas são altamente eficazes em dizer-nos sobre o que pensar – foi virada pelo avesso. Investigações novas que exploraram as conseqüências do agendamento e do enquadramento feito pelos *media* sugerem que os *media* não só nos dizem sobre o que é que devemos pensar, como também nos dizem como pensar sobre isso; portanto, conseqüentemente, o que pensar.⁶³

A intercessão dos estudos sobre a hipótese do agendamento e o conceito de enquadramento fomenta profícuos debates no campo da comunicação. Não é objetivo desta dissertação problematizar esse ponto, mas, sim, fundamentar a perspectiva do enquadramento como abordagem desta dissertação.

1.3 O Conceito de Enquadramento e seus *Efeitos* na Audiência

Apesar do seu uso crescente, o conceito de enquadramento se encontra em plena discussão em vários campos de estudo como sociologia, ciência política, psicologia e comunicação. O enquadramento é, por vezes, classificado como teoria, paradigma, modelo e perspectiva, como identificam Reese, Gandy e Grand⁶⁴. Para efeito deste estudo, será denominado o enquadramento de conceito por se entender já existir uma certa clareza sobre seus fundamentos.

Os pesquisadores que realizaram revisões sistemáticas do conceito de enquadramento ou que trabalham com sua abordagem (entre outros, REESE, 2001; TANKARD, 2001; PAN E KOSIKI, 2001; WIGGINS, 2001; PORTO, 2004) identificam nos estudos do campo da sociologia, a origem da definição de enquadramento, com a publicação do *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*, em 1974, do sociólogo Erving Goffman.^{65 e 66}

⁶³McCOMBS, Mawell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000.

⁶⁴REESE, Stephen; GANDY JR., Oscar; GRANT, August (Eds). **Framing public life**: perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.

⁶⁵GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**: an essay on the organization of experience. Boston: Northeastern, 1986.

⁶⁶Goffman (1986) credita a metáfora do enquadramento ao antropólogo e psicólogo Gregory Bateson que publicou em 1972 o livro "Steps to an ecology of mind: Collected essays on anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology". New York: Ballantine, 1972.

Na perspectiva da Psicologia Social, Goffman⁶⁷ utilizou a idéia de enquadramento para designar os marcos interpretativos (*schemata of interpretation*) que permitem às pessoas dar sentido às suas experiências sociais cotidianas. Esses marcos interpretativos permitem que os indivíduos ou grupos de indivíduos, localizem, percebam, identifiquem e designem eventos e acontecimentos, conferindo-lhes significado, organizando experiências e orientando ações.

De acordo com Porto⁶⁸, a primeira aplicação do conceito de enquadramento no campo da comunicação foi realizada pela socióloga Gaye Tuchman, em 1978, no livro *Making News*. Embora seu trabalho não tenha definido ou investigado o conceito, ela ofereceu uma análise sobre a prática de enquadramento e os processos de construção da notícia (*newsmaking*). Nesse trabalho ela argumenta que os enquadramentos das notícias definem e constroem a realidade. Os jornalistas expressam sua opinião ao definir, por exemplo, quem deve ser citado em uma matéria, qual citação deve fazer parte da notícia e como organizá-las na estrutura dessas notícias.

Todd Gitlin⁶⁹, em sua tese de Doutorado, investigou a cobertura do movimento *Students for a Democratic Society* (SDS)⁷⁰ pela imprensa norte-americana, tomando como ponto e partida usos e conceitos de Goffman⁷¹ e Tuchman⁷² do enquadramento. Em sua investigação sobre a cobertura e as relações do movimento SDS com a imprensa, Gitlin⁷³ identificou os enquadramentos que converteram seus líderes em celebridades. Alguns dos enquadramentos identificados pelo autor foram: trivialização (ênfase na linguagem do movimento, idade dos ativistas, forma de se vestir, dentre outros); polarização (contraste de movimentos contra a guerra e a ultra-direita e neonazistas como extremistas); ênfase nas disputas

⁶⁷GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeastern, 1986.

⁶⁸PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

⁶⁹GITLIN, Todd. **The whole world is watching: mass media in the making e unmaking of the new left**. Berkeley: University of California Press, Ltd, 1980.

⁷⁰Gitlin (1980) estudou o movimento Students for a Democratic Society (SDS) que reunia estudantes que militavam contra a guerra do Vietnã e começou a atuar nos Estados Unidos em 1960. Em 1965, o movimento se amplificou, tornando-se um fato político e midiático.

⁷¹GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeastern, 1986.

⁷²TUCHMAN, Gaye. **Making news: a study in the construction of reality**. New York Free Press, 1978.

⁷³GITLIN, Todd. **The whole world is watching: mass media in the making e unmaking of the new left**. Berkeley: University of California Press, Ltd, 1980.

internas do movimento; marginalização (saliência na cobertura de movimentos ‘desviantes’ ou pouco representativos); pouca ênfase na eficácia do movimento.

Para identificar esses enquadramentos, Gitllin ofereceu a primeira definição sistemática de enquadramento:

Os enquadramentos da mídia organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos à suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal, ou visual, de forma rotineira.⁷⁴

A definição de Gitllin⁷⁵ serviu como impulso para pesquisas sobre os enquadramentos dos meios de comunicação e também abriu caminho para a análise do relacionamento entre movimentos sociais e a mídia. Para o autor, o enquadramento pode ser identificado por meio de práticas específicas dos jornalistas como a seleção, a ênfase ou a exclusão de abordagens que constróem uma interpretação dos acontecimentos. Os enquadramentos permitem aos jornalistas processar uma vasta quantidade de informação de forma rápida e rotineira, de modo que possam reconhecê-las como notícia, associá-las a categorias cognitivas e “empacotá-las” (*package*) para o público⁷⁶.

Em uma época próxima à pesquisa de Gitllin, Hackett⁷⁷ questionou pressupostos do jornalismo como a parcialidade e a objetividade, ao realizar uma abrangente revisão dos estudos sobre eles. Esse pesquisador argumentou que tais pressupostos resultam em uma perspectiva de abordagem imparcial dos fatos como se a mídia e o jornalista pudessem assumir uma posição separada da realidade social que noticiam. Nesse caso, as notícias poderiam ser a tradução imparcial, transparente e neutra de uma realidade externa.

⁷⁴GITLIN, Todd. **The whole world is watching**: mass media in the making e unmaking of the new left. Berkeley: University of California Press, Ltd, 1980, p. 7. Tradução da autora.

⁷⁵GITLIN, Todd. **Op. Cit.**, 1980, p. 7.

⁷⁶Ibidem, p. 7.

⁷⁷HACKETT, Robert A. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson, (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

Essa noção, contudo, não considera aspectos importantes que interferem no conteúdo jornalístico como, por exemplo, a organização do trabalho jornalístico e a própria linguagem. Portanto, à noção de que o mundo social e político é uma realidade pré-determinada e dura que a mídia reflete, Hackett⁷⁸ contrapõe o argumento de que a realidade é construída socialmente e que os meios de comunicação são parte ativa dessa construção.

O autor sugere que o conceito de enquadramento pode ser uma abordagem produtiva aos estudos de mídia porque tem o potencial de revelar a estrutura oculta das notícias. Para Hackett⁷⁹, o conceito de ideologia transcende o conceito de parcialidade porque fornece a estrutura por meio da qual a mídia organiza suas mensagens. Os jornalistas ativam uma *estrutura profunda*⁸⁰, a partir de uma matriz ideológica limitada, composta por um conjunto de regras e conceitos para definir os enquadramentos que aplicarão em seus relatos dos fatos e eventos. Isso nem sempre ocorre de forma consciente ou deliberada com a intenção de iludir ou manipular.

Autores como Hackett⁸¹, Tankard⁸² e Porto⁸³ consideram que o conceito de enquadramento oferece alternativas a paradigmas em declínio como o de parcialidade e objetividade e, ainda, tem o potencial de dinamizar conceitos já existentes como o do agendamento.

Um dos autores mais citados nos estudos acerca do enquadramento (REESE, 2001; PAN e KOSICKI, 2001; MAHER, 2001, DICKERSON, 2001, WIGGINS; 2001; PORTO, 2004; COLLING, 2001) é Robert Entman que, em 1994, fez uma revisão sistemática das pesquisas sobre enquadramento. Ele identificou uma fragmentação do conceito e sua presença predominante nas ciências humanas e sociais. Entman⁸⁴

⁷⁸HACKETT, Robert A. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson, (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

⁷⁹Ibidem.

⁸⁰Ibidem, p. 121.

⁸¹Ibidem.

⁸²TANKARD, James. The empirical approach to the study of media framing. In: REESE, Stephen; GANDY JR., Oscar; GRANT, August (Eds) **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world**. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.

⁸³PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

⁸⁴ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. In: **Journal of Communication**, 43 (4) , 51-58, 1993.

sustentou que ainda não havia uma teoria consistente de enquadramento que dissesse como ele se insere e se manifesta no texto. Por isso, argumentou que o campo da comunicação poderia contribuir de maneira única ao sintetizar o uso singular das *chaves do conceito*⁸⁵ e demonstrar que enquadramentos envolvem invariavelmente a comunicação.

Em seu artigo *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, Entman⁸⁶ apresentou uma definição de enquadramento que Porto⁸⁷ considera resumir seus principais aspectos.

O enquadramento envolve seleção e saliência. Enquadrar é selecionar certos aspectos da realidade percebida e torná-los mais salientes no texto da comunicação de tal forma a promover a definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral, e/ou a recomendação de tratamento para o tema descrito. Enquadramentos, tipicamente, diagnosticam, avaliam e prescrevem.⁸⁸

Saliência, para Entman⁸⁹, é tornar uma informação mais notável e memorável para a audiência. Ele acredita que o aumento da saliência aumenta as probabilidades das pessoas perceberem a informação e discernirem seu significado, processando-as e armazenando-as na memória.

A saliência pode ocorrer por meio da repetição de uma determinada informação ou de sua disposição, associando-as a símbolos culturalmente conhecidos. Isso pode ocorrer mesmo em uma pequena parte do texto, se seguir, contudo, os marcos interpretativos (*schemata*) de crenças das pessoas. A saliência, portanto, é o produto da interação entre os textos e seus receptores e a identificação delas não garante sua influência no pensamento das pessoas. E os enquadramentos, por sua vez, existem em dois níveis: como “princípios armazenados mentalmente para processar informação e como características do texto noticioso”.⁹⁰

⁸⁵ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*, 43 (4) , 51-58, 1993, p. 51.

⁸⁶Ibidem.

⁸⁷PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. *In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.

⁸⁸ENTMAN, Robert. *Op. Cit.*, 1993, p. 52. Tradução da autora.

⁸⁹Ibidem.

⁹⁰Ibidem, p. 7.

O conceito de enquadramento, para Entman⁹¹, revela o poder de um texto comunicativo e ressalta informações sobre quem é o sujeito da comunicação. As análises de enquadramento são capazes de destacar como a transferência de informação – comunicação – à consciência (por meio de fala, reportagens, discursos, etc) a influenciam. Isso ocorre porque os enquadramentos definem problemas, diagnosticam causas, fazem julgamentos, oferecem tratamentos e prospectam possíveis *efeitos*. Essas são as quatro funções do agendamento, identificadas por Entman, que podem ocorrer, ou não, todas juntas em um mesmo texto.

Enquadramentos definem problemas - determinam o que um agente causal faz a um custo e benefício geralmente medidos em termos de valores culturais comuns; diagnosticam causas - identificam as forças que criam o problema; fazem julgamentos morais - avaliam agentes causais e os seus *efeitos*; e sugerem remédios - oferecem e justificam tratamentos para o problema e prognosticam possíveis *efeitos*.⁹²

Essas funções do enquadramento podem ocorrer em quatro espaços no processo de comunicação: no comunicador; no texto, no receptor e na cultura.

1. Os comunicadores, de forma consciente ou não, enquadram julgamentos ao decidir o que falar, guiados por enquadramentos (frequentemente chamado de *schemata*) que organizam seus sistemas de crenças.
2. Os textos contêm enquadramentos, que se manifestam pela presença e pela ausência de certas palavras-chave, metáforas, símbolos e imagens visuais estereotipadas e sentenças determinadas tematicamente que reforçam grupos de fatos ou julgamentos.
3. Em relação aos receptores, os enquadramentos que guiam o pensamento e as conclusões do receptor podem ou não refletir os enquadramentos contidos nos textos ou nas intenções do comunicador. Isso ocorre porque a saliência é o produto da interação dos textos com os receptores e a presença de um enquadramento em um texto, não garante sua influência no pensamento dos receptores.
4. E a cultura guarda o estoque que invoca os enquadramentos. De fato, a cultura pode ser definida como um conjunto empiricamente demonstrável de enquadramentos comuns exibidos em um discurso e pensamento da maioria das pessoas em um grupo social.⁹³

⁹¹ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*, 43 (4), 51-58, 1993.

⁹²Ibidem. Tradução da pesquisadora.

⁹³ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*, 43 (4), 51-58, 1993, p. 52. Tradução da pesquisadora.

Entman⁹⁴ trabalha com resultados de pesquisa do campo da Psicologia Cognitiva de Kahneman e Tverky para ilustrar o poder do enquadramento ao selecionar e destacar alguns aspectos da realidade, enquanto omite outros. Os pesquisadores simularam várias situações. Em uma delas, os Estados Unidos se preparam para combater uma rara doença asiática que poderá matar 600 pessoas. Duas alternativas idênticas, mas com enquadramentos diferentes, são apresentadas pelo poder público para combater a doença. Se o programa A for adotado, 200 pessoas seriam salvas. Se o programa B for adotado, um terço das 600 pessoas seriam salvas e dois terços morreriam. Nesse experimento, 72% das pessoas escolheram o programa A e 28% escolheram o programa B.

Para Entman⁹⁵, esse exemplo ilustra como o enquadramento determina a forma como as pessoas percebem, entendem, memorizam e escolhem agir frente aos problemas. Há um movimento duplo no funcionamento dos enquadramentos, porque ao selecionar e salientar aspectos particulares da realidade, eles tiram a atenção de outros aspectos simultaneamente. Ressalte-se que as omissões de enquadramento podem ser tão críticas quanto sua inclusão, uma vez que as alterações de enquadramento podem ter repercussões na forma como as pessoas pensam sobre determinado tema.

Os enquadramentos possuem, ainda, uma aplicação importante no que se refere ao poder político. Isso ocorre porque eles podem registrar os atores e interesses que competiram para dominar o texto. Os políticos a procura de apoio são obrigados a competir uns com os outros e com os jornalistas pelos enquadramentos noticiosos. Os enquadramentos, portanto, podem revelar a marca dessa disputa.⁹⁶

Entman⁹⁷ se preocupou com a operacionalização do conceito de enquadramento e realizou pesquisas, dentre elas a que analisou o enquadramento das revistas *Time* e *Newsweek*, dos jornais periódicos *New York Times* e *Washington Post* e da rede de televisão *CBS* sobre a queda de dois aviões: *Korean Air Lines*, em setembro de 1983 e da *Iran Air*, em julho de 1988.

⁹⁴Ibidem.

⁹⁵Ibidem.

⁹⁶ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*, 43 (4), 51-58, 1993.

⁹⁷Ibidem.

Em 1º de setembro de 1983, um caça soviético atingiu o voo 007 da *Korean Airlines* (KAL), matando 269 passageiros e tripulantes. Em 3 de julho de 1988, o navio americano *Vincennes* derrubou o voo 655 da *Iran Air*, matando 290 passageiros e tripulantes. Nos dois casos, os militares identificaram o avião de passageiros como um possível inimigo, justificando a necessidade da ação devido às circunstâncias. Entman⁹⁸ encontrou, contudo, contrastes importantes nas duas coberturas. No primeiro caso, o enquadramento ressaltou a falência moral e a culpa da antiga União Soviética. No segundo caso, o enquadramento se concentrou na complexidade operacional da tecnologia usada nas forças armadas, reduzindo a ênfase na culpa dos Estados Unidos.

Para Entman⁹⁹, a comparação entre as coberturas, foi capaz de revelar os dispositivos dos enquadramentos que aparentemente podem dar a impressão de uma mera escolha rotineira de palavras e imagens. Essas escolhas, contudo, não são inevitáveis e ajudam a estabelecer o *senso comum* que é difundido na interpretação dos eventos¹⁰⁰.

No caso de novos eventos noticiosos, Entman argumenta que as interações primárias das fontes com os jornalistas estabelecem um processo dinâmico de enquadramento. Dessa forma, as informações iniciais sobre o acidente da KAL, baseadas nas informações de governo, aliadas às expectativas culturais pré-existentes sobre a União Soviética, transformaram o acidente em um ataque. A convergência das informações com as expectativas encorajou os jornalistas a apoiar a interpretação das fontes de governo. Entman¹⁰¹ argumenta que o contato das pessoas com novos enquadramentos noticiosos formam esquemas específicos (*event-specific schema*)¹⁰² de interpretação que terão repercussão em todas as informações subseqüentes sobre o fato. Para ele, há, portanto, uma relação recíproca entre os enquadramentos das notícias e os enquadramentos ou esquemas no pensamento das pessoas.

⁹⁸ENTMAN, Robert. Framing US coverage of international news: contrast in narratives of the Kal and Iran Air incidents. *In: Journal of Communication*. v. 41 n. 4, p. 6-27, Autumn, 1991.

⁹⁹Ibidem.

¹⁰⁰Ibidem, p. 6.

¹⁰¹Ibidem, p. 7.

¹⁰²Ibidem, p. 7.

Isso não significa, contudo, que todos as pessoas interpretarão os fatos de forma idêntica, mas sugere, segundo Entman¹⁰³, que quando uma moldura domina uma narrativa, uma maioria terá entendimento parecido.

Para se ter uma influência da mídia na política ou políticas não é necessário que todos interpretem a história igualmente; parece necessário que só uma maioria significativa faça isso. [...] a moldura dominante parece mais passível de afetar os resultados políticos.¹⁰⁴

Entman¹⁰⁵ ressalta que as pessoas são livres para realizar seu próprio entendimento das mensagens da mídia. Contudo, os casos analisados indicaram que, quando há poucos desafios aos enquadramentos dominantes, uma posição dita 'autorizada' tende a dominar as notícias e obscurecer informações opostas. Os jornalistas, por sua vez, tendem a desafiar os enquadramentos sugeridos pelas fontes oficiais, assim como as fontes da oposição. Nos casos analisados, entretanto, os enquadramentos noticiosos coincidiram com os interesses da administração do presidente Ronald Reagan.

1.4 Controvérsias Interpretativas

Em sua tese de doutorado, Porto¹⁰⁶ propôs um marco teórico para a análise do papel político da televisão, partindo do conceito de enquadramento. Esse modelo foi denominado *controvérsias interpretativas*. Ele também ofereceu instrumentos analíticos para a identificação de enquadramentos e como eles se organizam nas mensagens, afetando o processo por meio do qual as pessoas fazem sentido de temas ou eventos políticos.

Eu defino controvérsias interpretativas como disputas políticas que não são resolvidas a partir de informações e fatos, mas que se desenvolvem principalmente a partir de enquadramentos

¹⁰³ENTMAN, Robert. Framing US coverage of international news: contrast in narratives of the Kal and Iran Air incidents. *In: Journal of Communication*. v. 41 n. 4, p. 6-27, Autumn, 1990.

¹⁰⁴Ibidem, p. 8.

¹⁰⁵Ibidem, p. 7.

¹⁰⁶PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

interpretativos. O sucesso na solução desse tipo de controvérsia não depende apenas da apresentação de evidências ou informações mas da habilidade dos atores de desenvolver e disseminar explicações relativamente simples que explicam as causas, os significados e conseqüências dos temas e eventos políticos de forma específica. Essas devem ter a capacidade de fazer sentido das informações disponíveis aos atores com alguma coerência e orientar o seu processo de interpretação da realidade conhecida.¹⁰⁷

Para chegar a essa formulação, Porto¹⁰⁸ propôs modificar o ponto de vista que define a mídia como fonte de informação, ao enfatizar seu papel de mediadora de disputas sobre a interpretação da realidade. Para ele, a televisão é um dos espaços no qual são estabelecidas *controvérsias interpretativas* que contribuem para dar sentido e interpretar eventos e temas específicos. No caso do estudo realizado por Entman, sua ênfase foi a análise do papel político da televisão.

Porto definiu três características fundamentais para entender o papel político da mídia: a) as normas e rotinas profissionais do jornalismo provocam uma forte dependência das fontes oficiais; b) as controvérsias apresentadas pela mídia se restringem a posições consideradas “legítimas”¹⁰⁹ e os argumentos contrários, em geral, concordam com os enquadramentos dominantes; e c) a mídia tende a não incluir os enquadramentos de grupos de pressão contrários aos enquadramentos dominantes.

Porto¹¹⁰ trabalha com características do conceito de enquadramento de Entman¹¹¹ para desenvolver seu modelo. Ele argumenta que a televisão apresenta “enquadramentos interpretativos, ou seja, enquadramentos promovidos por um agente patrocinador e que oferecem uma interpretação específica de temas ou eventos político”¹¹². Essas interpretações incluem pelo menos uma das dimensões que se seguem: “1) definição de um problema; 2) atribuição de responsabilidade ou de causas do problema; 3) julgamento sobre o significado ou relevância dos eventos

¹⁰⁷PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 124.

¹⁰⁸Ibidem.

¹⁰⁹Ibidem, p. 112.

¹¹⁰PORTO, Mauro. **Op. Cit.**, 2007, p. 125.

¹¹¹ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*, n. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

¹¹²PORTO, Mauro. **Op. Cit.**, 2007, p. 125.

ou temas políticos; 4) argumentos sobre conseqüência; 5) recomendação de soluções”¹¹³.

Duas características importantes dos *enquadramentos interpretativos* são destacadas por ele. Os enquadramentos contêm “dicas persuasivas”¹¹⁴ facilmente compreensíveis que permitem às pessoas apoiarem uma posição. Esse é um dos principais pressupostos do modelo defendido pelo autor. Essas dicas simples, oferecidas às pessoas, promovem interpretações particulares sobre temas e eventos políticos, estimulando interpretações sobre a realidade política.

As afirmações contidas nos *enquadramentos interpretativos* não podem ser julgadas a partir de evidências factuais. Isso ocorre porque envolve variáveis complexas como o tempo para processar os dados e a quantidade de informação necessária para elaborar esses julgamentos, ainda que as pessoas possuam dados relevantes sobre a temática.

As sonoras, no caso da televisão, são o elemento-chave para a identificação dos enquadramentos interpretativos. É por meio delas, argumenta o autor, que os enquadramentos interpretativos são apresentados. As chances de encontrar esse tipo de enquadramento nas sonoras são maiores, pois, em geral, são os entrevistados que apresentam interpretações explícitas sobre fatos e eventos.

Os *enquadramentos interpretativos* possuem, portanto, uma *fonte* específica (uma sonora, um jornalista, um personagem da ficção [...]), um *objeto concreto* (um tema ou evento político) e uma *interpretação* específica sobre esse objeto (em termos de causas, significado, conseqüências, etc). Grifos do autor.¹¹⁵

Porto¹¹⁶ propôs uma forma de operacionalizar o conceito de *enquadramento interpretativo* por meio do formato das notícias. Ao trabalhar com as tipologias que se seguem, ele argumenta ser possível revelar como aqueles enquadramentos são organizados e o nível de pluralidade da mídia.

¹¹³PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 125.

¹¹⁴Ibidem, p. 125.

¹¹⁵Ibidem, p. 127.

¹¹⁶Ibidem, p. 127.

1) Restrito: quando apenas um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema é apresentado; 2) Plural-fechado: quando mais de um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema são apresentados, mas são organizados em uma hierarquia de forma que um dos enquadramentos é preferido sobre os demais e apresentado como superior ou mais correto. 3) Plural-aberto: quando mais de um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema são apresentados, mas são tratados de forma mais indeterminada, sem que nenhuma interpretação seja apresentada como superior ou mais correta. 4) Episódico: quando nenhum enquadramento interpretativo é apresentado na notícia que se limita a relatar um fato/evento/ação ou tema.¹¹⁷

Porto¹¹⁸ argumenta que os segmentos com formato plural-aberto oferecem alternativas para que enquadramentos dominantes sejam questionados. Os enquadramentos restritos ou plural-fechado promovem padrões de interpretação particulares estimulando interpretações específicas nas pessoas.

O modelo de *controvérsias interpretativas* define, portanto, a influência dos enquadramentos interpretativos no processo pelo qual as pessoas fazem sentido de temas e eventos políticos.¹¹⁹ A principal hipótese do modelo defende que, quando mais de um enquadramento interpretativo – formatos plural-aberto ou plural-fechado – é apresentado em uma notícia mais amplo é o conjunto de atalhos que as pessoas têm acesso. Por isso, elas poderão interpretar de forma mais variada os temas e eventos descritos. Contudo, quando apenas um enquadramento interpretativo – formato restrito – é adotado, uma quantidade maior de pessoas será estimulada a interpretar os eventos de acordo com o enquadramento dominante. “Essa hipótese parte do pressuposto de que a exposição a enquadramentos alternativos é essencial para uma deliberação política adequada”¹²⁰, explica.

O pesquisador apresenta outras duas hipóteses de trabalho: a) a primeira supõe que as pessoas memorizam mais os enquadramentos interpretativos do que as informações contidas nos conteúdos da mídia; b) Na segunda, os *efeitos* dos enquadramentos serão mais fortes entre as pessoas com menor participação política, leitura de jornal, identificação ideológica.

¹¹⁷PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 130.

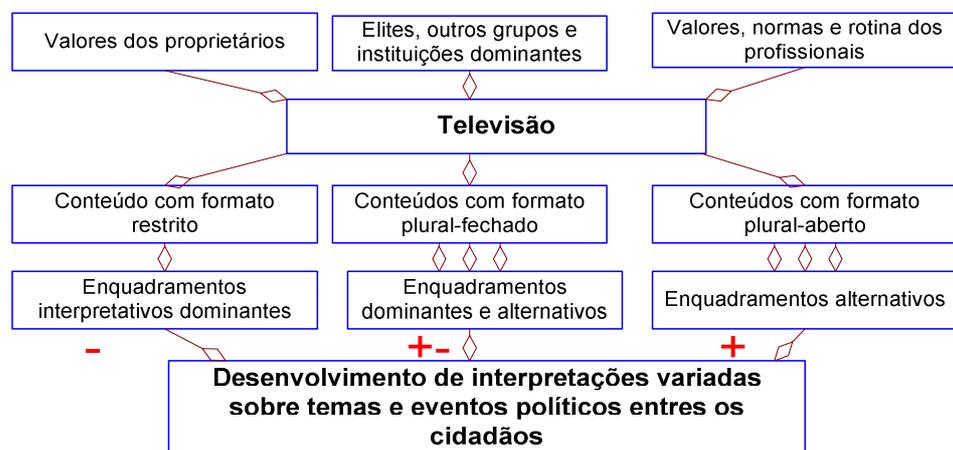
¹¹⁸Ibidem, p. 130.

¹¹⁹Ibidem, p. 133.

¹²⁰Ibidem, p. 134.

A figura, apresentada a seguir, ilustra o modelo das *controvérsias interpretativas*, resumindo as três situações hipotéticas que ocorrem nas disputas de acordo com esse modelo. No topo, encontram-se a televisão e os fatores que interferem e condicionam a produção de seu conteúdo. Abaixo, os formatos propostos no modelo das *controvérsias interpretativas* que caracterizam os conteúdos da mídia. Já na base, a possibilidade das pessoas desenvolverem interpretações variadas sobre temas e eventos políticos.

Figura 1 - As conseqüências do formato dos segmentos de conteúdo da mídia segundo o modelo das *controvérsias interpretativas*



Fonte: PORTO (2007, p. 139).

Para testar o modelo de *controvérsias interpretativas* e suas principais hipóteses, Porto¹²¹ realizou uma pesquisa empírica em 1999 em três comunidades do Distrito Federal. Ele utilizou dois gêneros de programas de televisão, o telejornal e a telenovela, exemplificados pelo *Jornal Nacional* e a novela *Terra Nostra*, ambos da Rede *Globo* de Televisão.

¹²¹PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede *Globo* e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

Porto¹²² realizou uma análise de conteúdo dos dois programas e depois trabalhou com seis grupos de discussão (grupos focais) para realizar uma pesquisa de recepção. A análise de conteúdo revelou que a maioria (80%) das notícias sobre política, no *Jornal Nacional* adotou um formato episódico, ou seja, descritivo, com ênfase em eventos e ausência de enquadramentos interpretativos. Esse tipo de noticiário não é propício para o desenvolvimento de *controvérsias interpretativas* em função de não oferecer os atalhos para que as pessoas façam sentido dos temas e eventos políticos.

Nas notícias que apresentaram enquadramentos interpretativos houve um predomínio das sonoras de fontes oficiais, parlamentares, políticos e outros grupos de elite, incluindo empresários e profissionais liberais. Essas sonoras foram mais freqüentes e mais duradouras do que as dos cidadãos comuns¹²³. As notícias de formato restrito – aquelas em que apenas uma sonora é apresentada na matéria – foram dominadas pelas interpretações promovidas pelo governo.

A pesquisa de recepção¹²⁴ realizada com experimentos de grupos focais concluiu que “o número e a disposição dos enquadramentos apresentados pelas notícias sobre um evento ou tema político afetam de forma significativa o processo pelo qual as pessoas fazem sentido da realidade política”¹²⁵. Por outro lado, quando enquadramentos alternativos são apresentados nas notícias, as pessoas produzem interpretações mais variadas sobre esses temas, ainda que a sonora seja única e curta.

O fato de predominarem formatos episódicos – sem sonoras – na cobertura política (80%) do *Jornal Nacional* e de formatos restritos¹²⁶ – com apenas

¹²²Ibidem.

¹²³A pesquisa de Porto (2007) revela que houve predominância de sonoras de brasileiros comuns. Essas sonoras, contudo, tinham uma duração média inferior aos demais e serviram para ilustrar os temas descritos nas matérias. PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 176.

¹²⁴Porto (2007) criou grupos que assistiram a matérias com diferentes formatos, restrito, plural-restrito e plural-aberto e um grupo de controle, no qual os participantes assistiam uma matéria que não tinha relação com o tema tratado nas matérias dos demais grupos. Após a apresentação da matéria um pesquisador conduziu uma entrevista com os participantes.

¹²⁵PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 240.

¹²⁶A análise de conteúdo verificou que entre as notícias que apresentavam enquadramentos interpretativos, houve um predomínio dos formatos restritos com 10%, seguido do formato plural-fechado com 7,5% e plural-aberto com 2,5%. Nos formatos restritos predominaram as fontes oficiais de governo.

uma sonora – naqueles que apresentam enquadramentos interpretativos, portanto, possui conseqüências importantes no processo pelo qual as pessoas fazem sentido do mundo da política.

Os *efeitos* de enquadramento foram reduzidos, todavia, em função do papel de algumas variáveis como a participação política em organizações da sociedade civil. Embora o autor aponte que os resultados nem sempre foram consistentes e sugira a necessidade de outros estudos, não houve *efeitos* de enquadramento entre os participantes que possuíam elevados níveis de participação política.

Outro resultado importante verificado por Porto¹²⁷ foi a identificação de que os participantes retêm mais informações sobre os enquadramentos dominantes do que as informações apresentadas nas notícias. Grande parte das pessoas identificou o número de interpretações o que sugere que os marcos interpretativos apresentados nas notícias são mais importantes para que as pessoas façam sentido dos fatos e eventos do que as informações contidas nas notícias¹²⁸.

Ao se descrever as linhas teóricas que norteiam esta dissertação – agendamento, enquadramento, controvérsias interpretativas e atualidade mediática – buscou-se traçar os limites dentro dos quais foi realizada a análise. Os estudos de enquadramento no Brasil serão tratados no Capítulo 2.

¹²⁷PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil**: a Rede *Globo* e as interpretações da audiência. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

¹²⁸Porto (2004) realizou outro trabalho a partir de seu modelo de controvérsias interpretativas na análise do conteúdo do *Jornal Nacional* que será tratado no capítulo 2.

CAPÍTULO 2 – ESTUDOS SOBRE O *JORNAL NACIONAL* ELEIÇÕES DE 1982, DIRETAS JÁ, E ELEIÇÕES GERAIS PÓS-DITADURA

Este capítulo apresenta uma revisão bibliográfica dos estudos realizados sobre o telejornal *Jornal Nacional*, produzido pela Rede *Globo* de Televisão, a partir da primeira eleição direta no Brasil, ocorrida durante o regime militar, em 1982. Essa eleição foi a primeira eleição geral direta desde a década de 1960, sendo organizada com o intento de eleger os Governadores que viriam a atuar nos Estados brasileiros por quatro anos, a partir de 15 de março de 1983. Para tanto, realizou-se uma pesquisa de artigos publicados por reconhecidas revistas acadêmicas, livros e coletâneas da área de comunicação e política.

Pesquisadores como Colling¹²⁹ e Rubim e Azevedo¹³⁰ detectaram que a bibliografia produzida no Brasil no período anterior à eleição presidencial de 1989 é escassa. Apesar disso, com o objetivo de sanar uma lacuna existente nos estudos sobre esse período - em especial, as eleições gerais de 1982 e o movimento das *Diretas Já* – empreendeu-se uma pesquisa nas fontes primárias como jornais impressos, revistas, entrevistas dos profissionais da Rede *Globo* que trabalhavam na Central *Globo* de Jornalismo à época; e, ainda, artigos recentes publicados em observatórios de mídia e livros que buscaram reconstituir esses momentos históricos do Brasil.

Este capítulo está subdividido em tópicos que abrangem as eleições de 1982 e o movimento das *Diretas Já*, acontecimentos que ocorreram próximo ao término do período do regime militar (1964-1985). Em seguida, aborda-se o período pós-ditadura, quando os estudos acadêmicos sobre o *Jornal Nacional* se consolidaram; procurou-se extrair desses estudos suas principais conclusões. Ressalta-se que esta pesquisa se respaldou em trabalhos sobre as eleições de 1989, 1992, 1994, 1998 e 2002. Há estudos sobre as eleições de 2006 que são abordados no capítulo 4.

¹²⁹COLLING, Leandro. Os estudos sobre o *Jornal Nacional* nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004, p. 53-78.

¹³⁰RUBIM, Antônio Albino Canelas; AZEVEDO, F. Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. **Lua Nova**, São Paulo, n. 43.

2.1 O *Jornal Nacional* nas Eleições de 1982: o Caso Proconsult

No Brasil, os partidos políticos foram extintos em 27 de outubro de 1965 e, a partir de 20 de novembro do mesmo ano, somente os membros efetivos do Congresso Nacional tinham o direito de promover a criação de organizações que teriam atribuições de partidos políticos¹³¹. Ambos os atos foram impostos pelo Marechal Humberto Carlos Castello Branco, o primeiro presidente da ditadura militar, eleito pelo Congresso Nacional, em 15 de abril de 1964. Nesse ano, os comandantes das três armas, General Arthur da Costa e Silva, Tenente-Brigadeiro Francisco de Assis Correia Mello e o Vice-Almirante Augusto Hamann Rademaker Grunewald editaram juntos o Ato Institucional nº 1, que determinava a eleição indireta para presidente da República. O ato Institucional nº 1, de 27 de outubro de 1965, atribuiu poderes a esses comandantes para suspender direitos e cassar mandatos legislativos federais, estaduais e municipais. Ao presidente da República, consta no preâmbulo, que caberia a missão de “restaurar no Brasil a ordem econômica e financeira e tomar as urgentes medidas destinadas a drenar o bolsão comunista, cuja purulência já se havia infiltrado não só na cúpula do governo como nas suas dependências administrativas”.¹³²

Nos 15 anos seguintes, de ruptura com o regime democrático, ocorreram cinco eleições presidenciais indiretas no Brasil, nas quais o presidente foi eleito pela maioria absoluta dos membros do Congresso Nacional.¹³³ Os cidadãos brasileiros recuperaram o direito ao voto para presidente apenas em 1989 quando foi realizada a segunda eleição majoritária direta, após 25 anos de ditadura militar.

¹³¹BRASIL. **Ato Institucional nº 1**, de 27 de outubro de 1965: outorgado a nação pelos comandantes-em-chefe do exército, da marinha e da aeronáutica, representando o comando supremo da revolução, que modifica a constituição de 1946, na parte relativa aos poderes do presidente da república. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-01-64.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.

BRASIL. **Ato Complementar nº 4**, de 20 de novembro de 1965. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-02-65.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.

BRASIL. **Ato Institucional nº 2**, de 27 de outubro De 1965. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-02-65.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.

¹³²BRASIL. **Ato Institucional nº 1**, *Op. Cit.*

¹³³General Arthur da Costa e Silva, eleito em 3.10.1966; General. Emílio Garrastazu Médici, eleito em 25.10.1969; Ernesto Geisel, eleito em 15.1.1974; General João Baptista de Oliveira Figueiredo, eleito em 15.10.1978; Tancredo de Almeida Neves, eleito em 15.1.1985.

As primeiras medidas de distensão da ditadura para a democracia, no Brasil, ocorreram em 1979 quando civis e militares foram anistiados de crimes políticos ocorridos no período de setembro de 1961 a agosto de 1979.¹³⁴ Dois anos depois, foi editada a Lei que previa eleições simultâneas para governadores, vice-governadores, senadores, deputados federais e estaduais, prefeitos, vice-prefeitos e vereadores em 15 de novembro de 1982. Destaca-se que essa foi a primeira eleição direta após o golpe militar de 1964. Em todo país, 58 milhões 571 mil 174 eleitores estavam aptos a votar em candidatos, a cerca de 65 mil cargos: 22 governadores de Estado, 25 senadores, 479 mil deputados federais, 947 deputados estaduais, 3 mil 857 prefeitos e cerca de 60 mil vereadores.¹³⁵

No Rio de Janeiro, mais de seis milhões de eleitores, metade deles concentrados na capital¹³⁶, escolheriam o novo governador do Estado dentre os candidatos: Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista (PDT), Wellington Moreira Franco, Partido Democrático Social (PDS), Miro Teixeira, Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Sandra Cavalcanti, Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e Lysâneas Dias Maciel, Partido dos Trabalhadores (PT).

Nessa época, a cédula de votação era de papel, as urnas de lona e a apuração dos votos, manual. A previsão oficial era de que a totalização dos votos seria encerrada em menos de uma semana.¹³⁷ Os veículos de comunicação, contudo, prevendo que o trabalho seria lento, decidiram montar estruturas paralelas, à estrutura de totalização de votos existente no Tribunal Regional Eleitoral (TRE). Jornais, rádios e televisões, em todo país, acompanhariam a apuração nas juntas eleitorais para antecipar os resultados, divulgando-os com mais rapidez. Os sistemas paralelos eram fruto também de desconfiança em relação às instituições do Estado que ficaram 20 anos sob a lógica de um regime militar. A fiscalização de todas as etapas da eleição, por partidos políticos e imprensa, afiançava um processo eleitoral mais transparente, no qual desvios de conduta poderiam ser denunciados.

¹³⁴BRASIL. **Lei n. 6.683, de 28 de agosto de 1979**: concede anistia e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6683.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.

¹³⁵ELEIÇÃO DEFINE COLÉGIO ELEITORAL. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, capa, 15 nov. 1982.

¹³⁶ELEIÇÃO DEFINE NOVO COLÉGIO ELEITORAL. **Jornal do Brasil**, Caderno Eleições, Rio de Janeiro, 15 nov. 1982.

¹³⁷COORDENADOR DO TRE E RECEIA DIFICULDADES NA APURAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 16 nov. 1982.

A Rede *Globo* de Televisão (RGTV) planejou um trabalho paralelo de totalização de votos em todo o país que se diferenciava, contudo, em cada Estado. Em São Paulo, a emissora realizou um acordo com o jornal *O Estado de S. Paulo*. Em Belo Horizonte e em Recife, a RGTV elaborou sistemas de apuração próprios, funcionando de forma manual, onde pessoas eram contratadas para copiar os resultados urna a urna nas próprias zonas eleitorais. Os números eram enviados para um centro de processamento que somava os resultados e os transmitia para a televisão local e também para São Paulo, local no qual funcionava o Centro Nacional das Eleições da Rede *Globo*.¹³⁸

No estado do Rio de Janeiro, a RGTV fez um acordo com o jornal *O Globo*. Para acompanhar a apuração de 237 juntas, em 64 municípios, foram contratados 700 estagiários que copiavam o resultado de cada urna e alimentavam com informações o Centro de Processamento de Dados do jornal, no Rio de Janeiro. Nesse local, as informações eram digitadas, transferidas para um computador central e enviadas para a *Rede Globo* (RG), em São Paulo.

O *Jornal do Brasil* (JB) junto com suas emissora de rádio AM e FM, *Rádio Jornal do Brasil* (RJB), também se prepararam para totalizar os votos obtidos nessa Eleição Geral. Uma equipe de 150 estudantes foi responsável por captar dados nas juntas eleitorais e repassá-los para outra equipe na sede do jornal que processaria as informações.¹³⁹ No total, eram 260 pessoas trabalhando na totalização de votos. Na *RJB*, a soma final era realizada em calculadoras de mão, considerando-se ser esse método mais rápido do que processá-la em computadores. Dessa forma, a rádio tinha resultados parciais que alimentavam seu noticiário durante todo o dia.

A apuração oficial, por sua vez, realizava seus primeiros experimentos de informatização a qual ocorreria apenas na etapa de totalização dos votos, na eleição de 1982, ou seja, no somatório dos mapas produzidos manualmente pelas juntas de apuração.¹⁴⁰ Os Tribunais Regionais Eleitorais (TRE) tinham a autonomia de conduzir esses processos em cada Estado.

¹³⁸ *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005, p. 108.

¹³⁹ VANTAGEM DE BRIZOLA DEVERÁ ATINGIR 173 MIL VOTOS. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 8, 24 nov. 1982.

¹⁴⁰ O QUE É: PROCONSULT UMA EMPRESA DE COMPUTAÇÃO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno eleições, p. 8, 26 nov. 1982.

Em São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Santa Catarina, Pará e Ceará, que representavam 47,6% do eleitorado brasileiro, a totalização foi realizada pelo Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), uma empresa estatal.¹⁴¹ No Rio de Janeiro, a empresa privada Proconsult, Racimec & Associados foi a vencedora de uma licitação realizada pelo Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro. O processo, iniciado em março de 1982, contou com a participação das empresas Datamec, que processava a Loteria Federal e Loto da Caixa Econômica Federal, Superdata, Cibergan e, a pedido do TRE, o Serpro.¹⁴²

Na segunda fase de pré-qualificação, permaneceram na concorrência apenas a Proconsult, Racimec & Associados e a Datamec. O programa do Serpro não atendia às exigências do TRE, pois não incluía o processamento de prefeitos e vereadores. A Datamec desistiu de participar do processo por não concordar com as condições de apuração, restando apenas a Proconsult, Racimec & Associados.

As eleições foram realizadas no dia 15 de novembro de 1982. Cerca de 50 milhões de brasileiros foram às urnas depois de 22 anos, em uma eleição que teve um índice de 4,6% de votos nulos.¹⁴³ Na eleição para governador no Rio de Janeiro, o comparecimento foi de 87,7%, com 12,3% de abstenções, 4,5% de votos brancos e 3,6% de votos nulos.¹⁴⁴ A apuração dos votos, no Estado, que teve início na manhã do dia seguinte, obedeceu a três etapas: 1) contagem e lançamento dos votos em boletins nas 237 juntas eleitorais; 2) digitação dos dados; e 3) processamento dos dados digitados pela Proconsult, Racimec & Associados. O coordenador de apuração do TRE, juiz Dalpes Monsores, previu que o primeiro boletim seria divulgado no início da noite do dia 16 de novembro, embora previsse que poderiam ocorrer atrasos pela novidade que envolvia todo o processo.¹⁴⁵

O primeiro resultado parcial da eleição no Rio de Janeiro não foi oficial. Ele foi transmitido na manhã do dia 16 de novembro, pela *Rádio JB*, que divulgou o resultado de sua apuração paralela a partir dos dados obtidos nas juntas eleitorais. O

¹⁴¹JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 29 nov. 1982.

¹⁴²Ibidem.

¹⁴³O DIA QUE MUDOU O BRASIL. **Veja**, São Paulo, n. 742, 24 nov. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

¹⁴⁴NICOLAU, Jairo. **Governador de Estado**: Eleições de 198: votação total por candidato. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/jairo2006/port/cap4/eleitorado/cap4_1982p.htm>. Acesso em: 1 fev. 2009.

candidato Leonel Brizola liderava a disputa com 1.124 votos, seguido de Moreira Franco com 827, Miro Teixeira, 428, Sandra Cavalcanti, 480 e Lysâneas Maciel, 163 votos. O último boletim divulgado pela rádio, à meia noite, mantinha as posições e mostrava uma vantagem de 10.723 votos para o candidato Leonel Brizola.¹⁴⁶

Os dados totalizados pela *RJB* foram os que o Jornal do Brasil estampou, em capa, no dia 17 de novembro. O seu sistema paralelo – que consistia na alimentação de dados em computadores – não era tão ágil como o da rádio. Apenas o resultado de nove das 111 urnas apuradas havia sido computado na central do jornal. Para ganhar agilidade, o *JB* decidiu modificar o trabalho de totalização que se limitaria então aos cargos de governador, senador e o total de votos em legendas para os demais cargos.

Mesmo com a mudança de plano, o jornal apresentava diariamente a totalização de votos brancos e nulos para deputados estaduais, federais e vereadores, assim como uma lista dos candidatos mais votados, sem a quantidade total de votos.¹⁴⁷ No dia seguinte, o jornal também saiu com os resultados da *RJB*, enquanto readequava seu processo de totalização: 477 urnas apuradas – 343 na capital e 104 no interior – Brizola tinha 53.071 votos, Moreira Franco 37.983, Miro Teixeira, 14.922, Sandra Cavalcanti, 4.000 e Lysâneas Maciel, 930.¹⁴⁸

No *Jornal Nacional* do dia 17 de outubro, com os dados processados pelo jornal *O Globo*, os resultados da totalização eram diferentes dos divulgados pela Rádio e Jornal *JB*: Moreira Franco aparecia à frente de Leonel Brizola. O editor de política do impresso, Merval Pereira Filho, explicou ao vivo que a maioria dos votos, computados até então, pertenciam às seções eleitorais do interior do Estado. Para ele, a tendência era Leonel Brizola passar à frente de Moreira Franco, na medida em que as urnas da capital fossem apuradas. A chamada da matéria, entretanto, salientava a disputa acirrada das eleições.

¹⁴⁵COORDENADOR DO TRE RECEIA DIFICULDADES NA APURAÇÃO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 4, 16 nov. 1982.

¹⁴⁶PROCONSULT QUIIS INFLUIR NA APURAÇÃO DA *RJB* E DO *JB*. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Capa e Caderno Eleições, p. 4, 27 nov. 1982.

¹⁴⁷Ibidem, p.4.

¹⁴⁸As informações quanto à origem dos votos – capital e interior – ganha muita importância ao longo das apurações. O candidato Leonel Brizola concentra votos na capital e Moreira Franco, no interior.

Apresentador: Cresce a disputa entre os candidatos Leonel Brizola e Moreira Franco. Do nosso estúdio no centro de processamento de dados em *O Globo*, a análise de Merval Pereira Filho.

Merval Pereira: Os resultados das eleições até agora com Moreira Franco em primeiro lugar refletem a maior rapidez na apuração no interior do Estado, onde o PDS está tendo uma votação muito grande e Leonel Brizola não chega a ter nem 10% dos votos. Apenas 25% das urnas apuradas são da capital, onde Leonel Brizola tem sua grande votação. À medida que as urnas da capital venham a ser apuradas, a tendência é Leonel Brizola passar à frente de Moreira Franco, embora todas as projeções feitas até agora indiquem que a vitória de Brizola deve ser muito pequena, muito apertada.¹⁴⁹

Nesse dia, uma quarta-feira, os funcionários da TV *Globo*, do Rio de Janeiro, receberam 3.800 telefonemas de pessoas queixando-se da transmissão. Esse número normalmente não ultrapassava 200 ligações/dia. A explicação sobre a cobertura das eleições passou a ocupar espaço nos noticiários da RGTV. No programa dedicado às eleições, o *Show das Eleições*, veiculado às 23h, por exemplo, o diretor da Central *Globo* de Jornalismo (CGJ), Armando Nogueira, foi ao ar abordar junto aos seus repórteres as dificuldades na totalização de votos no Rio de Janeiro. No dia seguinte, o assunto também foi pauta: o *Jornal Nacional* dedicou tempo para explicar de que forma a TV *Globo* processava os mapas eleitorais no Estado.¹⁵⁰

A *Rádio JB*, por sua vez, também foi alvo de críticas e questionamentos, mas apenas para explicar o porquê de apresentar números discrepantes em relação da TV *Globo*.

As pessoas ligavam para a *Rádio JB* e algumas, em irada e desafiadora cobrança, questionavam a cobertura das eleições de 1982. "Como vocês estão dando esses resultados tão diferentes da *Globo*? Onde arranjaram números tão absurdos?" Sempre que possível, eu mesmo ia ao telefone e dizia não saber como e o que a TV *Globo* colocava no ar. Garantia, no entanto, que a *Rádio JB*, como de hábito, apurava bem as suas informações e, por isto, suas notícias eram exatas e dadas com muita seriedade. "Nossos números são exatamente aqueles dos mapas liberados pelos juizes eleitorais, em cada Junta Apuradora" e, desde então, sempre que me perguntavam, respondia que nunca deixei de acreditar no trabalho dos profissionais da TV *Globo*.¹⁵¹

¹⁴⁹MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas Históricas: Proconsult 1982: *Jornal Nacional* 17/11/1982:** comentário de Merval Pereira Filho. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21750,00.html>>. Acesso em: 7 fev. 2009.

¹⁵⁰NO SHOW DAS ELEIÇÕES, UM PESADELO. **Veja**, São Paulo, n. 742, p. 92, 24 nov. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

¹⁵¹COTA, Pery. ***Jornal Nacional*, 35 anos:** parceiros da ditadura. Observatório da Imprensa. 14/09/2004. Disponível em:

Os resultados dos órgãos de imprensa divergiam entre si, embora realizassem trabalhos paralelos de totalização de votos e independentes do órgão oficial. A apuração do *Jornal do Brasil* e *Rádio JB*, desde o primeiro boletim, no dia 16 de novembro, apontava a liderança de Brizola sobre Moreira Franco. A totalização da *TV Globo*, a partir dos dados do jornal *O Globo*, indicava Moreira na frente de Brizola.

O que dizia a *TV Globo* divergia também do que era manchete no jornal *O Globo*. No dia 16 de outubro, o diário estampou: "Brizola lidera no Rio e na Baixada".¹⁵² As manchetes do jornal, contudo, mostravam que a totalização de votos do interior era mais ágil do que os da capital e, ainda, fazia projeções de votos, o que não ocorria na TV. No dia 19, *O Globo* ainda mantinha Moreira Franco à frente: "Acelera-se a apuração na capital: Brizola mais perto de Moreira". E no dia 20: "Brizola avança no Rio; interior quase no fim".¹⁵³

A explicação para a divergência entre o jornal e o telejornal da mesma empresa foi que a RGTV, ao contrário do jornal, decidiu divulgar apenas os números absolutos da votação, sem realizar nenhuma projeção de dados. O jornal, por sua vez, usava projeções que contextualizavam a liderança do candidato Moreira Franco. Os números eram semelhantes aos apresentados pela televisão, mas as análises projetavam as tendências do eleitorado do interior, onde Moreira tinha mais votos e da capital, onde Brizola liderava.

O método de totalização utilizado pelos dois grupos de comunicação era semelhante, mas não sua abrangência. Havia preocupações diferenciadas em equilibrar proporcionalmente os votos do interior e da capital. O *Jornal do Brasil* e a *Rádio JB* totalizavam os votos para governador, senador e apenas votos de legendas para deputados federais, estaduais e vereadores da capital. Havia um cuidado com a proporcionalidade de votos do interior e da capital. O jornal *O Globo* e a *TV Globo* totalizavam os votos para governador, senador, prefeitos (capital e interior), deputados federais, estaduais e vereadores. Na apuração do Grupo *Globo*, portanto,

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=294AZL002>>. Acesso em: 26 jan. 2009.

¹⁵² *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 110.

¹⁵³ KAMEL, Ali. *Globo sobre o caso Proconsult*. **Observatório da Imprensa**. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=283JDB007>>. Acesso em: 26 jan. 2009.

ocorria desequilíbrio entre os votos do interior e da capital. Ao contrário da distribuição da população no Estado, os votos do interior predominavam sobre os votos da capital.

Para o coordenador do sistema de apuração da Rede *Globo*, Pedro Rosa, os votos do interior chegavam mais rápido porque as fontes de informação eram pessoas da comunidade que tinham acesso aos juizes eleitorais, o que facilitava o acesso aos números. Na capital, os boletins de apuração eram fixados nas paredes, por isso demoravam mais a chegar. Em função da baixa qualidade dos dados coletados na capital, optou-se por recomeçar a contagem de votos no meio do processo:

A qualidade dos números da capital estava muito ruim. Então, eles recomeçaram a coleta dos números da capital e quando você muda de passo durante uma operação, você tem que tomar muito cuidado para não se perder. (...) Do momento em que a apuração desconsiderou votos da capital que já estavam lá dentro, 'zerou' os votos da capital, pegou os votos do interior e começou a entrar de novo com os votos da capital, Moreira Franco deu um pulo na frente. Porque você estava com uma carga muito grande de votos do interior para poucos votos da capital.¹⁵⁴

Os resultados não eram divergentes apenas entre os veículos de comunicação. Eles se diferenciavam ainda dos resultados oficiais. Nas primeiras horas do dia 18 de novembro, dois dias depois do início da apuração, o TRE divulgou o primeiro boletim com resultados parciais de 52 urnas processadas pela Proconsult, Racimec & Associados.¹⁵⁵ Essa quantidade de urnas correspondia a apenas 11% das totalizadas pela *Rádio JB* e 0,3% do total de urnas do estado que totalizavam 17.560. O TRE justificou o atraso com a incapacidade dos digitadores de manipularem a grande quantidade de dados.¹⁵⁶

Ao contrário do *JB* e da *RJB*, as 52 urnas apuradas davam a liderança ao candidato Moreira Franco, com 4.222, seguido de Leonel Brizola, 3.914, Miro Teixeira, 3.600, Sandra Cavalcanti, 1.526 e Lysâneas Maciel, 435 votos. Os resultados não vinham acompanhados da quantidade de votos brancos ou nulos. Assim, os

¹⁵⁴ *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 200, p. 114.

¹⁵⁵ TRE SÓ DIGITOU 52 URNAS E NÃO DEU VOTOS NULOS. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno eleições, 2º Clichê, p. 4, 18 nov. 1982.

¹⁵⁶ TRE ATRIBUI ATRASO À INCOMPETÊNCIA NA DIGITAÇÃO DOS VOTOS. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 3, 18 nov. 1982.

resultados oficiais eram semelhantes aos da TV *Globo* e do jornal *O Globo* e divergentes da *RJB* e *JB*.

A divulgação do primeiro boletim oficial causou reações políticas marcadas por dois fatos: o candidato Miro Teixeira (PMDB) enviou um telegrama ao adversário Leonel Brizola (PDT) reconhecendo sua derrota¹⁵⁷ e o pedetista convocou uma coletiva com a imprensa estrangeira, no Hotel Glória, na qual apontou a possibilidade de fraude nas eleições no Rio de Janeiro. Ele disse que havia indícios de irregularidades na apuração realizada pelo TRE e pelo menos 25% dos mapas continham imperfeições.¹⁵⁸

Os eleitores do Rio de Janeiro, que se informavam pelos meios de comunicação, tinham cinco enquadramentos diferentes e divergentes entre si, sobre o resultado das eleições no Estado, a saber:

a) *RJB* com apuração de governadores e senadores; totalizações equilibradas entre interior e capital; apontava Brizola na frente da disputa.

b) *Jornal do Brasil* com apuração de governadores e senadores e total de votos em legenda para deputados federais, estaduais e vereadores da capital, usando o recurso de projeções, apontava Brizola na liderança;

c) *TV Globo* com apuração de governador, prefeitos, senadores, deputados estaduais, federais e vereadores, sem o uso de projeções, com predominância de totalização de votos do interior, apontava Moreira Franco na liderança;

d) o jornal *O Globo* com apuração de governador, prefeitos, senadores, deputados estaduais, federais e vereadores, uso de projeções e predominância de totalização de votos do interior; apontava Moreira Franco na liderança, e uma virada de Brizola com os votos da capital;

e) a totalização oficial do TRE que incluía as eleições majoritárias e proporcionais, com predominância de totalização de votos do interior; indicava Moreira Franco à frente das eleições.

Homero Icaza Sánchez, diretor da Assessoria de Análise e Pesquisa da Rede *Globo*, conhecido como *O Bruxo* pelas pesquisas e previsões que realizava, foi

¹⁵⁷MIRO ADMITE DERROTA E ANUNCIA QUE FICA NA POLÍTICA E PDT Denuncia Irregularidade Na Apuração. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 2º Clichê, p. 2, 18 nov. 1982.

¹⁵⁸BRIZOLA SÓ TEM MEDO DA FRAUDE **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 4, 19 nov. 1982.

um dos responsáveis pela reação política de Leonel Brizola de convocar a imprensa estrangeira e denunciar a possibilidade de fraude.¹⁵⁹ Os resultados de pesquisas de intenção de voto, encomendadas por ele antes da eleição, e de boca de urna, no dia da eleição, aferiram vitória a Brizola.¹⁶⁰ Sánchez manteve contatos com o candidato pedetista antes da apuração de votos e ao longo dela, com o conhecimento da direção da *Globo*. Ele manteve contato também com os demais candidatos. A pedido do vice-presidente, Roberto Irineu Marinho, Sánchez se encontrou com Miro Teixeira e sugeriu que ele contratasse uma pesquisa sobre os principais problemas de cada cidade para que pudesse fazer uma campanha menos ideológica e mais propositiva, do ponto de vista das políticas públicas. O peemedebista gostou da idéia, mas foi demovido dela pela coordenação de sua campanha.¹⁶¹

Sánchez realizou ainda uma pesquisa para a campanha de Moreira Franco, por meio de sua empresa particular, e manteve conversas com os coordenadores de campanha da candidata Sandra Cavalcanti para analisar as possibilidades de crescimento da deputada já que Miro Teixeira estava caindo nas pesquisas de intenção de votos.¹⁶²

Os resultados divergentes da totalização de votos do TSE, Rede *Globo*, *Jornal do Brasil* e *Rádio JB*, motivaram um encontro de Brizola com Sánchez. Ele havia detectado uma contagem de votos errada no TRE, a partir de uma amostra por zona eleitoral que havia encomendado ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Essa amostra, realizada no dia da votação, aferia o voto do eleitor e o percentual de votos nos candidatos, em todas as zonas eleitorais do Estado. Com essa espécie de contraprova, Sánchez constatou erros na contagem oficial de votos:

O Brizola perguntou o que eu achava. Eu disse: “Está parecendo fraude” (pergunta de Brizola) O que tu achas que eu devo fazer? (Resposta) “Bota a boca no mundo. Vai para a televisão, reúne a imprensa e bota a boca no mundo. Essa é a atitude que eu tomaria se fosse você, como candidato. Bota a boca no mundo”. Brizola inclusive me perguntou se deveria ir na TV *Globo*. Nesse momento eu disse para ele não. “Não te convém ir na TV *Globo*, porque lá nesse momento toda a questão da apuração está sob ordens de

¹⁵⁹SÁNCHEZ, Homero Icaza. Playboy entrevista: Homero Sánchez. Entrevista concedida a Vitu do Carmo. **Revista Playboy**, São Paulo, n. 94, p. 117, maio 1983.

¹⁶⁰Sánchez tinha uma empresa de análise de pesquisa, o Instituto Técnico de Análise de Pesquisas e Estudos (Itape) que por meio de contrato o cedia para ser diretor de pesquisa da Globo.

¹⁶¹Os chamados ‘Luas Pretas’ eram assessores do candidato. Dizia-se que se eles afirmassem que a lua era preta, ninguém discordaria.

¹⁶²SÁNCHEZ, Homero Icaza. **Op. Cit.**

Roberto Irineu. E ele acredita que pode eleger à força o Moreira Franco. Eu não te aconselharia a fazer isso”. Então, ele foi nessa noite de quarta-feira à TV Bandeirantes”.¹⁶³

A sugestão para que Brizola denunciasse a possibilidade de fraude custou o emprego de Sánchez, que foi demitido da TV *Globo*, depois das eleições. Ele foi informado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (Boni), vice-presidente de operações da emissora, que Roberto Irineu Marinho havia recebido uma fita que reproduzia seu diálogo com Brizola no qual sugeria a denúncia. Marinho teria considerado a atitude uma traição à *Globo* e, por isso, o demitira.¹⁶⁴

Depois de denunciar a fraude na coletiva com cerca de 40 jornalistas estrangeiros, Leonel Brizola foi convidado a participar, ao vivo, do programa *Show das Eleições*, da RGTV. A entrevista, programada para durar 15 minutos, se estendeu por 32 minutos, sem intervalos. O jornalista Paulo César Araújo perguntou se o candidato já se considerava eleito. Brizola respondeu que só a fraude poderia impedir sua posse. O repórter insistiu, alegando que o candidato Moreira Franco também sentia o mesmo temor e Brizola retrucou: “Eu acho que ele está se baseando no noticiário da *TV Globo* porque ela está atrasada e está dando enfoques diferentes”.¹⁶⁵ A resposta do pedetista deu início a uma discussão que provocou a entrada do diretor da Central *Globo* de Jornalismo, Armando Nogueira, no programa, onze minutos mais tarde, para contestar o candidato e pedir um desagravo à RGTV e ao TRE do Rio de Janeiro.

Armando Nogueira: Nós estamos acompanhando a entrevista do senhor com natural interesse. E a certa altura pareceu que o senhor ficou preocupado em dado momento da apuração com a correção dos trabalhos dos profissionais da Rede *Globo*, entre os quais eu figuro, humildemente, mas com muito orgulho. Eu perguntaria ao senhor governador, se é justo que profissionais com passado e alguns com futuro, quase todos com futuro, devam merecer em numa hora de paixão um tratamento tão rigoroso da parte de um homem público por quem a gente tem um apreço. Eu gostaria de fazer essa pergunta que ela é quase pessoal. O senhor me desculpe introduzir uma pergunta pessoal, mas em nome de dois mil jornalistas eu me sinto obrigado a fazer essa pergunta para o senhor.

¹⁶³SÁNCHEZ, Homero Icaza. Playboy entrevista: Homero Sánchez. Entrevista concedida a Vitu do Carmo. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 94, p. 117, maio 1983.

¹⁶⁴Ibidem.

¹⁶⁵POLÊMICAS HISTÓRICAS: **Proconsult 1982: Show das Eleições, 18/11/1982**. Entrevista com Leonel Brizola. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21750,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

Leonel Brizola: perfeito, com muito carinho e com muito prazer, Armando. Eu dou essa resposta com essa aquela franqueza que me caracteriza. E nós devemos sempre usar esse método da franqueza e da lealdade. Eu registrei o que era o real, eu não cheguei a entrar no mérito. Eu não cheguei, de forma nenhuma, a considerar que tivesse havido má-fé, absolutamente. Eu registrei uma situação real, existente no Rio de Janeiro. E também os meus próprios sentimentos. (...) Agora pode ser que os canais tenham se entupido. Há dificuldades em organizações grandes assim. Às vezes o gigantismo é uma doença das organizações. Isso pode acontecer. Isso pode ocorrer, sem desmerecer os profissionais. Muitas vezes grandes médicos vão fazer uma operação e o doente morre. (...)

Armando Nogueira: Eu gostaria que o senhor, já nesse estado de espírito e compreensão, aproveitasse a oportunidade para ao desagrar a Rede *Globo*, desagrar também de certa maneira o Tribunal Regional Eleitoral. Porque o senhor sabe que fosse qual fosse a discrepância dos números, jamais os magistrados da Justiça Eleitoral, se deixariam perturbar por uma manipulação. Eu sei que a Justiça Eleitoral, e o senhor sabe também porque o senhor exaltou essa retidão da Justiça Eleitoral ao longo de toda a campanha. O senhor sabe perfeitamente que os números que estão chegando agora eles estão chegando porque eles correm no ritmo normal e não no delírio, governador. Nós não entramos no delírio dos números. Aqui em São Paulo também, no primeiro dia, nós também ficamos aquém, mas quisemos ficar aquém da fantasia para ficar de acordo a realidade, governador. Eu peço licença para não importunar sua entrevista e volto agora à condição de telespectador.

Leonel Brizola: (...) Mas como eu posso me conformar que vocês computem, a toda hora, as urnas no interior e deixem as urnas da cidade. (...) Era conveniente uma idéia parelha dos resultados das eleições. Se foi alguém que teve a intenção de esvaziar a projeção dos resultados do Rio de Janeiro, cometeu um erro. Porque ao contrário, isso vai dar um refluxo agora porque toda a nação está acompanhando o que está acontecendo no Rio de Janeiro.¹⁶⁶

O áudio disponível da entrevista não contém o seu desfecho. Há registros, contudo, de uma nova entrada de Nogueira para justificar a lentidão na totalização dos votos realizada pela Rede *Globo*: “Nosso trabalho se baseia em computadores, na soma de todos os votos. (...) Por isso somos mais lentos”¹⁶⁷

O último boletim do TRE do dia 18 de novembro registrava a apuração de apenas 109 urnas (0,62% do total), 25 da capital e 84 do interior do estado e mantinha a liderança do candidato do PDS, Moreira Franco. Os números da Rede

¹⁶⁶MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas históricas. Proconsult 1982. Show das Eleições**, 18/11/1982. Entrevista com Leonel Brizola. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21750,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

¹⁶⁷NO SHOW DAS ELEIÇÕES, UM PESADELO. **Veja**, São Paulo, n. 742, p. 92, 24 nov. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

Globo, embora mais adiantados, também chegavam a resultado semelhante. A totalização de 27,4% dos votos indicava Moreira Franco à frente. A *RJB*, com uma votação um pouco menor, 26,8% do total de votos apurados, mantinha Leonel Brizola na liderança. Em 19 de novembro, o boletim da Rede *Globo* mostrou que 49,7% de sua apuração se referia aos votos do interior e 26,3% aos votos da capital, uma proporção inversa à distribuição de eleitores.¹⁶⁸

No dia 20, o *Jornal do Brasil* já possuía um resultado mais abrangente, totalizando 11.528 urnas (65,8% do total), que davam vantagem para Brizola (34,2%), seguido de Moreira Franco (30,4%), Miro (20,7%), Sandra (11,1%) e Lysâneas (3,6%). Enquanto isso, a totalização do TRE chegava aos 3% das urnas apuradas (517). A predominância era de votos do interior do estado, o que mantinha a liderança do candidato Moreira Franco (PDS), com 47.742 votos, seguido de Miro Teixeira (PMDB), 41.399, Brizola (PDT), com 25.632, Sandra Cavalcanti (PTB), com 12.884 e Lysâneas Maciel (PT), com 3.041 votos. Os cálculos do *Jornal do Brasil* indicavam que, naquela velocidade, os resultados oficiais das eleições só seriam divulgados oficialmente pelo TRE em oito meses.¹⁶⁹ O TRE explicou que mais de 80% dos boletins provenientes das juntas apuradoras estavam sendo rejeitados pelos computadores da Proconsult, Racimec & Associados.

Diante da morosidade na apuração de votos e da desconfiança sobre a lisura do processo de totalização, os partidos políticos se reuniram com representantes do TRE, em 21 de novembro, mesmo dia em que acabaram as apurações oficiais.¹⁷⁰ Nessa reunião, ficou decidido que os cinco partidos políticos se revezariam na fiscalização do processamento dos votos, na sala de computadores da Proconsult, Racimec & Associados. Até aquele dia, a empresa havia processado 804 urnas (4,5% do total), mantendo Moreira Franco à frente, seguido de Miro Teixeira e de Leonel Brizola. Dessas urnas apuradas, 74,7% eram do interior do Estado; 4,9% eram da Baixada Fluminense e 20,4% da capital.¹⁷¹

¹⁶⁸ *Ibidem*.

¹⁶⁹ VANTAGEM DE BRIZOLA É DE 119 MIL VOTOS. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p. 3, 20 nov. 1982.

¹⁷⁰ JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 24 nov. 1982.

¹⁷¹ PARTIDOS FISCALIZAM COMPUTAÇÃO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 2, 22 nov. 1982.

Nesse dia, os enquadramentos de dois veículos de comunicação criaram as condições para que um candidato assumisse sua vitória em uma eleição. Leonel Brizola avocou a condição de governador eleito do Rio de Janeiro, a partir dos dados processados pelo seu partido e pelo resultado da totalização de dois veículos de comunicação: *Jornal do Brasil* e *Rádio JB*. Naquele momento, o *Jornal do Brasil* tinha o resultado de 14.791 urnas (84% do total). Brizola aparecia com 33,3% dos votos, Moreira Franco, 30,8% e Miro 21%.

Dois dias depois do término oficial da apuração, o *Jornal do Brasil* encerrou o trabalho paralelo de totalização de votos no Rio de Janeiro, com 91,9% das urnas totalizadas da capital; 65,3% das urnas da periferia, 88,6% das urnas do interior e o resultado que se segue: Brizola, 33,7% dos votos, Moreira Franco 30,6%, Miro Teixeira, 21,5%, Sandra Cavalcanti, 10,8% e Lysâneas Maciel, 3,4%.¹⁷² Com os resultados de uma empresa de comunicação, o candidato Moreira Franco reconheceu a vitória de Brizola, enviando-lhe um telegrama.¹⁷³

Enquanto isso, os problemas persistiam na apuração oficial, embora os movimentos políticos avançassem e Brizola iniciasse, inclusive, a montagem de seu governo. Até o dia 23 de novembro, a Proconsult, Racimec & Associados totalizara 1.324 urnas (7,5% do total). Dessas urnas, 24% eram da capital e 76% do interior. Os resultados oficiais ainda sustentavam a vitória parcial para o candidato do PDS, Moreira Franco. Até aquele momento, o TRE havia registrado 25 recursos dos partidos, solicitando recontagem de votos, impugnação de urnas e denunciando fraudes nas eleições.¹⁷⁴

No dia 25 de novembro, o presidente do TRE do Rio de Janeiro, Marcelo Santiago, reconheceu erros no processamento dos dados a partir dos problemas detectados pelo *Jornal do Brasil* e apresentados ao TRE. O número de votos brancos e nulos cresceu de forma desproporcional do sétimo para o oitavo boletim oficial. Em 397 urnas, o número de votos brancos aumentou em 13.716 e o de nulos, 3.091. O responsável técnico pelo programa da Proconsult, Racimec & Associados, tenente-

¹⁷²VANTAGEM DE BRIZOLA DEVERÁ ATINGIR 173 MIL VOTOS. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Primeiro Caderno, p. 8, 24 nov. 1982.

¹⁷³MOREIRA FRANCO RECONHECE VITÓRIA DE BRIZOLA: Tancredo diz que é a vez de Figueiredo falar. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 24, 24 nov. 1982.

¹⁷⁴PRESIDENTE DO TRE DIZ QUE PROBLEMAS CONTINUAM; TRE do Rio reconhece erro na computação. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Primeiro Caderno, p. 7-8, p. 2, 24 nov. 1982.

coronel da reserva, Haroldo Lobão¹⁷⁵, assumiu a responsabilidade pelo erro e explicou que o problema era de programação que misturava os votos brancos e nulos nos diversos cargos.

Os votos brancos e nulos para deputado estadual apareciam, no relatório oficial, na votação para Governador; os brancos e nulos de governador, por sua vez, eram lançados na listagem dos deputados estaduais (...) Os brancos e nulos de senador passaram para o relatório dos deputados federais, os brancos e nulos de federais foram para a coluna de senador. Assim por diante, invertendo sempre as situações entre vereadores e prefeito e votação prefeito e vereadores.¹⁷⁶

Diante do reconhecimento de erro pelo TRE, o PDT resolveu checar todos os boletins divulgados pelo Tribunal e, na madrugada do dia 23, anunciou sua descoberta: havia um crescimento de votos brancos e nulos em detrimento do número de votos do candidato Leonel Brizola, que caía 15%. Os números do candidato Moreira Franco, contudo, não se alteravam. A explicação dada pelo programador da Proconsult, Haroldo Lobão, não valia, portanto, para todos os candidatos, como mostrou o PDT ao *Jornal do Brasil*, pois os votos de Moreira Franco não se alteravam, apenas os votos de Brizola.¹⁷⁷ Outros veículos de comunicação denunciaram o erro:

Se uma pessoa votara em Brizola na cabeça e deixava em branco o voto para deputado estadual, o computador transformava o seu voto em abstenção para governador. (...) Lobão poderia errar a programação de qualquer um dos cinco partidos. Mas errou precisamente a do PDT, e, além disso, cometeu um tipo de erro que tinha a particularidade, e com mais facilidade, a votação de Brizola. Afinal, o número de eleitores do PDT que deixaram em branco o voto para governador é irrisório, enquanto é elevado o número daqueles que votaram em Brizola e deixaram em branco o voto para deputado estadual. Se o erro tivesse sido cometido com o PDS, Moreira Franco não perderia mais que alguns milhares de votos.¹⁷⁸

De acordo com as projeções do PDT, se o ritmo de transferência de votos de Brizola para brancos e nulos se mantivesse, seu candidato perderia as eleições

¹⁷⁵O TENENTE-CORONEL HAROLDO LOBÃO CURSOU ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS E POSSUÍA A MEDALHA DE 20 ANOS DE BONS SERVIÇOS PRESTADOS. Deixou o exército em 1981 e foi contratado pela Procunsult para desenvolver o programa para apuração de votos. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 29 nov. 1982.

¹⁷⁶TRE DO RIO RECONHECE ERRO NA COMPUTAÇÃO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p. 8, 26 nov. de 1982.

¹⁷⁷EMPRESA TAMBÉM PRESSIONOU O PDT. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p. 4, 27 nov. 1982.

por 4%. De posse das informações, o partido elaborou um relatório e o entregou ao presidente do TRE, desembargador Marcelo Santiago. Essa denúncia motivou o Tribunal a determinar que todos os partidos tivessem acesso aos resultados de todas as urnas totalizadas pela Proconsult, Racimec & Associados, o que até então não acontecia. A partir dessa decisão, o número de votos brancos e nulos foi decrescendo nos boletins do TRE.¹⁷⁹

A comprovação da ocorrência de erros nos boletins oficiais motivou o Jornal do Brasil a denunciar, no dia 27 de novembro, que a empresa Proconsult, Racimec & Associados havia pressionado o JB e a *Rádio JB* para que alterassem seus resultados. Um dos diretores da Proconsult, Arcádio Vieira, teria tentado impor seu modelo de projeção que previa um crescimento de votos brancos e nulos e daria a vitória ao candidato Moreira Franco. Esse crescimento era denominado por Vieira de *Diferencial Delta*. Esse *Diferencial*, na interpretação do jornal, seria o responsável por alterar o resultado final da eleição no Rio de Janeiro. Desconfiava-se que o aumento de votos brancos e nulos e, a diminuição dos votos em Leonel Brizola, eram mecanismos de programação responsável por alterar os resultados eleitorais em favor de Moreira Franco.

De acordo com o relato do editor da *Rádio JB*, Procópio Mineiro, Vieira o ameaçava dizendo que os números da emissora estavam errados. Considerando que a Proconsult detinha os dados, o empresário afirmava que haveria mais de 30% de votos brancos e nulos e quem iria passar o constrangimento de ter que mudar os dados era a *Rádio JB* e o Jornal JB. Ele afirmava, ainda, que o resultado final daria vitória a Moreira Franco e não era para o editor desconsiderar o 'Diferencial Delta'. Às 7h da manhã do dia 21 de novembro, quando mantiveram o último contato, Vieira teria dito a Mineiro: "Olha, Procópio, não vai dizer que o Brizola ganhou. Se der os seus números, um de nós dois terá que fugir para Paris. Será eu ou você".¹⁸⁰

O diretor da Proconsult procurou outros veículos de comunicação e partidos políticos. Há contradições, entretanto, nos relatos sobre encontros de Vieira com

¹⁷⁸O COMPUTADOR INIMIGO. **Veja**, São Paulo, 1 dez. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

¹⁷⁹EMPRESA TAMBÉM PRESSIONOU O PDT. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 4, Primeiro Caderno, 27 nov. 1982.

¹⁸⁰PROCONSULT QUIS INFLUIR NA APURAÇÃO DA RJB E DO JB. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 4, Primeiro Caderno, 27 nov. 1982.

representantes das organizações *Globo*. Em uma mesma publicação, 22 anos depois do fato, há afirmações que se confrontam. O diretor de redação do jornal *O Globo*, Evandro Carlos de Andrade, afirmou: “*O Globo* nunca teve contato algum com a Proconsult”¹⁸¹. Em outro trecho, entretanto, a publicação relata:

Ainda antes da votação, Arcádio Vieira havia proposto também *O Globo* que usasse as suas totalizações. O jornal rejeitou a oferta e informou o fato ao TRE no dia 11 de novembro, quatro dias antes do pleito. O juiz eleitoral responsável pela totalização eletrônica, Dalpes Monsores, garantiu na época que seriam tomadas providências para evitar o desvio de material referente à apuração.¹⁸²

Um dos responsáveis pela Editoria de Números da Rede *Globo*, Luiz González, também relatou um encontro entre Vieira e integrantes do sistema *Globo*:

O relato que tive na época, que me foi feito pelo Pedro Rosa (coordenador do sistema de apuração da Rede *Globo*), foi o seguinte: ‘aquele cidadão que era sócio da Proconsult, Arcário, pediu um almoço onde compareceram o Pedro Rosa e o Alberico de Souza Cruz. Ele ofereceu aos dois o meio magnético, a fita, que a Proconsult teria. Porque a Proconsult foi contratada para totalizar as eleições do Rio. Ele ofereceu para a emissora uma cópia dessa totalização’. E tanto o Pedro Rosa quanto o Alberico recusaram. Disseram: ‘Não, nós temos o nosso próprio esquema’. E foi isso que aconteceu e não tiveram mais nenhuma relação.¹⁸³

O chefe de computação do PDT, César Maia, revelou que também havia sido procurado por Vieira para mudar os resultados, desde o dia 21 de novembro. Em um outro encontro que teria tido com o secretário-geral do partido, Cibillis da Rocha Vianna, Vieira teria sugerido que o partido trocasse toda a sua equipe por profissionais que ele poderia recomendar.

Em nota, no dia 27 de novembro, o diretor da Proconsult, Racimec & Associados, Arcádio Vieira, reconheceu que conversou com representantes de partidos políticos e de órgãos de imprensa com o objetivo de alertá-los para as falhas em seus sistemas paralelos de totalização de votos. Esses resultados paralelos, poderiam não coincidir com a apuração oficial. Vieira afirmou que agiu com lisura e

¹⁸¹ MEMÓRIA GLOBO. Rio de Janeiro: *Globo*, 2004, p. 118.

¹⁸² JORNAL NACIONAL: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 112.

¹⁸³ Ibidem, p. 112.

boa-fé como técnico interessado na divulgação de dados corretos e não na condição de representante da empresa que integrava.¹⁸⁴

Diante das denúncias, o TRE admitiu, em nota oficial, no dia 26 de novembro, que houve erro nos boletins divulgados, mas limitou o problema à troca de brancos e nulos nos diferentes cargos.

A partir de quando os votos brancos e nulos passaram a constar nos relatórios, houve nestes, inversão dos dados relativos àqueles, de tal modo que o número de votos em branco e nulos para Deputado Federal foi indicado para Senador e vice-versa; o de Deputado Estadual para Governador e vice-versa, o de Vereador para Prefeito e vice-versa.¹⁸⁵

A Polícia Federal (PF) foi acionada pelo TRE para investigar as denúncias feitas pelo *Jornal do Brasil*, e o Serpro chamado para realizar uma auditoria na empresa Proconsult, Racimec & Associados. A PF apuraria a fraude na eleição e o Serpro auditoria se o programa da empresa estava de acordo com a técnica de processamento de dados. A Polícia Federal, entretanto, só instaurou inquérito para apurar as denúncias em janeiro de 1983¹⁸⁶ e o caso foi arquivado em março de 1983, pelo procurador-geral da República Inocêncio Mártires Coelho.¹⁸⁷

Apesar dos problemas na totalização oficial, o TRE manteve a divulgação de boletins ainda com equívocos, o que motivou novas denúncias. No boletim do dia 27 de novembro, havia outros tipos de erros como uma expressiva diferença entre o total de votos apurados e o número de eleitores.¹⁸⁸ Candidatos a deputados perderam votos, como foi o caso de Maria de Fátima de Souza Silva, que perdeu cerca de quatro mil votos de um boletim para outro. No dia 28, a totalização de votos foi suspensa pelo TRE.¹⁸⁹ O juiz Corregedor do Tribunal, José Rodrigues Lema,

¹⁸⁴ARCÁDIO RESPONDE A DENÚNCIAS. *Jornal do Brasil*, Primeiro Caderno, p. 21, Rio de Janeiro, 28 nov. 1982.

¹⁸⁵TRE promete corrigir erro. *Jornal do Brasil*, Primeiro Caderno, p. 5, Rio de Janeiro, 27 nov. 1982.

¹⁸⁶MEMÓRIA GLOBO. Polêmicas Históricas. Proconsult 1982. Abertura de inquérito do caso Proconsult. RJ/TV 12/01/1983. Disponível em <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21750,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

¹⁸⁷AMORIM, Paulo Henrique; PASSOS, Maria Helena. *Plim, Plim: a peleja de Brizola contra a fraude eleitoral*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2005.

¹⁸⁸TRE pede que a polícia federal investigue Proconsult; Serpro confirma pedido e Boletins ainda têm erros. *Jornal do Brasil*, Primeiro Caderno, p. 4 e 21, Rio de Janeiro, 28 nov. 1982.

¹⁸⁹CANDIDATOS PERDEM VOTOS. *Jornal do Brasil*, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 29 nov. 1982.

ironizou o processo dizendo: “usamos o computador para termos rapidez e segurança; não temos nenhuma das duas. Como é que a gente faz?”.¹⁹⁰

A auditoria do Serpro, na totalização de votos da Proconsult, terminou no dia 5 de dezembro com as seguintes conclusões: 1) ocorreram erros de programação; 2) os erros foram corrigidos a partir do dia 28 (11ª totalização) pela própria empresa; 3) todos os relatórios anteriores a essa data estavam incorretos; 4) após a intervenção da cotista Racimec, na sua associada Proconsult, foram tomadas medidas técnicas, operacionais e administrativas que tornam a empresa apta a concluir o trabalho de totalização dos votos.¹⁹¹

A totalização oficial de votos da eleição de 15 de novembro foi retomada dez dias depois, no dia 6 de dezembro e, por decisão do TRE, a Proconsult, Racimec & Associados permaneceu à frente do processo com supervisão do Serpro.

O resultado final da eleição no Rio de Janeiro foi divulgado no dia 14 de dezembro, quase um mês depois do início das apurações. Leonel Brizola (PDT) venceu as eleições com 178.536 votos de vantagem sobre Moreira Franco (PDS). Eles obtiveram respectivamente 34,2% e 30,6% dos votos válidos. Miro Teixeira (PMDB) obteve 21,5% dos votos, Sandra Cavalcanti (PTB), 10,7% e Lysâneas Maciel (PT), 3% dos votos válidos.¹⁹²

Ressalta-se que em dia 18 de novembro, o Jornal do Brasil havia projetado a vitória de Leonel Brizola por 34% dos votos, contra 29% de Moreira Franco. E, ao finalizar a totalização paralela de votos com 86,3% do total de urnas, no dia 24 de novembro, previu que a diferença entre os dois candidatos seria de 173 mil votos. As projeções do Jornal do Brasil levavam em conta a tendência de votos na capital, na periferia e no interior do estado.

O PDT, que finalizou a sua apuração paralela de 17.500 urnas (99,8% do total) no dia 10 de dezembro, divulgou os seguintes resultados: Leonel Brizola (PDT) venceu as eleições com 188.556 votos de vantagem sobre Moreira Franco (PDS). Eles obtiveram respectivamente 34,4% e 30,5% dos votos válidos. Miro Teixeira

¹⁹⁰JUIZ IRONIZA COMPUTAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 27 nov. 1982.

¹⁹¹CONCLUSÕES DA PERÍCIA DO SERPRO. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 5 nov. 1982.

¹⁹²TRE DÁ VITÓRIA A BRIZOLA POR 178 MIL VOTOS. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 14, Rio de Janeiro, 14 dez. 1982.

(PMDB) obteve 21,3% dos votos, Sandra Cavalcanti (PTB), 10,7% e Lysâneas Maciel (PT), 3,1%. O erro da projeção do Jornal do Brasil e da apuração do PDT foi menor que 0,1%. Essa pequena diferença levou o jornalista Pery Cota (2005), à época coordenador da apuração paralela da *RJB* a afirmar:

O que me dá mais certeza de que a verdadeira apuração nunca aconteceu é o fato de que, depois que concluiu suas apurações, a *Rádio JB* fez uma projeção de 70% dos votos apurados para o resultado final. Comparada com o resultado oficial anunciado pelo Tribunal, quando a apuração da Proconsult já havia sido retomada, a diferença não chegava a meio por cento, o que é humanamente impossível de acontecer. Nenhuma pesquisa trabalha com esse nível de margem de erro.¹⁹³

O presidente da Comissão de Apuração e vice-presidente do TRE, Jaimir Gonçalves da Fonte, comparou os resultados oficiais com os paralelos para dar confiabilidade aos seus dados.

Tenho comigo um boletim do PDT com quase todas as urnas apuradas dando pouco mais de 176 mil votos de diferença para o Brizola. O último resultado que tenho apresenta uma diferença de 174 mil e poucos votos. Vejam que a diferença é mínima. Isso mostra a exatidão dos nossos dados.¹⁹⁴

Armando Nogueira, diretor da Central *Globo* de Jornalismo, avaliou que a cobertura da Rede *Globo* passou para a história de maneira deformada. Para ele, houve um erro de estratégia da TV ao trabalhar com os dados do Jornal por dois fatores centrais: 1) porque ao jornal interessava, com o mesmo grau de importância, tanto as eleições majoritárias quanto as proporcionais, enquanto a televisão noticiava apenas as eleições majoritárias (governador, prefeito e senador); 2) a totalização de votos da cédula inteira acarretava um atraso significativo nos dados que tinham menos implicância para o jornal uma vez que ele tinha uma edição por dia, mas não atendia às necessidades da televisão que poderia entrar com uma edição por hora.

Então, enquanto as projeções já davam Brizola na frente, os números que nós recebíamos davam Brizola bem atrás, o que permitia uma

¹⁹³AMORIM, Paulo Henrique; PASSOS, Maria Helena. **Plim-Plim**: a peleja de Brizola contra a fraude eleitoral. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2005.

¹⁹⁴TRE DO RIO DEFENDE MÁQUINA DE VOTAR. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 14 dez. 1982.

campanha mal intencionada contra a Rede *Globo* no sentido de que a Rede *Globo* estava manipulando os números, dando os números da Proconsult. Nunca tivemos o menor contato com a Proconsult.¹⁹⁵

Dois diretores do Sistema *Globo*, Alberico de Souza Cruz - em 1982, um dos responsáveis pela Editoria de Números da Rede *Globo* que, em 1990, viria a ocupar o cargo de diretor-geral da Central *Globo* de Jornalismo - e Evandro Carlos de Andrade - diretor da redação do jornal *O Globo*, à época - acreditam que houve alguma tentativa de fraude nas eleições de 1982 no estado do Rio de Janeiro.

Alberico de Souza Cruz: 'Eu acredito, sem prova alguma, que a Proconsult serviria a algum plano do SNI de falsificar o resultado da eleição. Mas insisto que as Organizações *Globo* nada tiveram a ver com essa conspiração, caso ela tenha existido'.¹⁹⁶

Evandro Carlos de Andrade: 'Hoje, estou convencido de que existia um complô. Mas a *Globo* não participou dele, até porque a gente não tinha competência para isso'.¹⁹⁷

Para Lima¹⁹⁸ o que distingue a Rede *Globo* de Televisão das demais emissoras privadas é o seu grau de interferência como ator decisivo em momentos da história política do Brasil. O caso das eleições de 1982 está relacionado por Lima como uma tentativa de interferência da RGTV nas eleições para governador do Rio de Janeiro. Miguel¹⁹⁹ tem avaliação semelhante à de Lima. Para ele, ao apresentar projeções falsas, que sinalizavam a vitória do candidato governista Moreira Franco, os noticiários da emissora preparavam terreno para a fraude na contagem dos votos.

¹⁹⁵ *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 113.

¹⁹⁶ *Ibidem*, p. 118.

¹⁹⁷ *Ibidem*, p. 116.

¹⁹⁸ LIMA, Venício A. *Globo e política: "tudo a ver"*. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (orgs). **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.

¹⁹⁹ MIGUEL, Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano Editora, 2002.

2.2 O *Jornal Nacional* em 1983 e 1984: O Movimento das *Diretas Já*

Após a eleição de governadores, deputados estaduais e federais, prefeitos e vereadores pelo voto direto, em 1982, o deputado federal Dante de Oliveira (PMDB-MT) apresentou ao Congresso Nacional, em março de 1983, uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC) prevendo o restabelecimento de eleições diretas para Presidente da República em 1985. Até então, vigorava o texto da Emenda Constitucional nº 22²⁰⁰, de 29 de junho de 1982, que mantinha a eleição por um colégio eleitoral composto de senadores, deputados federais e delegados das assembleias legislativas estaduais. Os partidos de oposição questionaram a legitimidade do Colégio Eleitoral pela desproporção entre os membros votantes e o número real de eleitores por Estado da federação.²⁰¹

O movimento pela eleição direta, lançado pelo PMDB, em abril de 1983, aglutinou os demais partidos políticos de oposição ao regime militar. Essas forças se uniram em torno de uma campanha de mobilização popular – *Diretas Já* – para pressionar o Congresso Nacional a aprovar a PEC – mais conhecida como *Emenda Dante de Oliveira*. A votação da Emenda foi marcada para o dia 25 de abril de 1984, um ano depois de lançada a campanha. Nesse período, foram realizadas concentrações, atos e comícios que mobilizaram milhares de pessoas em todo o Brasil.

No caso das *Diretas Já*, os pesquisadores têm demonstrado que o tema foi omitido ou distorcido na cobertura da Rede *Globo* de Televisão, especialmente no *Jornal Nacional* ²⁰². Os depoimentos dos profissionais que trabalharam em altos postos na emissora durante aquele período sustentam essa conclusão. A divergência está nas causas dessa omissão e no tipo de enquadramento dado, em especial, ao

²⁰⁰BRASIL. **Emenda Constitucional nº 22, de 29 de junho de 1982**: altera e acrescenta dispositivos à Constituição Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc_anterior1988/emc22-82.htm>. Acesso em: 21 jan. 2009.

²⁰¹LIMA, Venício A. *Globo e política: "tudo a ver"*. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (orgs). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

²⁰²LIMA, Venício A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001, p. 151. LIMA, Venício A. **Op. Cit.**, 2005.

MIGUEL, Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil**. Brasília: Editora Plano, 2002.

comício ocorrido na Praça da Sé, em São Paulo, no mesmo dia da comemoração do aniversário de 430 anos da cidade, no dia 25 de janeiro de 1984. A cobertura desse comício pela RGTV tornou-se representativa do enquadramento do movimento das *Diretas Já* pela emissora.

Um dos primeiro comícios realizados em favor das *Diretas Já* ocorreu, em São Paulo, no dia 27 de novembro de 1983, na Praça Charles Müller, em frente ao Estádio do Pacaembu.²⁰³ O ato, convocado por inúmeras entidades e três partidos políticos (PMDB, PDT e PT)²⁰⁴, foi registrado pelo programa *Fantástico* que noticiou, na mesma matéria, a morte do senador Teotônio Vilela (PMDB-AL).²⁰⁵

O comício que ocorreu em Curitiba no dia 12 de janeiro de 1984, contudo, foi considerado o marco efetivo da campanha das oposições pelas eleições diretas para presidente²⁰⁶. Esse ato não teve cobertura do *Jornal Nacional*, nem de outro telejornal em rede nacional, embora tenha levado mais de 50.000 pessoas às ruas da capital paranaense. A resistência em tratar da temática não se restringia à programação jornalística; a emissora se recusou a inserir as propagandas pagas de mobilização para o comício. Com a recusa da TV *Globo*, a TV Nova Inguaré veiculou 15 inserções, convocando a população para o ato.²⁰⁷

A própria emissora reconhece que o comício de Curitiba marcou o lançamento nacional do movimento, embora tenha optado por um enquadramento regional em sua cobertura:

Os quatro meses que antecederam a votação da emenda Dante de Oliveira foram dedicados à organização de comícios, que se realizaram por todo país. O primeiro – que marcou o lançamento nacional da campanha pelas diretas – ocorreu em Curitiba, no Paraná, em 12 de janeiro de 1984, e reuniu cerca de 50 mil pessoas. Nos dias seguintes, novas manifestações aconteceram em Salvador, com 15 mil pessoas, Vitória, com 10 mil, e Campinas, São Paulo,

BUCCI, Eugênio; Kell, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

²⁰⁴LIMA, Venício A. **Mídia**: teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001, p. 151.

²⁰⁵MEMÓRIA GLOBO. Polêmicas Históricas. Diretas Já. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21751,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

²⁰⁶BUCCI, Eugênio; Kell, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

²⁰⁷OLIVEIRA, Dante; LEONELLI, Domingos. **Diretas Já**: 15 meses que abalaram a ditadura. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004, p. 343.

com 12 mil. A *Globo* acompanhou os comícios nos telejornais locais, naquele primeiro momento, as manifestações não entraram nos noticiários de rede.²⁰⁸

Os motivos para essa opção de enquadramento foram expostos por Roberto Marinho, Presidente Diretor-Geral da Rede *Globo*, em setembro de 1984:

Achamos que os comícios pró-diretas poderiam representar um fator de inquietação nacional, e por isso realizamos num primeiro momento apenas reportagens regionais. Mas a paixão popular foi tamanha que resolvemos tratar o assunto em rede nacional.²⁰⁹

Depois do comício de Curitiba, ocorreu outro grande evento da campanha pelas *Diretas Já*, no dia 25 de janeiro de 1984, na Praça da Sé, em São Paulo, reunindo entre 250 mil e 300 mil pessoas.²¹⁰ Esse dia, um feriado municipal, era também o aniversário da cidade de São Paulo. O enquadramento dos fatos do dia adotados pelo *Jornal Nacional* foi, e ainda é, motivo de controvérsias. A seguir, a íntegra da transcrição da matéria:

Marcos Hummel (apresentador): “Um dia de festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé”.

Ernesto Paglia (repórter): São Paulo, 430 anos, nove milhões de brasileiros vindos de todo o país. Cidade de trabalho, São Paulo fez feriado hoje para comemorar o aniversário. Foi também o aniversário do seu templo mais importante, a Catedral da Sé. De manhã, na missa, o cardeal arcebispo dom Paulo Evaristo Arns lembrou o importante papel da catedral da Sé nesses 30 anos em que ela vive no coração da cidade: ‘Nessa igreja se promoveu praticamente a libertação de um povo que quer manifestar-se como povo. Eu acho que isso é fundamental para uma Igreja mãe que é tratada com tanto carinho.’ E junto com a cidade aniversariou também hoje a Universidade de São Paulo. A USP completou 50 anos de existência. A ministra da Educação, Ester de Figueiredo Ferraz, foi à USP hoje. Ela falou da importância da Universidade com suas 33 faculdades e 45 mil alunos e assistiu a uma inesperada manifestação de estudantes e funcionários. Eles tomaram o anfiteatro com faixas e cartazes e pediram verbas para a educação, eleições diretas para reitor e para presidente da República. Mais à tarde, milhares de pessoas vieram ao Centro de São Paulo para, na Praça da Sé, se reunir num comício em que pediam eleições diretas para presidente. Não foi apenas uma manifestação política. Na abertura, música, um frevo do cantor Moraes Moreira. A Praça da Sé e todas as ruas vizinhas estão lotadas. No palanque mais de 400 pessoas, deputados, prefeitos e muitos artistas, Cristiane Torloni, Regina Duarte, Irene Ravache, Chico Buarque, Milton Gonçalves, Ester Góes, Bruna Lombardi, Alceu Valença, Fernanda Montenegro, Gilberto Gil. A

²⁰⁸ Não há registros relacionados à cobertura do comício de Curitiba no projeto Memória Globo.

²⁰⁹ MEMÓRIA GLOBO. Rio de Janeiro: *Globo*, 2004.

²¹⁰ LIMA, Venício A. **Mídia**: teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

chuva não afasta o povo. Os oradores se sucedem no palanque e ninguém arreda pé. O radialista Osmar Santos apresenta os oradores. O governador de São Paulo, Franco Montoro, fez o discurso de encerramento: 'Houve passos na luta da democracia. Houve a anistia, houve o fim da censura, o fim da tortura, a eleição de governadores; mas é preciso conquistar o fundo do poder que é a Presidência da República'²¹¹.

O repórter Ernesto Páglia acrescentou informações importantes sobre a cobertura desse comício, 22 anos depois, em 2006, admitindo haver, à época, uma certa dificuldade editorial da emissora com a campanha das *Diretas Já* e que isso frustrava os repórteres que queriam cobrir o assunto porque eles tinham a dimensão da importância jornalística e histórica do movimento. O clima de indignação contra a cobertura da Rede *Globo* já havia chegado às ruas. Páglia contou que o carro da Rede *Globo*, que transportava a repórter Isabela Assumpção, foi depredado e quase virado por manifestantes em um dos comícios que ela cobrira.

O clima de animosidade contra a RGVTV era tamanho que, para realizar a matéria sobre o comício de São Paulo, mantendo uma distância que o repórter classificou como 'prudente', a equipe se postou no alto do prédio da Secretaria de Fazenda do Estado de São Paulo, que ficava a mais de 300 metros da Praça da Sé. A equipe só conseguiu filmar o comício a essa distância, porque uma lente especial foi trazida do Rio de Janeiro para São Paulo:

Era uma lente brutal, 1000 milímetros, ou seja, um metro de lente com *zoom* movido a manivela. Eu nunca tinha visto uma coisa como aquela. Então, tinha uns 3 ou 4 operadores para a mesma máquina. Nós fomos lá para cima que era uma distância prudente. Havia uma grande animosidade.²¹²

As razões do enquadramento da matéria, veiculada no *Jornal Nacional* no dia 25 de janeiro de 1984, encontram diferentes motivações para pesquisadores e para os profissionais que trabalhavam na emissora àquela época.

²¹¹MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas Históricas. Diretas Já.** Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21751,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009. A transcrição da matéria no livro Memória Globo não é fiel à matéria, embora seus pequenos erros não comprometam o conteúdo e o entendimento geral.

²¹²Ibidem.

Para Lima²¹³, a omissão de cobertura, por parte da Rede *Globo* de Televisão, de qualquer evento relacionado com a campanha das *Diretas Já*, até duas semanas antes da votação da Emenda Dante de Oliveira, foi o fato central ocorrido no período, do ponto de vista da televisão. O registro do comício de São Paulo, em janeiro de 1983, conforme Lima, foi distorcido, porque foi apresentado como se fosse apenas mais um evento em comemoração ao aniversário da cidade de São Paulo. A matéria minimizou o ato político e maximizou a presença de artistas.

Bucci e Kell fizeram seis considerações sobre o enquadramento desse ato político em São Paulo: 1) O *Jornal Nacional* mentiu ao afirmar que o ato na Praça da Sé aconteceu para celebrar o aniversário de São Paulo; 2) O *Jornal Nacional* sonegou informação ao público ao não mencionar que o comício na cidade tinha origem e fazia parte de uma grande campanha nacional; 3) A reivindicação de eleições diretas surge na narração como um dado marginal em meio aos 30 anos da Catedral da Sé e dos 50 anos da Universidade de São Paulo (USP); 4) O tom dominante é de enfatizar o caráter festivo do encontro; 5) A sonora de Franco Montoro editada de trechos de seu discurso não se refere à bandeira das Diretas, mas sim a de conquistar a Presidência da República, deixando a impressão de que o comício teria esse objetivo; 6) O *Jornal Nacional* diluiu a razão do ato político e chegou a dizer que o ato público na Praça da Sé “não foi apenas uma manifestação política”.²¹⁴

Uma análise semelhante foi feita por Miguel²¹⁵. Para ele, a cobertura do *Jornal Nacional* despiu o comício de seu caráter político e o noticiou como se fosse apenas um espetáculo comemorativo do aniversário da cidade de São Paulo. A campanha, em sua análise, só apareceu na Rede *Globo* depois que a empresa passou a defender uma transição negociada para a democracia.

Armando Nogueira, diretor da Central *Globo* de Jornalismo em 1984, reconheceu que a Rede *Globo* minimizou o comício, embora classifique o movimento

²¹³LIMA, Venício A. *Globo e política: “tudo a ver”*. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (orgs). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

²¹³LIMA, Venício A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

²¹⁴BUCCI, Eugênio; Kell, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

²¹⁵MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004, p 91-105.

como uma “manifestação irresistível da consciência nacional”.²¹⁶ Ele avaliou esse momento como exemplo de submissão a que a televisão é exposta, como alvo de pressões do poder dominante. Nogueira relatou que a *Rede Globo* sofreu inúmeras pressões porque não convinha ao Palácio do Planalto a exposição de um movimento considerado arroubo patriótico e que ia exatamente contra o poder dominante. Nogueira afirma que as manifestações da sociedade criaram condições para que a *Rede Globo* pudesse se solidarizar com a opinião pública e sinalizar para o regime militar que eles estavam mais enfraquecidos do que pensavam.²¹⁷ Para ele, o extinto de sobrevivência da emissora não deixou que ela ficasse insensível ao movimento das *Diretas Já*.

A análise que Nogueira fez dos critérios utilizados pelo jornalismo da *Rede Globo*, à época, para definir o tipo de enquadramento que o movimento das *Diretas Já* receberia de seu jornalismo, é particularmente interessante. Ele revelou a suscetibilidade da emissora às pressões do poder político e os critérios não jornalísticos que foram decisivos na cobertura:

Qual é o vínculo de um jornalista como eu que trabalha em uma empresa como a *Rede Globo* que está pressionada: de um lado pela opinião pública, mas respeitável; de outro de um poder incontrastável do Estado. Você vai a um restaurante e é cobrado pelos amigos. Por que a *Rede Globo* minimizou o comício de São Paulo, na Praça da Sé? Por que a *Rede Globo* só na última hora acabou cobrindo o comício na Candelária? Porque na medida em que você põe os pratos na balança: de um lado você põe a sociedade e de outro você põe o Estado representado pelo governo militar. Na medida em que esse poder (sociedade) se fortalece ele ganha peso atômico, ele ganha consistência e esse aqui (regime militar) se enfraquece. E a televisão por ser um veículo que é, um pára-raios recolhendo energia de um lado e de outro, tem que se posicionar de acordo com as inclinações desse prato da balança.²¹⁸

O único relato de um fato concreto que diga respeito à pressão sofrida pela *Rede Globo*, durante esse período, foi o sobrevoo de um helicóptero do Exército sobre a sede da emissora, no Rio de Janeiro. O helicóptero se postou na altura da

²¹⁶MEMÓRIA GLOBO. Polêmicas Históricas. *Diretas Já*. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21751,00.html>> Acesso em: 7 jan. 2009.

²¹⁷Ibidem.

²¹⁸Ibidem.

janela da sala de Roberto Irineu Marinho, vice-presidente executivo, de acordo com seu próprio relato. Ele disse que “dentro do helicóptero estavam, além do piloto e do co-piloto, alguns militares fardados e uma metralhadora apontada para nós”.²¹⁹

Para o vice-presidente de operações da TV *Globo*, à época, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (Boni), a cobertura das *Diretas Já* não se deu de forma adequada, em decorrência das pressões políticas sofridas pela Rede *Globo* de Televisão. Essa pressão, para ele, estava diretamente vinculada à sua audiência.

Nesse momento a pressão foi intensa em cima do Dr. Roberto. E foi uma frustração para mim e para toda a equipe de jornalismo. Uma tristeza para o Armando (Armando Nogueira, diretor da Central *Globo* de Jornalismo) para a Alice (Alice Maria, diretora executiva da Rede *Globo*) não poder ter feito a cobertura de maneira adequada. Nós ficamos limitados enquanto as outras emissoras cobriam isso. Nós ficamos limitados pelo poder de audiência que a TV *Globo* tinha a cobrir aquilo como se fosse um show de cantores. Isso foi uma tristeza muito grande, mas eu entendo que naquele momento o Dr. Roberto não pode resistir a isso.²²⁰

O enquadramento da Rede *Globo* e do *Jornal Nacional*, contudo, mudou a partir do comício da Candelária (RJ), no dia 10 de abril, a 15 dias da votação da Emenda Dante de Oliveira. Vinte dias antes, no dia 21 de março, um outro comício, ocorrido no Rio de Janeiro, reuniu cerca de 300.000 pessoas, recebendo 40 segundos de uma nota coberta²²¹ no *Jornal Nacional*. No ato da Candelária, o *JN* fez matérias e entradas ao vivo que totalizaram, junto com a chamada dos apresentadores, 9 minutos e 12 segundos. A mudança no enquadramento do movimento pela TV *Globo* mereceu registro em outros veículos de comunicação:

Em apenas 71 dias, completados na terça-feira passada, a televisão brasileira passou por uma das maiores reviravoltas de sua história recente. No último dia 25 de janeiro, o *Jornal Nacional*, da Rede *Globo*, colocou no ar uma tímida reportagem de 45 segundos sobre o comício pelas diretas realizado naquele dia na Praça da Sé, em São Paulo – mesmo assim, no contexto das “festividades” que haviam sido realizadas em comemoração no aniversário de São Paulo. Na terça-feira, passada,

²¹⁹ *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 160.

²²⁰ MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas históricas. Diretas Já.** Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21751,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

²²¹ Nota coberta é uma nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens. Essa nota pode ser gravada ou ao vivo.

a mesma Rede *Globo*, gastou quase uma hora durante todo o dia, para cobrir o comício da Candelária, no Rio de Janeiro.²²²

Ao contrário do enquadramento regional anterior, a partir desse comício, as demais manifestações ganharam espaço nos telejornais nacionais da emissora. Antes, mesmo os comícios que eram realizados nas capitais dos Estados ganhavam espaço apenas nos telejornais locais. Os comícios de Goiânia (GO), no dia 12 de Janeiro e Porto Alegre (RS), um dia depois, que mobilizaram 300.000 e 200.000 pessoas respectivamente, ganharam chamadas na escalada do *Jornal Nacional* e matérias de 2 e 3 minutos, aproximadamente.

O depoimento de Wianey Pinheiro, chefe de redação, em 1984, sustenta a conclusão de que a mudança no enquadramento do movimento se deu no comício da Candelária. Ele disse que essa mudança foi uma vitória da família Marinho sobre ela própria.

Como foi bonito, como foi legal eu pegar o carro de noite para casa, naquele dia em que nós tivemos total liberdade de mostrar o comício na Candelária, no Rio de Janeiro. [...] Quando eu e o Fábio Perez, editor-chefe, do *JN* estávamos no *switcher*, botando o jornal no ar, já com a ordem de que poderíamos fazer uma grande cobertura do comício da Candelária, de repente eu vejo alguns vultos atrás da minha cabeça e era o João Roberto Marinho, o Boni, a direção inteira. Ou seja, aquela alegria que, eu tenho certeza, esses grandes comandantes desta empresa, a própria família Marinho, sentiram naquele momento, e alegria não só porque estava se quebrando ali uma grande amarra que prejudicou a empresa, estava se quebrando ali também um trauma deles mesmos.²²³

Os enquadramentos se mantiveram nos dias seguintes. A nove dias da votação da Emenda Dante de Oliveira, o *Jornal Nacional* fez matérias e entradas ao vivo, registrando o comício de São Paulo, em 10 minutos e 20 segundos da programação. O comício reuniu cerca de 1,5 milhão de pessoas.

Ao reconhecimento dos profissionais de jornalismo da TV *Globo* de que o enquadramento das *Diretas Já* era minimizado, frustrante ou com limitações editoriais,

²²²DIRETAS NO VÍDEO: as emissoras saem a campo na cobertura do comício do Rio de ganham prontos preciosos de audiência. *Veja*, São Paulo, n. 815, p. 92, 18 abr. 1984.

²²³MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas históricas. Diretas Já.** Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21751,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

acresce-se o fato de que o enquadramento de outras televisões e jornais era diverso do realizado pela emissora.

Conti²²⁴ constatou que o contraste entre os enquadramentos das emissoras resultou em manifestações de hostilidade aos profissionais da Rede *Globo* e de simpatia por outras como a TV Bandeirantes e TV Manchete.

Na tarde do comício, as redes *Bandeirantes* e *Manchete* deram *flashes* ao vivo da preparação da manifestação (acompanhei as duas na redação, antes de sair para a cobertura). Com emissoras de rádio, a mesma coisa (ouvi rádio no táxi, da 'Veja' até a Sé). Nos telejornais do horário nobre, a *Manchete* e a *Bandeirantes* dedicaram bem mais da metade do tempo ao comício (perguntei aos colegas, ao preparar a entrevista com o Osmar Santos). No dia seguinte, a 'Folha' dedicou a primeira página inteira ao assunto. O 'Estadão', 'O Globo' e o 'JB' deram a manchete principal ao assunto. No fim de semana, 'Veja' e 'Istoé' vieram com fotos de capa, praticamente idênticas, com a multidão na praça.²²⁵

De fato, ao se comparar o enquadramento do movimento das *Diretas Já* no *Jornal Nacional*, observam-se alterações significativas entre os encontrados nos comícios de São Paulo, em 25 de janeiro e em 16 de abril. O primeiro, ocupou 2 minutos e 20 segundos da cobertura e o segundo quatro vezes mais, 10 minutos e 20 segundos. Esse primeiro comício não teve chamada na escalada, nem chamada de bloco. A ênfase da matéria era para o aniversário de 430 anos da cidade de São Paulo, embora se noticiasse que milhares se reuniram para pedir eleições diretas para presidente. Não há menção à Emenda Dante de Oliveira ou à sua votação marcada para abril daquele mesmo ano. Os sujeitos da matéria, dez deles citados nominalmente, foram os artistas que estavam no palanque. Esse enquadramento foi reforçado pelo repórter, ao afirmar que não se tratava apenas de uma manifestação política, mas também artística.²²⁶

O último comício teve espaço na escalada, chamada de bloco, duas matérias e três entradas ao vivo e seu enquadramento foi o de um ato político importante. O *Jornal Nacional* de 16 de abril encerrou com a multidão cantando, ao vivo, o Hino Nacional. O povo e os políticos eram os sujeitos da mobilização.

²²⁴CONTI, Mário Sérgio. Carta a Ali Kamel. **No Mínimo**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp0710200393.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2008

²²⁵Ibidem.

²²⁶JORNAL NACIONAL: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 157.

Crianças, idosos, adultos, gente de outras partes do país, de outras nacionalidades, cujas sonoridades foram registradas pela matéria, deram ao comício um caráter de mobilização popular nacional. Os políticos que lideravam o movimento como Ulisses Guimarães (PMDB), Leonel Brizola (PDT), Franco Montoro (PMDB), Tancredo Neves (PMDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) foram enquadrados como personalidades que deram identidade política ao movimento.

O movimento pelas *Diretas Já* culminou na votação da emenda Dante de Oliveira, no dia 25 de abril de 1984. O Governo Federal decretou estado de sítio nas áreas do Distrito Federal e os Municípios de Formosa, Cristalina, Luziânia, Ipameri, Catalão, Goiânia, Anápolis, Itumbiara, Pires do Rio e Jataí, do Estado de Goiás.²²⁷ Todas as gravações de imagens e transmissões de rádio deveriam, com o Decreto, ser examinadas pelo Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel). A sessão, presidida pelo senador Moacyr Dalla (PDS), se estendeu por mais de 18 horas. A proposta que previa eleições presidenciais em 1985 foi rejeitada na madrugada de 26 de abril, pela Câmara dos Deputados, embora tivesse recebido a maioria de votos a seu favor, totalizando 298 a 65 votos. 113 deputados não compareceram à sessão. Faltaram 22 votos para que o *quorum* de dois terços, exigido para alterações da Constituição, fosse atingido.²²⁸

²²⁷BRASIL. Decreto nº 89.566, de 19 de abril de 1984: dispõe sobre o estabelecimento de Medidas de Emergência na área do Distrito Federal e nos municípios que indica do Estado de Goiás e dá outras providências. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/legislacao/legin.html/textos/visualizarTexto.html?ideNorma=439992&seqTexto=1&PalavrasDestaque=>>>. Acesso em: 21 jan. 2009.

²²⁸UM SONHO ADIADO. **Veja**, São Paulo, 2 de maio de 1984, n. 817, p. 26-31.

ROSSI, Clovis. Use preto pelo Congresso Nacional: a nação frustrada! Apesar da maioria de 298 votos, faltaram 22 para aprovar *Diretas*. **Folha de São Paulo**, 26 abr. 1984. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_26abr1984.htm>. Acesso em: 10 nov. 2008.

2.3 O *Jornal Nacional* em 1989: as Eleições Presidenciais

A derrota da Emenda Dante de Oliveira prorrogou por mais quatro anos a possibilidade do cidadão brasileiro eleger o presidente de seu país. A primeira eleição, com voto direto, só ocorreu em 1989, 29 anos após a última eleição. O candidato Tancredo de Almeida Neves (PMDB), mineiro, 74 anos, foi eleito, em 15 de janeiro de 1985, por um colégio eleitoral composto por deputados, senadores e delegados das assembleias legislativas estaduais. O candidato do PMDB venceu as eleições por 480 votos (69% do colégio) contra 180 (26%) de Paulo Salim Maluf (PDS). Nove delegados não compareceram para votar e 17 se abstiveram.²²⁹ Tancredo nunca chegou a ocupar o cargo, pois foi acometido de uma doença grave e morreu no dia 21 de abril de 1985²³⁰. O presidente eleito ainda estava enfermo quando, em seu lugar, assumiu o vice-presidente José Sarney (PMDB), em 15 de março de 1985.²³¹

Com a derrota da emenda das *Diretas Já*, a primeira eleição geral direta no Brasil só ocorreu em 1989. A disputa eleitoral de 1989 contou com a participação de 22 candidatos: 1) Fernando Collor do PRN (PST-PSL); 2) Luiz Inácio Lula da Silva do PT (PSB-PCdoB); 3) Leonel Brizola do PDT; 4) Mário Covas do PSDB; 5) Paulo Maluf do PDS; 6) Guilherme Afif do PL (PDC); 7) Ulysses Guimarães do PMDB; 8) Roberto Freire do PCB; 9) Aureliano Chaves do PFL; 10) Ronaldo Caiado do PSD (PDN); 11) Affonso Camargo (PTB); 12) Enéas Carneiro (PRONA); 13) Marronzinho (PSP); 14) Paulo Gontijo (PP); 15) Zamir (PCN); 16) Lívia Maria (PN); 17) Eudes Mattar (PLP); 18) Fernando Gabeira (PV); 19) Celso Brandt (PMN); 20) Antônio Pedreira (PPB); 21) Manoel Horta (PDC do B); e 22) Armando Corrêa (PMB).²³²

²²⁹ROSSI, Clovis. Acabou o ciclo autoritário; Tancredo é o 1º presidente civil e de oposição desde 64. **Folha de São Paulo**, 26 abr. 1984. Disponível em: http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_16jan1985.htm. Acesso em: 10 nov. 2008.

²³⁰BRITO, Antonio; CUNHA, Luiz Cláudio. **Assim morreu Tancredo**. Porto alegre: L&PM, 1985.

²³¹JOSÉ SARNEY DÁ O SEU MAIOR SALTO. **Veja**, São Paulo, n. 863, p. 44-45, 20 mar. 1985.

Nove meses antes de tomar posse como presidente da República, o senador José Sarney era presidente do Partido Democrático Social (PDS) que dava sustentação ao regime militar. Pouco depois se filiou ao PMDB e foi escolhido para compor a chapa com Tancredo Neves, em uma convenção do partido em agosto, que disputaria a última eleição indireta para presidente em 1985.

²³²NICOLAU, Jairo. **Presidente da República: Eleições de 1989: votação total por Candidato/Partido 1º Turno**. Disponível em: http://jaironicolau.iuperj.br/jairo2006/port/cap1/votos/Cap1_1989.htm. Acesso em: 21 fev. 2009.

As eleições, contudo, ocorreram com 21 candidatos porque Armando Corrêa, filiado ao Partido Municipalista Brasileiro (PMB), renunciou à sua candidatura em favor de Senhor Abravanel, o Sílvio Santos, dono do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a uma semana da eleição. No dia 15 de novembro, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) declarou o partido ilegal e Sílvio Santos deixou a disputa.²³³ e²³⁴

O contexto em que as eleições de 15 de novembro de 1989 transcorreram era bem diverso daquele de 1960, quando foi realizada a última eleição livre para presidente, entre Jânio Quadros (PRP), marechal Henrique Lott (PSD) e Ademar de Barros (PSP)²³⁵, como bem observam Rubim e Colling.²³⁶ Em 1960, a maioria da população se encontrava nas áreas rurais, apenas 30% vivia nas cidades. Rio de Janeiro e São Paulo, juntas, contabilizavam 100 mil aparelhos de televisão e cerca de 20% dos brasileiros, ou 15 milhões de pessoas, estavam excluídos do processo eleitoral por serem analfabetos, soldados ou jovens entre 16 e 18 anos. Nessa eleição, em que não existia o Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita (HPGE), 12.586.354 milhões de pessoas votaram, cerca de um quinto do total.²³⁷

Quase trinta anos depois, a população brasileira se tornou majoritariamente urbana (67%), situação inversa a 1960. No país, já existiam 235 emissoras de televisão e 25 milhões de telespectadores. As cinco redes nacionais juntas tinham o potencial de atingir 94% da população. Nas eleições de 1989, 82.056.226 milhões de eleitores, ou 60% da população, foram às urnas e 88,1% dos eleitores aptos compareceram para votar.²³⁸ Pesquisas realizadas nacionalmente em 1989 e 1990

²³³UMA CONFUSÃO CHAMADA SILVIO SANTOS: o dono do SBT anuncia sua candidatura à presidência e vira a sucessão de cabeça para baixo. **Veja**, São Paulo, n. 1.104, p. 34-41, 8 nov. 1989.

²³⁴TEIXEIRA, Ariosto; CUNHA, Luiz Cláudio. Procurador pede a impugnação de Sílvio Santos. **O Estado de S. Paulo**, capa, 8 nov. 1989.

²³⁵NICOLAU, Jairo. **Votos obtidos pelos candidatos: 1960**. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/4762/presidente_e_vice/votos-presidente/1960_.htm>. Acesso em: 24 fev. 2009.

²³⁶RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

²³⁷NICOLAU, Jairo. **Presidente da República: Eleições de 1960**. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/4762/presidente_e_vice/brancos-presidente/1960.htm>. Acesso em: 24 fev. 2009.

²³⁸NICOLAU, Jairo. **Presidente da República: Eleições de 1989; Comparecimento, Abstenção, Votos em Branco, Votos Nulos e Votos nos Candidatos; 1º Turno (%)**. Disponível em:

revelaram que entre 86% e 89% dos entrevistados, respectivamente, declararam tomar conhecimento dos acontecimentos políticos por meio da televisão.²³⁹

Um inédito contexto histórico revestia as circunstâncias da primeira eleição pós-ditadura. Lima²⁴⁰ também ressalta aspectos desse novo contexto: 1) foi a primeira eleição isolada de qualquer outra disputa eleitoral, majoritária ou proporcional; 2) a primeira que permitiu o voto de analfabetos e dos jovens entre 16 e 18 anos; 3) a primeira que se realizou em dois turnos e, finalmente:

4) a primeira que se dá em um país integrado por uma moderna indústria cultural, na qual se destaca a televisão e o virtual monopólio da *Globo*, detentora de uma média nacional de participação na audiência que oscila entre 60% e 84%, em qualquer dia da semana e em qualquer horário.²⁴¹

Esse pleito, devido ao seu caráter nacional e inovador, foi tomado para Rubim e Colling²⁴² como episódio cultural inaugurador das novas configurações da política e das eleições no país, um demarcador de fronteiras. A existência do Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita (HPGE), a realização de debates eleitorais, os comícios, as passeatas, as caravanas, as carreatas e o contato direto com os eleitores aconteceram em uma nova e complexa interação entre rua e tela.

As campanhas também sofreram alterações significativas. Em 1960, a campanha se deu no contato direto dos candidatos com os eleitores, apesar das dificuldades decorrentes do tamanho do País. Os comícios, caravanas, visitas, passeatas marcaram as ruas, praças, auditórios e parlamentos como o espaço central da disputa. À mídia de então – jornal e rádio – realizava a cobertura jornalística da campanha que acontecia nos espaços geográficos.²⁴³

<http://jaironicolau.iuperj.br/jairo2006/port/cap1/brancos/Cap1_1989p.htm> Acesso em: 24 fev. 2009.

²³⁹MOISÉS, José Álvaro. Democratização e cultura política de massa no Brasil. **Lua Nova**, número 26, 1992.

²⁴⁰LIMA, V. A. Televisão e Política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. *In: Comunicação e política*, São Paulo, p. 29-55, abr./jun. 1990.

²⁴¹Ibidem, p. 30.

²⁴²RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. *In: CORREIA, João Carlos (Org). Comunicação e política*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

²⁴³Ibidem.

Em 1989, a televisão se tornou a nova praça pública, associada à novidade do HPGE, às sondagens, ao marketing e aos debates eleitorais. Destaque-se que o HPGE atingia médias de audiência semelhantes às de telenovelas. O índice, medido pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) revelou que 40,6 milhões de pessoas acompanhavam a novela *Tieta*, da RGTV, e 35,1 milhões assistiam o HPGE na semana de sua estréia, em meados do mês de setembro.²⁴⁴

A tela da TV não apenas amplificou os fatos políticos da rua, como também passou a ser um espaço social de produção de fatos político-eleitorais. Essa tensa conexão colocou a política e mídia em uma continuada disputa de poderes e predominâncias. A incidência da mídia na eleição de 1989 pode ser entendida em dois níveis diferenciados: 1) pela constituição de novas condições e circunstâncias nas quais ocorreu o embate eleitoral; e 2) pela sua ação como ator político, de ampliada potência, que publiciza e silencia fatos da disputa eleitoral²⁴⁵:

Não só a tela ganhou a centralidade na campanha em relação à rua, como também passou a ser um espaço social (ainda que eletrônico) de produção de fatos político-eleitorais essenciais para a campanha, muitos deles sem qualquer dependência frente aos acontecimentos da rua. As interações entre a tela e rua se tornaram complexas, com muitas possibilidades de enlace. As campanhas e as eleições tinham sofrido uma vigorosa mudança, assim como ocorrera com o país.²⁴⁶

Fausto Neto²⁴⁷ também considera a eleição de 89 em um contexto de negociações complexas entre os diferentes campos. Além do político e midiático, identificado por Rubim e Colling²⁴⁸, ele examina também o campo financeiro. A primeira eleição presidencial após o ciclo autoritário se fez em torno de processos e produtos da mídia. Graças ao trabalho enunciativo da televisão, a política, no Brasil,

²⁴⁴PODERES REDUZIDOS: a campanha comprova que a eleição não faz a cabeça do eleitor, enquanto a imprensa se dedica a apontar os erros dos candidatos. **Veja**, São Paulo, n. 1105, p. 74-76, 15 nov. 1989.

²⁴⁵Ibidem, p. 21.

²⁴⁶RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação, p. 21.

²⁴⁷FAUSTO NETO, Antônio. Inclusões e apagamentos. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente: televisão é política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

²⁴⁸RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. **Op. Cit.**, 2005.

deixou de ser um *ofício de representação* para se converter em um *ofício de expressão* de atores e gêneros midiáticos.

Essa nova realidade midiática, no Brasil, alterou também o fazer político que pela primeira vez ocorria nesse tipo de ambiente em nível nacional. Para Rubim e Colling²⁴⁹ da direita à esquerda, um novo padrão midiático da política se estabeleceu em 1989. O candidato Collor de Melo (PRN) introduziu o marketing de imagem pública e sondagens de opinião que persistiram em eleições seguintes. O candidato Lula (PT) criou a Rede Povo, uma paródia crítica da Rede *Globo*, um símbolo da superação da ditadura.

Para esses autores, a mídia afetou momentos distintos do pleito de 1989. Ela permitiu que os dois candidatos, Lula e Collor, sem grandes estruturas partidárias, chegassem ao segundo turno. E, nessa fase final da disputa, atuou como ator político, intervindo no campo da política em um momento em que os candidatos competiam de forma acirrada.

Os estudos, que se detiveram sobre esse período, ressaltam o contexto como um importante elemento de análise, além da própria centralidade da mídia televisiva no processo político. A disputa sobre os enquadramentos também é objeto de análise. Nas eleições de 1982, foi o enquadramento “corrida-de-cavalos” que predominou na cobertura e o resultado da disputa entre os candidatos era o ponto de disputa desses enquadramentos. Nas eleições de 1989, contudo, o enquadramento dos candidatos e não mais do resultado das eleições foi uma das questões centrais dos estudos realizados sobre o período.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha, nos últimos 15 dias de junho de 1989, revelou dados sobre a cobertura do *Jornal Nacional*. No levantamento das médias semanais, entre 28 de agosto e 29 de outubro, o tempo dos candidatos no noticiário político do *Jornal Nacional* era desproporcional: Collor com 21,5%, tinha o mesmo tempo que Brizola e Lula juntos. Brizola tinha 13,5%; Ulisses, 12%; Covas, 11,5%; Maluf, 10,5%; Lula 9%, mesma porcentagem de Aureliano, outros candidatos,

²⁴⁹RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação, p. 27.

8%; e Afif, 5%.²⁵⁰ Na cobertura das eleições, Collor ocupou 16% do tempo, contra 7% de Brizola e 6% de Lula.

Outra pesquisa que analisou um período maior, de 17 de agosto a 14 de novembro, confirmou a predominância do candidato do PRN sobre os demais: Collor ocupou 17,5% do espaço dedicado às eleições no *Jornal Nacional*, contra 12,22 % de Brizola e 10,53% de Lula. No período entre 16 de novembro e 16 de dezembro, Collor teve 54,4 % do noticiário contra 45,6% de Lula.²⁵¹

Lima²⁵² analisou a cobertura política do *Jornal Nacional*, utilizando o conceito Cenário de Representação Política (CR-P), desenvolvido por ele. Para o pesquisador, a maior presença de Collor era uma forma de adequar sua imagem às características do candidato ideal construídas no cenário político: jovem, moderno, cosmopolita, dinâmico e *caçador de marajás* – funcionários públicos com altos salários.

A construção do cenário político no telejornalismo da TV *Globo* teve pelo menos duas vertentes principais: a) a cobertura favorável a Collor, comparativamente desproporcional, em termos de espaço, em relação aos demais candidatos; e b) a divulgação das projeções sobre os prováveis adversários no segundo turno e a divulgação (ou não divulgação) dos resultados quinzenais/semanais das pesquisas de intenção de voto.²⁵³

Miguel²⁵⁴ avaliou que a investida inicial da mídia tornou o candidato Collor uma alternativa atraente para uma parcela diversificada da população brasileira, dos pobres aos ricos. A ascensão dele ao plano da política nacional se deu principalmente à atuação da mídia que moldou sua cobertura aos conteúdos simbólicos que o candidato desejava, com ar jovem e moderno, consagrando-o como *caçador de marajás*, enquanto foi governador de Alagoas, prometendo fazer o mesmo com o país.

²⁵⁰PODERES REDUZIDOS: a campanha comprova que a eleição não faz a cabeça do eleitor, enquanto a imprensa se dedica a apontar os erros dos candidatos. **Veja**, São Paulo, n. 1105, p. 74-76, 15 nov. 1989.

²⁵¹LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In: **Comunicação e Política**, São Paulo, v. 9, n. 11, p. 29-55, abr./jun. 1990.

²⁵²Ibidem.

²⁵³Ibidem.

²⁵⁴MIGUEL, Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil**. Brasília: Editora Plano, 2002.

Nessa época, a RGTV tinha uma média nacional de participação na audiência que oscilava entre 60% e 84%. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 73% dos domicílios do país possuíam pelo menos um aparelho de televisão e as quatro redes nacionais – *Globo*, SBT, Bandeirantes e Manchete – cobriam, em abril de 1989, respectivamente 99,93%, 89%, 87,98% e 70% desses domicílios.²⁵⁵

Assim como nas eleições de 1982, que elegeu governadores, senadores, deputados federais e estaduais, prefeitos e vereadores, a Rede *Globo* preparou um sistema próprio de contagem de votos. O trabalho envolveu cerca de 10 mil pessoas. Ao contrário daquele ano, contudo, a RGTV apresentou totalizações parciais e projeções de vitoriosos apenas com quantidades proporcionais de votos das capitais e do interior, a fim de evitar distorções – propositais ou ocasionais - ocorridas nas eleições de 1982.²⁵⁶ Mas não foram os resultados parciais das eleições que, dessa vez, iriam marcar a cobertura eleitoral da emissora, especialmente, no *Jornal Nacional*.

O debate entre os candidatos Lula e Collor, no segundo turno das eleições é apontado por pesquisadores²⁵⁷ como o ponto-chave da relação interessada do campo da mídia sobre o campo da política nesse período. Isso porque as pesquisas de intenção de voto aferiram empate técnico entre Collor e Lula e o debate, realizado a três dias das eleições, foi considerado o momento decisivo da campanha presidencial.

Uma pesquisa de intenção de votos, realizada pelo Instituto Datafolha (1989), a 13 dias da eleição mostrava uma diferença de oito pontos entre Collor e

²⁵⁵REVISTA IMPRENSA *apud* LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In: **Comunicação e política**. São Paulo, p. 29-55, abr./jun. 1990.

²⁵⁶JORNAL NACIONAL: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 206.

²⁵⁷MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004, p 91-105.

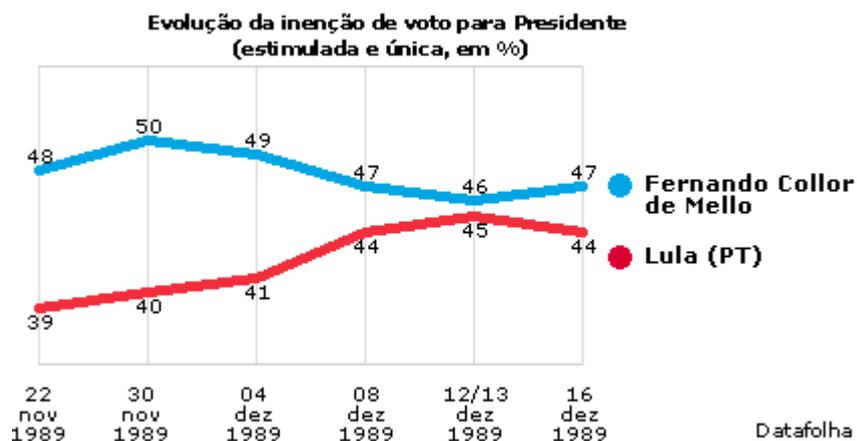
LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In: **Comunicação e Política**. São Paulo, p. 29-55, abr./jun. 1990.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e Política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

FAUSTO NETO, Antônio. Inclusões e apagamentos. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente: televisão é política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

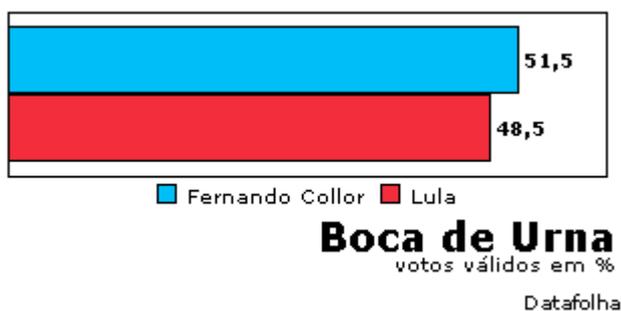
Lula. Essa vantagem caiu para um ponto, entre os dias 12 e 13 de dezembro, um empate técnico entre os candidatos, já que a margem de erro da pesquisa era de dois pontos percentuais para mais ou para menos. Essa diferença cresceu no dia anterior à eleição e na pesquisa de boca de urna, ultrapassando a margem de erro.²⁵⁸

Figura 2 – Evolução da Isenção de Voto para Presidente (1989)



Fonte: Datafolha (1989).

Figura 3 – Boca de Urna: votos válidos em % (1989)



Fonte: Datafolha (1989).

O último debate entre os candidatos Lula e Collor foi realizado no dia 14 de dezembro por um *pool* das quatro maiores emissoras de televisão do Brasil: *Globo*, *Bandeirantes*, *Manchete* e *SBT*. No primeiro turno, a *RGTV* não realizou debates e o candidato Collor também não participou de debates promovidos por outras

²⁵⁸INSTITUTO DATAFOLHA. **Evolução da intenção de voto para presidente**. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=101>. Acesso em: 1 jan, 2009.

emissoras.²⁵⁹ A TV Bandeirantes realizou cinco debates entre os principais candidatos: Lula, Ulysses Guimarães, Ronaldo Caiado, Aureliano Chaves, Fernando Collor, Leonel Brizola, Paulo Maluf, Afif Domingues, Roberto Freire e Afonso Camargo. O último debate aconteceu no dia 5 de dezembro, uma semana antes do primeiro turno.²⁶⁰

No último debate do segundo turno, quatro mediadores se revezaram em cada bloco – Alexandre Garcia (*Globo*), Boris Casoy (SBT), Marília Gabriela (Bandeirantes) e Eliakim Araújo (Manchete). Os jornalistas Joelmir Betting (*Globo*), Luís Fernando Imediato (SBT), Fernando Mitre (Bandeirantes), Villas-boas Corrêa (Manchete) foram os responsáveis pelas perguntas dos três primeiros blocos. O quarto e último bloco foi dedicado a perguntas entre os próprios candidatos. A audiência desse debate atingiu 66 pontos, o que equivale dizer que 66% dos domicílios pesquisados estavam sintonizados no debate.²⁶¹

No dia seguinte, duas edições diferentes do debate foram apresentadas na RGTV, a primeira no *Jornal Hoje*, que foi ao ar próximo das 13h, e outra no *Jornal Nacional*, por volta das 20h²⁶². As duas edições são diferentes pelo tempo, estrutura e conteúdo dos compactos.²⁶³ A edição do debate, apresentada no *Jornal Hoje*, foi executada pelo editor regional de São Paulo, Wianey Pinheiro. Não há consenso, nos depoimentos dos profissionais que trabalhavam no jornalismo da RGTV, sobre a responsabilidade direta pela edição do debate do *Jornal Nacional*.

Armando Nogueira, então diretor da Central *Globo* de Jornalismo (CGJ), afirmou que o episódio foi um caso típico de deslealdade, de traição profissional e

²⁵⁹Trecho da nota divulgada pela Rede Globo no dia 30 de novembro de 1989: “o debate não chegou a ser proveitoso para ninguém, pois o encontro não conseguiu passar de um bate-boca entre os candidatos, alguns dos quais chegaram à troca de insultos”. PODERES REDUZIDOS: a campanha comprova que a eleição não faz a cabeça do eleitor, enquanto a imprensa se dedica a apontar os erros dos candidatos. **Veja**, São Paulo, n. 1.105, p. 74-76, nov. 1989..

²⁶⁰REDE BANDEIRANTES DE TELEVISÃO. **Band**: sinônimo de tradição em debates políticos. Disponível em: <<http://www.band.com.br/grupo/jornalismo.asp>>. Acesso em: 5 jan. 2008.

²⁶¹Um ponto de audiência corresponde a 1% do universo de pessoas ou domicílios que estavam sintonizados em um canal ou assistindo a um programa específico. Dessa maneira, temos que diferenciar dois tipos de audiência: a individual e a domiciliar. IBOPE. **Um ponto de audiência equivale a quantos telespectadores?** Disponível em <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortallBOPE&pub=T&db=cald&comp=duvidas_frequentes_leitura&nivel=D%C3%BAvidas%20Freq%C3%BCentes%5CTV%20Aberta&docid=E651DCBF758BBEA183256EB60069C181#topo> Acesso em: 6 dez. 2008.

²⁶²Vide Anexo 1 desta dissertação.

funcional do diretor de telejornais de rede, Alberico de Souza Cruz, e do editor de política, Ronald de Carvalho. Ele disse que a edição apresentada no *Jornal Hoje (JH)* foi deformada, à sua revelia, por Cruz e Carvalho. Nogueira afirma que repassou a orientação de repetir a edição do *JH* porque o próprio João Roberto Marinho tinha aprovado o compacto.

Armando Nogueira revelou:

Eu tive uma conversa com o Dr. Roberto que eu lastimei que a gente tivesse dado aos nossos detratores elementos para nos condenar, quando na realidade a gente não precisava fazer nada daquilo. [...] Foi a má-fé do Alberico, que servia não à empresa, mas servia ao Collor, à *entourage* do Collor. Aquilo foi um desserviço à Rede *Globo*. Foi um caso típico de deslealdade profissional desse rapaz, que era uma pessoa de minha confiança e que nega até hoje e vai continuar negando até o juízo final. Mas eu, no juízo final continuarei a responsabilizá-lo por isso.²⁶⁴

Alice-Maria, diretora executiva da CGJ, conta que estava na sala de Nogueira, quando ele recebeu um telefonema de Cruz que sugeria refazer a edição e exibir um compacto maior no *Jornal Nacional*. O diretor da CGJ teria aceitado a sugestão com a condição de que o debate deveria ser igualmente isento como o do *JH*, conforme explicou a própria Alice-Maria:

Eu estava na sala do Armando, quando o *Jornal Nacional* foi ao ar. Ao ver a edição do debate, levei um susto. A matéria do *JN* não tinha nada a ver com a do Hoje. O Alberico ignorara a orientação que recebera. Na verdade, ele tinha traído a confiança do Armando e alterado completamente a edição. Na época, muita gente disse que a matéria do *JN* mudou o resultado da eleição no Brasil. Eu não acredito. Mas aquela matéria, certamente mudou a história do telejornalismo da *Globo*.²⁶⁵

O diretor de telejornais de rede, Alberico de Souza Cruz, contou uma versão diferente de Alice-Maria e de Armando Nogueira. Ele afirmou que, em nenhum momento, recebeu ou deu qualquer orientação sobre o debate que iria ao ar naquela noite. Cruz relatou que o editor de política, Ronald de Carvalho, telefonou-lhe informando que Alice-Maria passara instruções de modificação da edição do *JH*. O

²⁶³A partir das eleições de 2002 a RGTV decidiu não mais apresentar compactos dos debates. Nas eleições de 1994 e 1998 a emissora não promoveu debates.

²⁶⁴*JORNAL NACIONAL: a notícia faz história*. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 215.

²⁶⁵*Ibidem*, p. 216.

argumento da diretora executiva era de que a família Marinho teria avaliado que a edição fora manipulada em favor de Lula, portanto deveria ser modificada. Cruz teria dito a Ronald que ele se entendesse com Alice-Maria e que não se envolveria com a edição porque estava cuidando dos números que iam ao ar.

Eu vi a edição no ar. A edição refletiu o que tinha acontecido durante do debate. Ele é prejudicial ao Lula do ponto de vista de notícia? É, porque o Lula foi muito mal no debate. Então, qualquer edição séria teria feito o que o Ronald fez. Eu concordo plenamente com aquela edição. Só digo uma coisa: eu não tenho nenhuma responsabilidade sobre ela. Mas nenhuma. Eu não fui à redação. Eu não estive na ilha. [...].²⁶⁶

O editor de Política, Ronald de Carvalho, por sua vez, assume toda a responsabilidade pela edição do debate. Ele confirmou a versão de Cruz em relação ao telefonema de Alice-Maria que teria achado a edição “pasteurizada”, diferente do que tinha acontecido no debate e, por isso, recomendava uma nova edição. Carvalho afirma que dispensou o editor Otávio Tostes e, ele próprio, teria feito a edição.

Portanto, toda a responsabilidade pela edição é minha. Eu não recebi instrução de ninguém de como fazer. É bom que fique claro. Ninguém da família Marinho, Armando Nogueira, Alice-Maria, ninguém me disse o que fazer. [...] O Alberico Sousa Cruz foi para a emissora de São Paulo acompanhar o debate e lá ficou. Ele não estava aqui no dia em que foi feito o compacto. [...] Eu, desde o primeiro momento, sempre tenho dito e repito, o único responsável pela edição do debate fui eu. Não recebi instruções de ninguém.²⁶⁷

O editor de texto do *JN*, Otávio Tostes, entretanto, apresentou uma versão que contradiz Cruz e Carvalho. Ao contrário das instruções por ele recebidas do editor regional de São Paulo, Wianey Pinheiro, de repetir a edição da tarde no *JN*, Ronald de Carvalho teria entrado na ilha de edição número 10 e dito textualmente:

É para fazer uma edição com o pior do Lula e o melhor do Collor. Põe aquele negócio da sub-raça (que um deslize do Lula querendo dizer como a miséria criava pessoas que eram uma sub-raça no NE, ele falou de uma maneira, ele estava nervoso, e isso ficou parecendo que ele tinha um preconceito contra essa sub-raça o que era absolutamente impensável porque ele era um representante dessa sub-raça na condição de nordestino pobre). [...]E quando a matéria foi ao ar, não sei se expressando uma reação minha, ou um clima da redação eu disse

²⁶⁶Alberico de Souza Cruz *apud* *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 215.

²⁶⁷*Ibidem*, p. 217.

textualmente: isso não é jornalismo, esse é o serviço mais sórdido que eu fiz na minha vida. Em resumo [...] uma pessoa que tinha uma trajetória completamente oposta àquilo se viu na condição de fazer uma edição desequilibrada. Aquilo é uma peça antológica de mau jornalismo. Acho que revolvendo o passado, acho que é mostrar coisas que não devem ser feitas nunca mais. Essa é uma delas.²⁶⁸

O editor de imagens do *JN*, Francisco Tambasco, confirma a versão de Tostes e desmente Carvalho. Ele contou que a edição foi realizada por ele e Tostes. Carvalho apenas supervisionou o trabalho, recolhendo as fitas e levando-as para a direção. Segundo Tambasco, não foram apenas alterações de tempo, o contexto da entrevista também sofreu alterações significativas.

Na ilha ficávamos eu, o Octávio Tostes e ele [Carvalho], na retaguarda, olhando e acompanhando tudo. Eram mudanças rápidas: tira daqui, põe ali. A gente tinha que fazer rápido porque estava em cima da hora do jornal. Ronald ficava esperando para levar o novo material para a direção ver e o Octávio falou: 'Pô cara, está ficando desequilibrado o debate!' e ele respondeu: 'mas não sou eu que estou fazendo isso.' Eu me lembro como se fosse ontem o Ronald falando 'isso não sou eu quem decide. 'Ele até riu: 'Eu estou levando lá para cima e eles estão pedindo para fazer cortes.' Eu fiquei até surpreso porque eu li uma matéria há pouco tempo em que o Ronald assumiu toda a edição do debate. E não foi isso. É mentira. Ao contrário, na época ele negou totalmente e responsabilidade. Ele falou: 'não sou eu e riu: 'São eles lá em cima. Eu só estou levando. 'Eu me recordo que quando o Ronald vinha com um novo corte, já era beneficiando o Collor.²⁶⁹

João Roberto Marinho disse que, tão logo viu no ar a edição do *Jornal Nacional*, achou-a melhor do que a do *Jornal Hoje*. A edição teria refletido o debate, que teve um vencedor. Para ele, a edição do *JH* teve uma preocupação excessiva de equilibrar o que não teve equilíbrio e, portanto, teria fugido do que aconteceu. Com o distanciamento do tempo, ele fez uma avaliação diferente dos fatos, mas admitiu falhas.

Eu acredito que as duas edições estavam erradas: uma exagerou pra um lado e outra ficou aquém para o outro. De qualquer forma, eu debito os dois erros à inexperiência de todos nós na época. É preciso ter

²⁶⁸MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas Históricas. Debate Lula X Collor (1989)**. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21752,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

²⁶⁹*JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 221.

sempre em mente que aquela era a primeira eleição para presidente na era da televisão de massa.²⁷⁰

Os relatos não são conclusivos, mas demonstram uma disputa interna vigorosa pelo enquadramento do debate que iria ao ar no *Jornal Nacional* do dia 15, que atingiu sozinho 61 pontos de audiência, medidos pelo Ibope. Esse é um aspecto para o qual Entman²⁷¹ chama a atenção: a importância dos enquadramentos na comunicação política que podem salientar e obscurecer determinados aspectos da realidade. Os políticos a procura de apoio são obrigados a competir uns com os outros e com os jornalistas pelos enquadramentos noticiosos. No caso da edição do debate entre Lula e Collor exibido no *Jornal Nacional*, embora a responsabilidade pelo compacto que foi ao ar não seja clara, houve uma opção de enquadramento que valorizou um candidato em detrimento do outro.

Para Miguel²⁷² foi o apoio da mídia que viabilizou o aparecimento de Collor como alternativa dentro do campo conservador. O episódio mais marcante foi a edição do último debate antes da votação.

Quem viu a edição do *Jornal Nacional* teve diante de si um Collor seguro, triunfante, enfrentando um Lula balbuciante e desorientado; além disso, a edição concedeu ao candidato do PT apenas 2 minutos e 22 segundos, contra 3 minutos e 34 segundos de seu adversário. Ou seja, a Rede *Globo* apresentou a seus espectadores uma junção dos melhores momentos de um candidato com os piores do outro.²⁷³

Rubim e Colling²⁷⁴ trabalham com a idéia de manipulação em favor de Collor, no caso da edição do *Jornal Nacional*. Esse é um dado que indica uma atuação significativa e o caráter determinante da mídia naquele evento eleitoral que atuou sobre o campo da política interferindo sobre ele de maneira ativa.

²⁷⁰ *JORNAL NACIONAL: a notícia faz história*. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 213.

²⁷¹ ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*, n. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

²⁷² MIGUEL, Luis Felipe. *Política e mídia no Brasil*. Brasília. Editora Plano, 2002, p. 42.

²⁷³ *Ibidem*, p. 42.

²⁷⁴ RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. *In: CORREIA, João Carlos (Org). Comunicação e Política*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

2.4 O *Jornal Nacional* em 1994: as Eleições Presidenciais

O primeiro presidente eleito pelo voto direto depois de 29 anos de ditadura, Fernando Collor de Melo, tomou posse no dia 15 de março de 1990. Um mês depois, mudanças substanciais também ocorreram na Central *Globo* de Jornalismo (CGJ). Os diretores Armando Nogueira e Alice-Maria deixaram seus cargos, depois de 24 anos à frente do *Jornal Nacional*. Alberico de Souza Cruz, que em 1989 era diretor de telejornais de rede, assumiu o comando da CGJ no lugar de Armando Nogueira. O editor de política, Ronald de Carvalho, tornou-se diretor editorial.²⁷⁵

Depois de governar no Brasil por 930 dias, Collor de Melo, sofreu *impeachment* por 441 votos a favor, 38 contra e uma abstenção; 23 deputados não compareceram à votação. As denúncias de corrupção na gestão Collor, que o levaram ao afastamento do cargo de Presidente da República, foram feitas pelo seu irmão, Pedro Collor de Melo, em 24 de maio de 1992. Uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) foi instalada para investigar as denúncias de atividades ilegais do tesoureiro da campanha de Collor, Paulo César Farias. Após 84 dias de investigação, a CPI concluiu que a conduta de Collor era incompatível com a dignidade do cargo e ele foi afastado. O vice-presidente, Itamar Franco (sem partido), assumiu a presidência interinamente no dia 2 de outubro de 1992, e definitivamente em 29 de dezembro do mesmo ano, um dia depois de Collor de Melo renunciar ao cargo.²⁷⁶

Mauro Porto estudou o *Jornal Nacional*, durante o *impeachment* de Collor, tentando verificar como a cobertura do telejornal influenciou a decisão da eleição municipal de São Paulo, em 1992. Ele trabalhou com o conceito de Cenário de Representação Política (CR-P) desenvolvido anteriormente por Lima²⁷⁷:

²⁷⁵As implicações editoriais dessas mudanças serão analisadas no próximo tópico desse capítulo.

²⁷⁶O empresário Paulo César Cavalcante Farias, 50, foi morto na madrugada de ontem na sua casa de praia em Guaxuma, Maceió. Ao lado do corpo dele estava o de sua namorada, Suzana Marcolino da Silva, 28. Os dois morreram com tiros no peito. A polícia trabalhou com a hipótese de crime passional: Suzana teria atirado em PC e se suicidado. Tesoureiro da campanha de Fernando Collor, PC foi condenado por falsidade ideológica e estava em liberdade condicional. Investigações sobre esquema de corrupção montado pelo empresário levaram ao impeachment em 92. PC deporia sexta no Supremo. In: FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, 24 jun. 1996. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_24jun1996.htm>. Acesso em: 2 jan. 2009.

O CR-P, construído em processos de longo prazo, nos e pelos mídia – especialmente na e pela televisão – é o cenário/espço específico de representação da política. Essa estrutura simbólica, contraditória e dinâmica, não prescreve os conteúdos da prática política, mas demarca os limites dentro dos quais as idéias e os conflitos políticos se desenrolam e são resolvidos. O CR-P é, portanto, lugar e objeto da articulação hegemônica total, onde o conjunto de práticas e expectativas, valores e significados são expressos/refletidos e também construídos.
278

Para investigar o papel da televisão na constituição e na manutenção de valores e idéias no processo eleitoral e na política, Porto analisou os programas de maior audiência no município de São Paulo: o *Jornal Nacional* (incluindo a edição local, o São Paulo Já²⁷⁹) e a novela *Pedra sobre Pedra*, ambos da Rede Globo de Televisão, o jornal *Aqui Agora*, do SBT, e os programas do Horário Eleitoral Gratuito (HEG).

Porto mostrou que a nacionalização da eleição como uma das características mais marcantes do pleito de 1992. Os aspectos vinculados à conjuntura nacional tiveram predomínio sobre os aspectos locais, em decorrência do processo de *impeachment* do presidente Fernando Collor de Melo. A cobertura desse momento político pelo *Jornal Nacional*, em especial, passou por fases distintas, de acordo com Porto²⁸⁰.

Em um primeiro momento, durante os trabalhos da CPI que investigou as denúncias do irmão do presidente, Pedro Collor, o telejornal amenizou os problemas na base de sustentação do governo Collor. Nos meses de julho e agosto, a cobertura do *Jornal Nacional* não deixou clara a relação entre as acusações que faziam contra Paulo César Farias e o presidente Collor fortalecendo a versão do então presidente da República. No *Jornal Nacional*, prevaleceu a interpretação de que a CPI foi motivada por sentimento de vingança dos que foram derrotados nas eleições presidenciais; a investigação não passava, portanto, de luta pelo poder.

O *Jornal Nacional* apresentou, por exemplo, um parecer de consenso dos especialistas em Direito Constitucional manifestando-se contra o envolvimento do

²⁷⁷ LIMA, Venício Artur de. Televisão e poder: a hipótese do “cenário de representação política” (CR-P). In: **Comunicação e Política**, v. 1, n. 1, p. 5-22, 2003.

²⁷⁸ Ibidem.

²⁷⁹ São Paulo Já é também conhecido por SP Já foi um telejornal local brasileiro exibido entre 1990 e 1996, pela TV Globo São Paulo, substituindo o SPTV.

então presidente Collor no relatório da CPI. O telejornal, porém, deixou de noticiar uma passeata pró-*impeachment* realizada no condomínio *Alphaville*, lugar onde residem moradores abastados, na Grande São Paulo. Segundo Porto²⁸¹, o ato foi também um protesto contra a presença da secretária de Collor, Ana Aciole, no bairro e teve grande destaque nos telejornais das demais emissoras.

Porto detectou que o *Jornal Nacional* modificou radicalmente a cobertura do processo de *impeachment*, em 26 de agosto de 1992, dia da apresentação do relatório da CPI. A edição do *Jornal Nacional* daquele dia abandonou o enfoque anterior e abriu, em um segundo momento, um novo período de ampla cobertura jornalística sobre os fatos relacionados com a CPI na qual destacava os vínculos entre o ex-presidente Collor e Paulo César Farias²⁸².

Os possíveis efeitos dessa mudança de cobertura, na opinião do eleitorado, também foram medidos por Porto²⁸³. Ele realizou uma pesquisa com um grupo de 90 eleitores da capital paulista, em quatro oportunidades, nos meses de julho, agosto, setembro e outubro de 1992.²⁸⁴

Os dados demonstraram que, em um período de tempo relativamente curto, ocorreram mudanças na opinião dos eleitores sobre o processo de *impeachment*. O novo estilo de cobertura do telejornal de maior audiência no país, portanto, ajudou as pessoas a formar opinião sobre o tema da CPI.

O dado mais importante diretamente relacionado com o nosso argumento é o aumento do número de eleitores que acreditavam que o motivo da criação da CPI era o desejo de apurar as denúncias e a diminuição dos que acreditavam na versão da vingança. Ou seja, existem indícios de que a opinião de parte do eleitorado com relação à

²⁸⁰PORTO, Mauro Pereira. Telenovelas e política: o CRP da eleição presidencial de 1994. *In: Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, p. 55-76, abr./jul. 1995.

²⁸¹ibidem.

²⁸²O empresário Paulo César Cavalcante Farias, 50, foi morto na madrugada de ontem na sua casa de praia em Guaxuma, Maceió. Ao lado do corpo dele estava o de sua namorada, Suzana Marcolino da Silva, 28. Os dois morreram com tiros no peito. A polícia trabalhou com a hipótese de crime passional: Suzana teria atirado em PC e se suicidado. Tesoureiro da campanha de Fernando Collor, PC foi condenado por falsidade ideológica e estava em liberdade condicional. Investigações sobre esquema de corrupção montado pelo empresário levaram ao impeachment em 92. PC deporia sexta no Supremo. *In: FOLHA DE S. PAULO*, São Paulo, 24 jun. 1996. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_24jun1996.htm>. Acesso em: 2 jan. 2009.

²⁸³PORTO, Mauro Pereira. *Op. Cit.*

²⁸⁴74 eleitores da amostra afirmaram obter informações sobre a CPI através da TV, 29 através dos jornais e dois através do rádio. A TV era a principal fonte de informação sobre o processo de impeachment.

CPI acompanhou a mudança na cobertura do *Jornal Nacional*, que ocorreu nesse mesmo período.²⁸⁵

Porto concluiu ainda que “a correlação de forças na sociedade civil é um fator fundamental e acaba por determinar, em diversos momentos, o conteúdo das representações que são construídas na e pela televisão”.²⁸⁶

Outro estudo sobre o *impeachment* foi realizado por Emiliano José²⁸⁷, que identificou uma submissão do campo político a uma emissora de televisão por meio de estreitas relações entre o presidente Collor e o empresário Roberto Marinho. No dia em que ocorreram várias manifestações pró-*impeachment* em Brasília, em 16 de agosto, o presidente das Organizações *Globo* passou o dia junto com o Presidente da República, na casa de sua mãe, Leda Collor, na capital do País. Esse foi o quarto encontro entre Roberto Marinho e Collor de Mello, desde o dia em que seu irmão, Pedro Collor, o denunciara, em entrevista à revista *Veja*. José conclui que Collor pediu a Roberto Marinho que realizasse uma cobertura amena da CPI, pedido este que foi atendido, considerando-se que a *Globo* realizou uma cobertura menos incisiva, na maior parte do tempo.²⁸⁸

O processo de *impeachment* não significou novas eleições no País, uma vez que o vice-presidente assumiu o posto. A eleição para presidente ocorreu em 1994, seguindo o calendário eleitoral. Em quatro anos, o Brasil havia passado pela primeira eleição após a ditadura, pelo *impeachment* do primeiro presidente, eleito depois de 29 anos e, ainda, por um plebiscito sobre a forma e o sistema de governo brasileiro (república e monarquia; presidencialismo e parlamentarismo), respectivamente.²⁸⁹

²⁸⁵ PORTO, Mauro Pereira. Telenovelas e política: o CRP da eleição presidencial de 1994. In: **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, p. 55-76, abr./jul. 1995, p. 144.

²⁸⁶ *Ibidem*, p. 143.

²⁸⁷ JOSE, Emiliano. **Imprensa e poder: ligações perigosas: a CPI do PC, do Collor e do Orçamento numa análise inédita**. Salvador: Ed Univ Fed Bahia, 1996. Estudos brasileiros n. 31.

²⁸⁸ *Ibidem*.

²⁸⁹ BRASIL. **Lei nº 8.624, de 4 de fevereiro de 1993**: dispõe sobre o plebiscito que definirá a forma e o sistema de governo e regulamenta o art. 2º do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, alterado pela Emenda Constitucional nº 2. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8624.htm>. Acesso em: 27 jan. 2009.

Na eleição presidencial de 1994, Porto²⁹⁰ também utilizou o conceito de CR-P para explicar qual foi o Cenário de Representação Política construído por três telenovelas da Rede *Globo* (“Renascer”, “Fera Ferida” e “Pátria Minha”) em um período que compreendeu um ano e quatro meses, de junho de 1993 a outubro de 1994.²⁹¹

Porto²⁹² destacou sete elementos desse cenário construídos pelas telenovelas: 1) desqualificação da política e dos políticos; 2) desqualificação do Estado e do governo; 3) a desqualificação dos ideais e lideranças de esquerda; 4) valorização do candidato preparado e com estudo; 5) ênfase no quadro de crise social; 6) o clima de otimismo e confiança; 7) afirmação da necessidade de apoio à pequena empresa. O pesquisador concluiu que a candidatura de Fernando Henrique Cardoso foi a que mais se adaptou ao Cenário de Representação Política construído em longo prazo pelas telenovelas da Rede *Globo*.

Parece-me que as razões para explicar a ascensão da candidatura de Fernando Henrique Cardoso devem ser buscadas também no Cenário de Representação da Política construído em longo prazo na e pela televisão e, de modo especial, nas telenovelas. FHC é o candidato que melhor se adapta às representações das novelas. Um aspecto fundamental para a sua candidatura foi o clima de otimismo e de confiança que se constituiu a partir de diversos fatores - como a conquista do tetra e a entrada em circulação da nova moeda - mas que foi potencializado e reforçado de forma importante pelas novelas, especialmente “Pátria Minha”.²⁹³

Albuquerque²⁹⁴ também analisou o processo eleitoral de 1994, enfocando a cobertura do *Jornal Nacional*, da Rede *Globo*. Ele tinha dois objetivos principais: 1) avaliar a importância da temática no telejornal, ao longo do período inicial da

²⁹⁰ Apud COLLING, Leandro. O conceito de espetáculo e o telejornalismo: a seca e os saques no nordeste no *Jornal Nacional* e as eleições de 1998. In: RUBIM, Antônio Carlos Canelas (Org). **Mídia e eleições 1998**. Salvador: Editora Universitária/UFPB, Facom/UFBA, 2000, p. 57-88.

²⁹¹ A pesquisa analisa a novela “Renascer” a partir de 9 de junho de 1993 até o seu último capítulo (13 de novembro de 1993) e a novela “Fera Ferida”, desde o seu primeiro capítulo (15 de novembro de 1993) até o último (16 de julho de 1994), incluindo, portanto, 13 meses e cerca de 300 capítulos. A parte referente à novela “Pátria Minha”, no período entre seu primeiro capítulo (18 de julho de 1993) e o último capítulo antes do primeiro turno da eleição presidencial (1 de outubro de 1994).

²⁹² Apud COLLING, Leandro. O conceito de espetáculo e o telejornalismo: a seca e os saques no nordeste no *Jornal Nacional* e as eleições de 1998. In: RUBIM, Antônio Carlos Canelas (Org). **Mídia e eleições 1998**. Salvador: Editora Universitária/UFPB, Facom/UFBA, 2000.

²⁹³ Ibidem.

²⁹⁴ ALBUQUERQUE, A. A Campanha presidencial no *Jornal Nacional*: observações preliminares. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 23-40, 1994.

campanha (meados de março e fim de maio)²⁹⁵; e 2) analisar a cobertura das diversas candidaturas, buscando identificar a existência de diferenças no modo de sua apresentação pelo *Jornal Nacional*.

Albuquerque²⁹⁶ concluiu que, nos dois primeiros meses analisados, a cobertura foi inconstante: em março ela se limitou a notícias sobre eventos isolados. A partir de abril, após o prazo de desincompatibilização dos candidatos de cargos do Poder Executivo, a campanha passou a merecer atenção mais consistente. A importância atribuída à campanha ainda foi pequena, pois em muitas edições o tema não foi mencionado. A partir da nona semana analisada, as notícias foram ao ar em todas as edições; a divisão do tempo entre os candidatos se tornou mais equânime e os candidatos passaram a ter sonoridades levadas ao ar todos os dias. O tempo médio diário, dedicado ao assunto na primeira semana, foi de 15 segundos, na segunda 40 segundos, da terceira à oitava, um minuto e 30 segundos e a partir da nona, dois minutos e 30 segundos.²⁹⁷

No que diz respeito às candidaturas, Albuquerque²⁹⁸ concluiu que o *Jornal Nacional* concentrou sua cobertura nas candidaturas de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) Luiz Inácio Lula da Silva (PT) que juntas concentraram 60% do tempo total da cobertura das candidaturas. A candidatura de Fernando Henrique recebeu maior tempo, com 37%; Lula teve 23%; Orestes Quércia (PMDB), 14%; Espiridião Amim (PPR), 11%; os pretendentes do PMDB derrotados em convenção: José Sarney, 6% e Roberto Requião, 3%; Flávio Rocha (PL) e Leonel Brizola, 2%²⁹⁹.

Em relação às duas candidaturas de Cardoso e Lula, houve modos de enquadramento diversos na cobertura:

Nos dois casos foram utilizados recursos expressivos diferentes para caracterizar tanto as atividades de campanha como os agentes

²⁹⁵ Nesse período findaram os prazos para a desincompatibilização dos candidatos ocupantes de cargos no Poder Executivo e para a realização das convenções partidárias com vistas à eleição de 1994.

²⁹⁶ ALBUQUERQUE, A. A campanha presidencial no *Jornal Nacional*: observações preliminares. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 23-40, 1994.

²⁹⁷ A pesquisa abrangeu 11 semanas entre 14 de março e 28 de maio de 1994. 1ª e 2ª semanas (março); 3ª a 8ª semanas (abril e maio); 9ª a 11ª semanas (maio).

²⁹⁸ ALBUQUERQUE, A. **Op. Cit.**

²⁹⁹ Albuquerque destacou a apresentação da candidatura de Leonel Brizola, candidato e partido médio e bem situado nas pesquisas de opinião. Ele disse que o “o silêncio sistemático dispensado pelo *Jornal Nacional* à sua candidatura não pode ser interpretado senão como fruto de uma estratégia de invisibilidade adotada pela Rede *Globo* contra Brizola”. In: ALBUQUERQUE, A. **Op. Cit.**

responsáveis por elas. Sistemáticamente foi sugerido que a candidatura Cardoso seria fruto de uma união de forças e lideranças políticas, estruturada, a partir de um consenso sobre os problemas do país e as soluções para eles. Por outro lado, o apoio político à candidatura Lula foi consistentemente depreciado pelo *Jornal Nacional*, que preferiu acentuar os seus laços com o movimento sindical e, mais particularmente com o grevismo que seria a sua característica fundamental: o dissenso e o conflito seriam, assim, marcas indeléveis da candidatura Lula.³⁰⁰

Miguel³⁰¹ chegou a conclusões semelhantes às de Albuquerque, mas distinguiu o plano econômico anti-inflacionário que em sua análise foi o fato determinante desse pleito. O plano instituiu o Real como nova moeda nacional, a quatro meses das eleições, em 30 de junho de 1994. Para Miguel, a candidatura de Cardoso investiu em conteúdos simbólicos da união nacional e do otimismo, que foram acolhidos pelo enquadramento do *Jornal Nacional*. Somada essa cobertura, o lançamento da nova moeda, foi sustentado por uma campanha publicitária governamental. Miguel³⁰² destacou que, nessas campanhas, a fronteira entre serviço público de informação sobre a transição da moeda e a propaganda, ou uso da máquina pública para a promoção da candidatura de Cardoso, não era bem delimitada.

O evento que envolveu o ministro da Fazenda do governo Itamar Franco, Rubens Ricupero, foi destacado pelo pesquisador para demonstrar a forma que a Rede *Globo* encontrou para promover o candidato do PSDB em 1994.³⁰³

No dia primeiro de setembro, a pouco mais de um mês da eleição, o ministro declarou que a sua posição de porta-voz da nova moeda era uma forma de promover o candidato Fernando Henrique Cardoso. A conversa descontraída do ministro com o repórter Carlos Monforte, da Rede *Globo*, ocorreu no momento em que os técnicos testavam som e imagem para a entrevista que viria a seguir. Ricupero desconhecia o fato de que a conversa estava sendo captada por antenas parabólicas. Jornalista Luiz Cláudio Cunha deu um furo de reportagem ao divulgar o episódio em sua coluna DF Repórter, do *Correio Braziliense*, jornal impresso publicado em Brasília/DF.

³⁰⁰ALBUQUERQUE, A. A campanha presidencial no *Jornal Nacional*: observações preliminares. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 23-40, 1994.

³⁰¹MIGUEL Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano Editora, 2002.

³⁰²Ibidem.

³⁰³CUNHA, Luiz Cláudio. A confissão do ministro cai do céu. **Correio Braziliense**, 2 set. 1994.

O comitê de campanha do Partido dos Trabalhadores (PT) teve acesso ao conteúdo e divulgou a entrevista para a imprensa.³⁰⁴

Repórter Carlos Monforte: Bom, mas esse negócio do IPC-r baixando, eu acho que é importante falar.

Ministro Rubens Ricupero: Mas eu não tenho ainda. Ainda não dá. O pessoal me mata. Eu vou te prometer o seguinte: se eu conseguir convencer o pessoal, eu, segunda-feira, eu te dou primazia. Eu preciso conversar com eles senão eles me matam. Esse pessoal tem toda aquela corporação de economistas. É um troço complicado. Vão dizer: 'Pô, você proibiu da vez anterior que era ruim, e agora que é bom, né... No fundo é isso mesmo. Eu não tenho escrúpulos. Eu acho que é isso mesmo. O que é bom a gente fatura; o que é ruim, esconde. [...]

Ministro Rubens Ricupero: Você sabe, eu não digo isso, mas há inúmeras pessoas que me escrevem e que procuraram para dizer que votam nele por causa minha. Aliás, ele sabe disso, né? Que o grande eleitor dele, hoje, sou eu. Por exemplo, para a Rede *Globo* foi um achado. Porque ela em vez de ter que dar um apoio ostensivo a ele, botam a mim no ar e ninguém pode dizer nada. Agora o PT está começando.... mas não pode. Porque eu estou o tempo todo no ar e ninguém falou nada. Não é verdade? Isso não ocorreu da outra vez. Essa é uma solução, digamos, indireta, né?

As declarações do ministro, para Miguel³⁰⁵, colocaram a Rede *Globo* como parte da campanha de Fernando Henrique Cardoso. O comitê eleitoral de Cardoso, o governo e a RGTV buscavam utilizar um conjunto de estratégias que pudessem beneficiar a candidatura do PSDB. Um dia depois do incidente, o ministro renunciou ao cargo e, três dias depois, apareceu no programa dominical *Fantástico*, da RGTV, reduzindo o fato a um desvio de comportamento privado.

Rubim e Colling³⁰⁶ também distinguiram o Plano Real, e a campanha publicitária em torno dele, como fatos relevantes que demonstram a capacidade de intervenção da política sobre a mídia. Isso ocorreu pela extensão e alcance do Plano

³⁰⁴TELEJORNALISMO. *TJ Brasil. São Paulo*: Sistema Brasileiro de Televisão. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=r_4TtpvkSWE>. Acesso em: 28 jan. 2009.

TELEJORNALISMO. *Jornal Nacional*. Rio de Janeiro: Rede *Globo* de Televisão. 2/09/1994. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=70eGz3g7h2g&feature=related>>. Acesso em: 28 jan. /2009.

³⁰⁵MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

³⁰⁶RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org.). **Comunicação e política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

nos diferentes espaços da programação das emissoras de televisão: culturais e eletrônicas, pagas ou não, dos eventos esportivos como a Copa do Mundo, nos materiais noticiosos, nas telenovelas, nos shows de variedades, nos musicais.

[...] apresentadores de televisão bastante populares foram pagos pelo governo para fazer propaganda não declarada ao Plano. Acrescente-se a isso a verdadeira blitz a milionária campanha publicitária do Real desenvolvida pelo governo, que, exuberante, preencheu e reforçou a adesão da mídia, implícita ou explícita, ao plano e seu candidato, FHC.³⁰⁷

Para Rubim³⁰⁸ a legislação eleitoral, em vigor à época, criou as condições necessárias para a ocorrência desse fenômeno. Ao contrário do ocorrido 1989, quando a eleição se deu em torno de uma polarização política entre dois candidatos e dois projetos políticos distintos, o pleito de 1994 sofreu um retrocesso, limitando-se a um experimento político-midiático.

A legislação de 94 dificulta ao extremo esta conjunção explosiva entre praça e tela. Mais que isto: ela proíbe a praça (este Brasil recôndito) de se ver na tela. Este Brasil estes brasileiros, apartados socialmente, mais uma vez são excluídos. Outra vez estão impedidos de transitar na contemporânea dimensão pública da sociabilidade, engendrada pela mídia, como aliás (sempre) acontece nos dias normais.³⁰⁹

A legislação eleitoral determinou também que a realização de debates entre os presidencialistas só seria permitida se as emissoras assegurassem a presença de todos os nove candidatos. Em decorrência das novas regras a RGTV decidiu não promover nenhum debate durante esse pleito.

Para Fausto Neto, as restrições impostas pela legislação eleitoral criaram as condições para que o campo midiático tomasse para si, sob uma estratégia

³⁰⁷RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

³⁰⁸RUBIM, Antônio Albino Canelas. De Fernando a Fernando: poder e imagens 1989/1994. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Mídia e política no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1999b.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Caleidoscópio midiático-eleitoral de Fernando a Fernando II: 1994. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Mídia e política no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1999a.

³⁰⁹RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Op. Cit.*, 1999b, p. 64.

informativa, aquilo que o horário político eleitoral não poderia fazer: construir o seu presidente de outro modo.

Os jornais produzem, a seu modo, o que seria feito pela propaganda oficial: desenvolvimento de uma agenda que procura criar uma polaridade entre FHC/Lula, através da desqualificação desse último. [...] Poder-se-ia dizer que esta é a segunda derrota de Lula, e que lhe é imposta pela esfera das mídias.³¹⁰

Os telejornais exerceram a atividade de fazer política, condenando o discurso político a um fechamento que impôs uma leitura dominante.

As observações semiológicas de Fausto Neto sobre as relações dos campos da mídia e da política se concentraram em três telejornais: *TJB* (SBT), *Jornal da Manchete* (TV Manchete) e *Jornal Nacional* (TV Globo). A sua proposição teórica, que privilegiou as manifestações discursivas, considerando que o campo da mídia: 1) é responsável pela produção e referenciação do real em diferentes situações; 2) é o lugar singular que trata de moldar as possibilidades de construção e entendimento das atualidades; 3) os telejornais avocam para si o lugar onde a política é nomeada, tematizada, hierarquizada e conseqüentemente, agendada.³¹¹

O pesquisador construiu e distinguiu três modelos diferenciados para os telejornais. No *TJ Brasil*, prevaleceu o modelo de *teatralização*, caracterizado por ações e intervenções de um âncora, no caso o jornalista Boris Casoy.

O modelo *didiático-pedagógico* foi exemplificado pelo *Jornal da Manchete*, no qual o especialista exercia uma forte presença na estratégia de funcionamento do telejornal. A ele competia realizar um trabalho de interpretação menos personalista e por isso distinto daquele realizado por um âncora.

O modelo do *Jornal Nacional* foi denominado *descrição e testemunhalidade* por se caracterizar por precisão na cobertura dos acontecimentos. Na testemunhalidade, os detalhes das narrativas e sua capacidade analítica asseguravam uma distância do enunciador que evitava sua protagonização. O seu

³¹⁰FAUSTO NETO, Antônio. Inclusões e apagamentos. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente: televisão é política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

³¹¹FAUSTO NETO, Antônio. Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

modelo de *descrição e testemunhalidade* transmite a sensação de que o jornalista é apenas um observador que registra a opinião dos demais.

Fausto Neto³¹² identificou, contudo, uma marca comum nos três telejornais: o discurso antecipatório, apoiado nas pesquisas de opinião de órgão especializados, que destacaram a irrefutabilidade dos dados, tornando-os orientadores do processo de escolha e aprofundando sua cientificidade. Esse comportamento provocou uma certa inércia que não se reverteu. “Só resta ao leitor ratificar o que as pesquisas enunciaram: eleger Fernando Henrique Cardoso”.³¹³

Em 1994, o candidato Fernando Henrique Cardoso foi eleito em primeiro turno com 54,3% dos votos, contra 27% de Lula, 7,4% de Enéas Carneiro, 4,4% de Orestes Quécia, 3,2% de Brizola, 2,7% de Espiridião Amim, 0,6% de Carlos Antônio Gomes e 0,4% de Hernani Fortuna. O eleitorado aumentou em 15,4% das eleições de 1989 para as de 1994, mas o percentual de votos nos candidatos, que exclui as abstenções, votos brancos e nulos, caiu 13%: passou de 94,2% em 1989 para 81,2% em 1994.³¹⁴

2.5 O *Jornal Nacional* em 1998: as Eleições Presidenciais

Depois de ocupar a bancada do *Jornal Nacional* por 26 anos, o apresentador Cid Moreira deixou o telejornal, em abril de 1996. Nesse dia, ele apresentou um editorial, função que desempenharia esporadicamente. O apresentador Sérgio Chapelin também deixou o *JN* e passou a apresentar o programa *Globo Repórter*. Os jornalistas Lílian Wite Fibe³¹⁵ e Willian Bonner³¹⁶, a partir de então, assumiram a apresentação do *Jornal Nacional*.

³¹²FAUSTO NETO, Antônio. Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

³¹³Ibidem, p. 519.

³¹⁴NICOLAU, Jairo. Votos obtidos pelos candidatos. 1994. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/jairo2006/port/cap1/votos/Cap1_1994>.htm. Acesso em: 24 fev. 2009.

³¹⁵Lílian Witte Fibe se demitiu da função de apresentadora do *Jornal Nacional* em fevereiro de 1999. Uma das principais motivações para sua saída foi a ênfase no jornalismo de entretenimento. A expectativa da jornalista era de que o *Jornal Nacional* privilegiaria a cobertura de um jornalismo mais “duro” de economia e política. Lílian Witte Fibe afirmou que a Globo adotou uma “receita de

Essa mudança refletiu um processo de transformação no telejornalismo da Rede *Globo* que se iniciou na troca da direção da Central *Globo* de Jornalismo. Evandro Carlos Andrade, há 24 anos na direção do jornal *O Globo*, assumiu a direção da CGJ substituindo Alberico de Sousa Cruz³¹⁷, que ficou no cargo por 5 anos. Cruz aparece nos relatos de colegas de trabalho como um dos responsáveis pela edição do debate entre os candidatos Fernando Collor de Melo e Luis Inácio Lula da Silva em 1989.

Porto³¹⁸ investigou o *Jornal Nacional*, nesse momento específico, entre os anos de 1995 e 1996, procurando identificar as conseqüências das mudanças no conteúdo do *Jornal Nacional*. Ele trabalhou com a hipótese de que a substituição de Cid Moreira seria parte de uma estratégia da Rede *Globo* para construir uma nova imagem para a emissora, realizando um jornalismo mais ativo e independente. A imagem de uma emissora “governista” seria a causa do declínio de audiência da RGTV, em geral, e, em particular, do *Jornal Nacional*.³¹⁹

De fato, houve mudanças substantivas no conteúdo do *Jornal Nacional*, concluiu Porto³²⁰, principalmente no que diz respeito à forma como o telejornal representava temas políticos, econômicos e sociais. A substituição de Cid Moreira não significou apenas uma mudança formal, mas também de conteúdo. No que diz respeito à cobertura política, em especial, houve um declínio do tempo dedicado à temática no telejornal. Porto inferiu que a emissora pode ter diminuído a cobertura desses temas para evitar os freqüentes conflitos com a sua audiência devido à sua cobertura “governista”.

bolo”, segundo a qual se deve dar ao telespectador as informações que ele quer, e não as que ele precisa. In: FIBE, Lílian Witte. Entrevista: Lílian Witte Fibe **Folha de S. Paulo**, 8 mar. 1998. (vide Anexo B).

³¹⁶O jornalista Willian Bonner assumiu a função de editor-chefe do telejornal em 1999.

³¹⁷Alberico de Sousa Cruz assumiu a CGJ em 1993, substituindo Armando Nogueira, no cargo desde 1966.

³¹⁸PORTO, Mauro. Novos apresentadores ou novo jornalismo? O *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. In: **Comunicação e Espaço Público**, v. 5, n. 1-2, 2002.

³¹⁹Porto teve acesso a um relatório interno do SBT que aponta fatores de natureza política influenciaram a queda nos índices de audiência da TV *Globo*, em especial a imagem negativa de emissora “governista”. (PORTO, 2002, p. 14).

³²⁰PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004.

A análise de conteúdo confirmou a hipótese de que o novo *Jornal Nacional* se caracteriza por um papel mais ativo e interpretativo dos apresentadores e por uma cobertura mais plural e menos baseada no Governo Federal, apesar de os resultados sobre “pluralidade” não serem estatisticamente significantes. A análise também demonstrou uma tendência no sentido de um tipo de jornalismo com menos cobertura de temas políticos e mais ênfase em criminalidade, violência e variedades.³²¹

Lima e Guazina³²² também investigaram as alterações de conteúdo no *Jornal Nacional* em decorrência da entrada de Evandro Carlos de Andrade na direção da CGJ. Eles realizaram uma análise comparativa diária do *Jornal Nacional (JN)* com o *Jornal da Record (JR)* da Rede Record de Televisão. A hipótese de seu trabalho era que o *JN* manteve o padrão político do seu jornalismo, apesar de ter diminuído a quantidade de matérias e o espaço (tempo) dedicado à cobertura explícita da temática. Os pesquisadores³²³ descreveram esse padrão como um “enquadramento oficialista” da cobertura explícita da política, por meio de ênfases e omissões permanentes de fatos e pessoas.

O estudo mostrou que houve uma diminuição da cobertura política após abril de 1996: enquanto nos anos entre 1993 e 1995 temas políticos ligados aos Poderes Executivo e Legislativo apareciam em cerca da metade de dias do período (54,86% e 47,96%, respectivamente), de março a junho de 1998 o tema política aparece menos do que os temas de esporte, fatos diversos e crime/violência.

Para os pesquisadores houve uma banalização da cobertura do telejornal com enfoques em temas de entretenimento, como foi o caso da cobertura do comportamento de um macaco babuíno, no zoológico de Brasília, em detrimento de assuntos como desemprego, reforma ministerial e combate à dengue.³²⁴

As eleições de 1998 foram marcadas, ainda, por uma singularidade em relação às demais: pela primeira vez um presidente teria a chance de concorrer às eleições mantendo-se no cargo. Fernando Henrique Cardoso ocupou os papéis de

³²¹PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. *In*: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004, p. 28.

³²²LIMA, Venício A. de; GUAZINA, Liziane. Política eleitoral na TV: um estudo comparado do *Jornal Nacional (JN)* e *Jornal da Record (JR)* em 1998 (Relatório Preliminar). Texto apresentado ao GT Mídia, Opinião Pública e Eleições. **XXII Encontro Anual da ANPOCS**, out. 1998, Caxambu, MG.

³²³Ibidem.

candidato e de governante de forma simultânea, introduzindo a possibilidade de uma desigualdade competitiva com os demais candidatos. Acresce-se a isso o fato de que as novas regras do jogo político eleitoral criam um clima de imprevisibilidade tanto na condução do TSE, quanto na cobertura da imprensa.

Colling³²⁵ avaliou que essa desigualdade, que favorecia o candidato ocupante da Presidência, se tornou ainda mais expressiva por conta de uma nova legislação eleitoral que reduziu o espaço da política no rádio e na televisão.³²⁶ Na eleição de 1994, a campanha para a Presidência da República ocupou televisões e rádios quatro vezes por semana, durante dois meses. Em 1998, ficou limitada a três vezes por semana, durante 45 dias (mais inserções de 15 ou 30 segundos ao longo da programação). Houve ainda uma diminuição do HPGE: em 1994 havia quatro programas por semana, durante dois meses. Em 1998, limitou-se a três programas por semana (mais *spots* de 15 ou 30 segundos ao longo da programação).

Nos jornais impressos, a condição de Presidente da República e candidato em novo pleito, garantiu a Fernando Henrique Cardoso mais espaço. Um levantamento realizado pelo Instituto Datafolha, no período de 18 de agosto - início da propaganda eleitoral - a 15 de setembro, revelou que a cobertura do candidato Fernando Henrique Cardoso e do governo ocuparam 82,88%, somando-se os espaços de texto, fotos e artes. O candidato Fernando Henrique ocupou 29,25% do espaço no jornal e o governo, 53,63%. O candidato Lula teve 13,49% do espaço, Ciro Gomes 2,11% e Enéas Carneiro, 1,03%.^{327 e 328}

No ano de 1998, 12 candidatos concorreram às eleições presidenciais: Fernando Henrique Cardoso PSDB (PFL, PPB, PTB, PSD); Luiz Inácio Lula da Silva PT (PDT, PSB, PC do B); Ciro Gomes PPS; Enéas Carneiro PRONA; Brigadeiro Ivan

³²⁴Três repórteres de política cobriram o comportamento da macaca babuína: Zileide Silva, Délis Ortis e Cristina Serra em diferentes reportagens seqüenciais. *JORNAL NACIONAL: a notícia faz história*. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 291.

³²⁵COLLING, Leandro. O conceito de espetáculo e o telejornalismo. A seca e os saques no nordeste no *Jornal Nacional* e as eleições de 1998. In: RUBIM, Antônio Carlos Canelas (Org). **Mídia e eleições 1998**. Salvador: Editora Universitária/UFPA, Facom/UFBA. 2000, p. 57-88.

³²⁶BRASIL. **Lei nº 9504 de 30 de setembro de 1997**: estabelece normas para as eleições. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/Leis/L9504.htm>>. Acesso em: 1 mar. 2009.

³²⁷LEVANTAMENTO MOSTRA EQUILÍBRIO NO NOTICIÁRIO. **Folha de São Paulo**, Caderno Eleições, São Paulo, 20 set. 1998. Nota: No total, a cobertura das eleições presidenciais da Folha de S. Paulo ocupou 248,16 páginas e do Estado de S. Paulo, 177,47%, 38,8% menos.

³²⁸No total, a cobertura das eleições presidenciais da Folha de S. Paulo ocupou 248,16 páginas e do Estado de S. Paulo, 177,47%, 38,8% menos.

Frota (PMN); Alfredo Hélio Sirkis (PV); José Maria de Almeida (PSTU); João de Jesus (PT do B); José Maria Eymael (PSDC); Theresa Ruiz (PTN); Sérgio Bueno (PSC); Vasco Neto (PSN).

A primeira denúncia de uso da máquina pública, registrada na campanha de Fernando Henrique Cardoso (FHC), foi a comemoração do aniversário de quatro anos do Plano Real. Na condição de presidente e candidato, FHC, sob a vigência da nova Lei Eleitoral, participou do aniversário do plano no dia 1º de julho de 1998. A anunciada troca de moedas foi objeto de uma campanha publicitária no valor de R\$ 2 milhões.^{329 e 330}

Estima-se que os gastos com publicidade, contudo, foram maiores. Apenas nos primeiros dois dias de julho, o Governo Federal gastou pelo menos R\$ 2,1 milhões em anúncios, veiculados nos intervalos do *Jornal Nacional* e da novela Torre de Babel, da Rede *Globo*, que somaram 13,5 minutos do horário nobre e mais caro da emissora.^{331 e 332} As propagandas foram suspensas a partir do dia quatro de julho de 1998, em função da legislação eleitoral. A campanha, entretanto, continuou. Agora, não mais com a assinatura do Governo Federal, mas dos bancos privados que mantiveram propagandas pagas da troca das moedas em seus anúncios publicitários.³³³ Sob o argumento do Banco Central de “grave e urgente necessidade pública”, entretanto, o presidente do TSE, Ilmar Galvão, autorizou o Governo Federal a retomar a campanha publicitária da troca de moedas no dia 16 de julho de 1998.³³⁴

O estudo realizado por Miguel³³⁵, que enfocou, especificamente, o *Jornal Nacional*, no período entre 13 de julho e 3 de outubro de 1998, revelou o

³²⁹FESTA DO REAL TEM CUSTO DE R\$150 MIL. **Folha de São Paulo**, Caderno Brasil, p. 5. São Paulo, 2 jul. 1998.

³³⁰O ator Paulo Autran foi mestre de cerimônias da festa que custou cerca de R\$150 mil, realizada no Centro de Formação do Banco do Brasil. O custo total da troca de 5,2 bilhões de moedas em circulação pelas estimativas da Casa da Moeda, seria de até R\$349 milhões e se realizaria em cinco anos. Até o final daquele ano cerca de 800 milhões de novas moedas estariam em circulação.

³³¹GOVERNO FAZ OFENSIVA NO HORÁRIO NOBRE. **Folha de São Paulo**, Caderno Brasil, p. 5, São Paulo, 4 jul. 1998.

³³²No dia 1 de julho foram veiculados quatro comerciais de 30 segundos no intervalo do *Jornal Nacional*. Nos intervalos da novela, três anúncios de 30 segundos. No dia 2, foram exibidos três comerciais de 30 segundos e um de um minuto e meio. Durante a novela, três comerciais de 30 segundos e três de um minuto.

³³³ANÚNCIO DO BANCO BOA VISTA. **Veja**, São Paulo, n. 1557, p. 21-22, 29 jul. 1998.

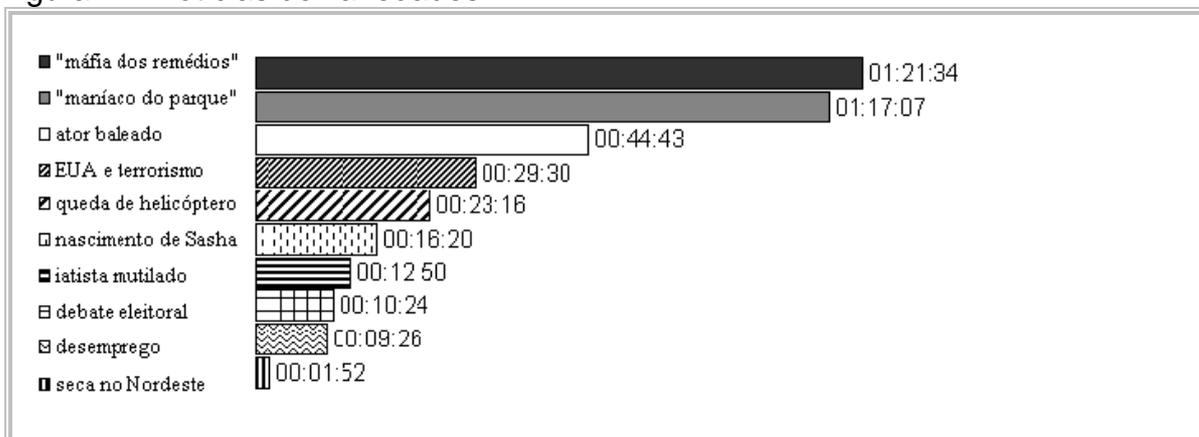
³³⁴PROPAGANDA OFICIAL DO REAL É AUTORIZADA. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Caderno Brasil, p. 7, 17 jul. 1998.

³³⁵MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede *Globo*. **Dados**, v. 42, n. 2, Rio de Janeiro, 1999.

esvaziamento da cobertura política das eleições de 1998. O telejornal dedicou menos de 5% do seu tempo à disputa eleitoral como um todo, incluindo a presidência da república, os governos estaduais e os cargos legislativos.³³⁶ De acordo com Miguel, esta foi uma decisão da RGTV transmitida às suas afiliadas. O objetivo era resguardar a credibilidade da empresa, dado o seu histórico passado, assumindo uma postura imparcial. A ausência de cobertura garantiria a equidade entre os candidatos, mas para o pesquisador, essas mudanças editoriais na cobertura da emissora estavam vinculadas à troca na direção da empresa.

Durante o período analisado por Miguel, a proeminência da cobertura foi para assuntos de variedades e de *fait divers*.³³⁷ Esses assuntos, junto com as notícias de violência e crimes, somaram 32,5% do tempo total do *Jornal Nacional*. As de esportes, 9,1% e dos assuntos internacionais, 5,9%. As questões relativas à esfera pública em sentido estrito (política e economia) receberam 12,9% do tempo total. As notícias de variedades tiveram uma distribuição homogênea demonstrando que elas eram fixas nas edições do telejornal, como demonstra a figura apresentada a seguir³³⁸.

Figura 4 – Notícias de variedades



Fonte: MIGUEL (1999).

³³⁶ O estudo compreende um período de 12 semanas (72 edições do noticiário) que vão do fim da Copa do Mundo até o último dia antes das eleições. De acordo com Miguel, tratou-se de uma decisão da empresa, transmitida às emissoras afiliadas, que receberam a recomendação de ignorar as eleições nos telejornais locais. A justificativa era de que, dado o desgaste da Rede Globo por seu envolvimento em pleitos passados, tornava-se necessário resguardar a credibilidade da emissora assumindo uma postura completamente imparcial. A ausência de cobertura, mais do que qualquer outra alternativa, garantiria a equidade entre os candidatos.

³³⁷ *Fait divers*, ou fatos diversos, é uma expressão para designar notícias sensacionalistas. Vide RAMOS, Roberto. Roland Barthes: semiologia, mídia e *fait divers*. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n.14, p. 119-127, abr./2001.

³³⁸ MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede *Globo*. **Dados**, v. 42, n. 2, Rio de Janeiro, 1999.

O *Jornal Nacional* também se mostrou impermeável às tentativas de inclusão de determinadas questões na agenda pública. Os assuntos que ocuparam espaço na imprensa antes da *Copa do Mundo*, tais como a seca no nordeste e o desemprego, não tiveram mais espaço no noticiário.

Miguel também analisou os enquadramentos de temas específicos dentre eles a crise internacional.³³⁹ Para ele, houve demora em noticiar o quadro da crise, restringindo-o apenas à Rússia e aos países asiáticos. A Rússia declarou moratória no dia 17 de agosto de 1998, sinalizando o agravamento da crise financeira. Nesse dia, o *Jornal Nacional* leu uma nota do governo brasileiro, afirmando que essa medida da Rússia não afetaria a economia brasileira.

Sobre o que Miguel³⁴⁰ escreveu:

No *Jornal Nacional*, a crise só chegou de fato ao Brasil no dia 7 de setembro, quando o presidente se reuniu com a equipe econômica para discutir medidas emergenciais. O selo que ilustrou a notícia era uma foto de Fernando Henrique sobreposta à bandeira nacional — imagem no mínimo intrigante, quando se lembra que foi divulgada no auge da campanha eleitoral.

O estudo também mostrou que o *Jornal Nacional* deu ênfase ao caráter externo da crise e à competência da equipe econômica do Governo Federal. O tema era apresentado como "crise mundial", "crise internacional" e "crise financeira mundial", enfatizando sua desvinculação com o Brasil. Nesse período, o *Jornal Nacional* procurou fontes externas, de autoridades financeiras internacionais como Banco Mundial, Banco Interamericano de Desenvolvimento, Fundo Monetário Internacional, Banco Central dos Estados Unidos que aprovavam a gestão da economia brasileira. O diretor-gerente do Fundo Monetário Internacional, Michel

³³⁹ As reservas cambiais brasileiras começaram a baixar de forma acelerada. A fuga diária de dólares atingiu seu pico, 2,59 bilhões, no dia 4 de setembro; menos de uma semana depois, para tentar segurar divisas, o governo elevou a taxa de juros para 49,75% ao mês. Ainda assim, a situação das reservas cambiais continuou a piorar. De mais de US\$ 70 bilhões em julho, elas desceram para menos de 50 bilhões no final de setembro (e chegariam a cerca de 25 bilhões em janeiro de 1999, mais 9 bilhões de um "socorro" do Fundo Monetário Internacional). No início de seu segundo mandato, enfim, Fernando Henrique teve que permitir a desvalorização do real em face do dólar. Em apenas duas semanas, em janeiro de 1999, a cotação da moeda brasileira caiu cerca de 40%. *In*: MIGUEL, Luis Felipe. *Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo*. **Dados**, v. 42, n. 2, Rio de Janeiro, 1999.

³⁴⁰ MIGUEL, Luis Felipe. *Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo*. **Dados**, v. 42, n. 2, Rio de Janeiro, 1999.

Camdessus, afirmou no *JN* que o ministro brasileiro, Pedro Malan, era digno de uma condecoração, na edição de quatro de setembro.

Se por um lado, diretores de organismos financeiros internacionais e autoridades monetárias brasileiras, favoráveis ao governo do Brasil, eram fontes do noticiário econômico do *Jornal Nacional*, o enquadramento dos críticos não ocupou espaço significativo. O candidato da oposição, Luis Inácio Lula da Silva, foi ouvido em duas ocasiões. Na edição do dia nove de setembro, o *Jornal Nacional* ouviu quatro economistas, um deles crítico das ações anunciadas. Ele foi apresentado como "economista do PT", forma pouco usual, já que os peritos entrevistados no noticiário são identificados por seu vínculo profissional, não pela posição partidária. Os outros três, que elogiavam as medidas do governo (embora dois deles julgassem que deveriam ter sido tomadas antes), foram identificados como 'FGV' (Fundação Getulio Vargas), 'economista — Banco Mundial' e apenas 'economista'.³⁴¹

Para Miguel, essa opção diferenciada de enquadramento das fontes por sua vinculação partidária e profissional revela que apenas os críticos do governo tinham interesse político, no *Jornal Nacional*. As fontes favoráveis à orientação econômica do Governo Federal, já que sem vinculação partidária, eram imparciais. Sobre a cobertura desse período eleitoral no *Jornal Nacional*, o estudo de Miguel concluiu:

Eliminando de sua pauta questões como o desemprego ou a seca, o *Jornal Nacional* transmitiu uma visão distorcida da realidade brasileira e sonogou de seus espectadores dados importantes para que eles fizessem suas escolhas políticas. Negando espaço para enquadramentos divergentes das questões públicas, em especial da crise econômica, contribuiu para esvaziar o debate e, portanto, para degradar e exercício da democracia no Brasil.³⁴²

Miguel³⁴³ e Colling³⁴⁴ chegam a conclusões semelhantes em relação a temas tratados pelo *Jornal Nacional* e a candidatura de Fernando Henrique Cardoso.

³⁴¹MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede *Globo*. **Dados**, v. 42, n. 2, Rio de Janeiro, 1999, p. 11.

³⁴²Ibidem, p. 12.

³⁴³Ibidem.

³⁴⁴COLLING, Leandro. Os estudos sobre o *Jornal Nacional* nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.).

Colling verificou que o enquadramento dos temas relacionados à agenda política (inclui a cobertura do Governo Federal e dos candidatos à presidência da república) no *JN* não prejudicou o candidato e o governo de FHC. O enquadramento dos problemas coincidiu com o enquadramento do governo.

Para ambos, o *JN* beneficiou FHC porque tratou os problemas brasileiros como eram explicados pelo Governo Federal, sem atribuir as causas dos problemas ao poder público. O *JN* impediu a formação de *frames* alternativos capazes de desafiar os dominantes ao oferecer mais credibilidade às fontes governamentais do que a outros membros da sociedade civil. Além disso, o *JN* silenciou aspectos negativos da conjuntura brasileira, como os índices históricos de desemprego ou a seca no nordeste, enfatizando aspectos positivos, como as medidas contra a crise ou a constante queda da inflação.

2.6 *Jornal Nacional* em 2002: as Eleições Presidenciais

Se em 1998 os pesquisadores se debruçaram sobre invisibilidade, esvaziamento ou omissão da cobertura eleitoral na Rede *Globo*, em 2002 ocorreu o inverso. A eleição, disputada por seis candidatos (Luis Inácio Lula da Silva (PT); José Serra (PSDB); Anthony Garotinho (PSB); Ciro Gomes (PPS); Zé Maria (PSTU); e Rui Costa Pimenta (PCO), foi marcada pela superexposição da temática política na emissora, em especial no *Jornal Nacional*, como revelam estudos de Miguel (2004), Colling (2004) Rubim e Colling (2005), Porto (2004), Fausto Neto (2003) e Veron e Fausto Neto (2003).

A “descoberta da política” pela Rede *Globo*, e pelo restante da mídia do país, foi um dos fenômenos mais importantes do processo eleitoral de 2002 de acordo com o estudo realizado nas 14 últimas semanas antes do primeiro turno por Miguel³⁴⁵. A comparação entre a cobertura dos dois processos, 1998 e 2002, revelou uma

Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004, p 53-78.

³⁴⁵MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política.** São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

diferença significativa no agendamento da temática no telejornal. Em 1998, o *JN* dedicou, ao todo, uma hora, 16 minutos e 34 segundos à cobertura nas últimas 12 semanas antes das eleições. Em 2002, foram 12 horas, 55 minutos e 50 segundos do noticiário, nas 14 últimas semanas até o pleito.³⁴⁶

Em 2002, as eleições presidenciais ocuparam 29,4% do tempo total dedicado à cobertura das eleições. Acresce-se, a essa porcentagem, o tempo destinado à cobertura das eleições nos estados, que ocupou mais 46 minutos e 11 segundos, o tempo total que o assunto ocupou no *Jornal Nacional* foi de 31,2% do noticiário. Em 1998, esse percentual foi de 4,6%.

Em uma postura diferenciada em relação a 1994 e 1998, a Rede *Globo* realizou dois debates eleitorais entre os candidatos à presidência: um antes do primeiro turno e outro depois. Além disso, os candidatos foram entrevistados em três telejornais da emissora. Esse é um outro tópico importante da pesquisa de Miguel³⁴⁷ que demarca as diferenças na cobertura dos processos políticos analisados. Para o pesquisador, em 1998, os candidatos foram silenciados. Fernando Henrique Cardoso teve sete *sound bites*³⁴⁸, como candidato ou como presidente, totalizando três minutos e três segundos de fala; Lula ficou com seis *sound bites*: dois minutos e 40 segundos; e Ciro Gomes com três, somando um minuto e 54 segundos. As sonoras dos três candidatos somadas tiveram, em 12 semanas analisadas, sete minutos e 39 segundos.

Em 2002, incluindo as entrevistas realizadas pelo *Jornal Nacional*, de aproximadamente 10 minutos cada, os seis candidatos somados tiveram 146 minutos e 50 segundos: José Serra falou 37 minutos 5 segundos; Lula, 36 minutos e 16 segundos; Ciro Gomes, 36 minutos e 15 segundos; Anthony Garotinho, 34 minutos e 19 segundos. Nas eleições de 2002, os candidatos de partidos menores e pouca ou nenhuma representatividade no Congresso Nacional também tiveram *sound bites* no

³⁴⁶Miguel delimitou o período de ambas as pesquisas a partir do final da Copa do Mundo de Futebol até o dia anterior às eleições. Em 1998 foram 12 semanas. Em 2002, 14 semanas. Mesmo considerando que houve duas semanas a mais na análise de 2002 a porcentagem de tempo do noticiário ratifica a conclusão do pesquisador.

³⁴⁷MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

³⁴⁸*Sound bitt* são os trechos das falas dos entrevistados que são editadas dentro de uma matéria jornalística.

Jornal Nacional, ainda que esporadicamente: um minuto e 23 segundos para José Maria de Almeida (PSTU) e um minuto 32 segundos para Rui Costa Pimenta (PCO).

O contraste entre os dois períodos é relevante também se considerada a média³⁴⁹ do tempo de sonorais dos candidatos. Em 1998, essa média foi de 2 minutos e 33 segundos e em 2002, de 24 minutos e 46 segundos. Nas 84 edições analisadas, relativas ao processo eleitoral de 2002, Lula e Ciro Gomes apareceram com sonorais em 69, Serra, em 70 e Garotinho, em 72. Com esses dados, Miguel³⁵⁰ conclui que a voz dos principais candidatos foi uma presença contínua no *Jornal Nacional*.

Rubim³⁵¹ também concluiu que, sob o signo da visibilidade, a disputa pela construção das imagens públicas dos candidatos foi um dos elementos centrais das eleições de 2002.

Um aspecto importante, também salientado por Miguel³⁵², relaciona-se às categorias de reportagens do telejornal analisadas nos dois pleitos, que foi o tempo dedicado aos seguintes temas: esfera pública, internacional, variedades, outras questões de interesse público. Houve um incremento de quase 300% na porcentagem de tempo dedicada aos temas identificados como esfera pública e uma redução de quase 50% dos assuntos categorizados como variedades. Nos telejornais de 2002, 44,9% do tempo total (contra 12,9% nas eleições anteriores) foi ocupado pela categoria esfera pública e 31,2% pelos assuntos de variedades, contra 56,5% em 1998.

O tempo médio das edições do *Jornal Nacional* também aumentou: em 1998, as edições tinham um tempo médio de 23 minutos e 15 segundos e no período do primeiro turno de 2002, esta média subiu para 31 minutos e 14 segundos, ou seja, teve um acréscimo superior a 30%.

³⁴⁹Tempo total de *sound bits* dividido pelo número de candidatos.

³⁵⁰MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

³⁵¹RUBIM, Antônio Albino Canelas. As imagens de Lula presidente. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente: televisão é política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

³⁵²MIGUEL. L. F. **Op. Cit.**, 2004.

Ao analisar o enquadramento dos candidatos feitos no *Jornal Nacional*, Miguel identificou, entretanto, estratégias que restringiram o discurso dos candidatos na cobertura das eleições³⁵³:

A mais evidente consistia na obtenção de promessas por parte dos candidatos. Nas entrevistas e nos debates, o âncora do *Jornal Nacional*, William Bonner, cobrava de todos (em especial dos três oposicionistas) a manutenção dos contratos”, o pagamento das dívidas externa e interna e o compromisso com o ajuste fiscal. Da forma como o diálogo era posto (e uma vez que nenhum candidato se dispunha a contestá-lo), parecia que Bonner exigia algo tão evidente quanto a honestidade no trato com o dinheiro público, isto é, algo que não permitisse discordâncias no campo da *política* e que marcasse o desviante como portador de um déficit *moral*.³⁵⁴

Além disso, os candidatos José Maria de Almeida (PSTU) e Rui Costa Pimenta (PCO), declarados oposicionistas da condução econômica do governo, não foram convidados para o debate eleitoral do primeiro turno e tiveram pouca exposição no *Jornal Nacional*. Novas mudanças na interpretação da Lei Eleitoral permitiram esse comportamento, pois as regras de tratamento equânime entre os candidatos valiam apenas para aqueles cujas coligações contassem com representantes no Congresso Nacional.³⁵⁵

Miguel³⁵⁶ especulou que uma combinação de razões de natureza jornalística, empresarial e política seriam os motivos das mudanças substanciais, separadas por quatro anos, nas coberturas eleitorais. Um desses motivos seria, por exemplo, a necessidade da Rede *Globo* aumentar sua credibilidade para sustentar sua posição no mercado e manter um bom relacionamento com qualquer governo que visse assumir a presidência.

³⁵³O contexto eleitoral de 2002 foi marcado pelo agravamento da crise econômica que tornou o país vulnerável aos movimentos financeiros internacionais. Em setembro de 2001 os atentados no World Trade Center e no Pentágono causaram turbulências no mercado internacional, agravados pela crise envolvendo os escândalos contábeis de grandes corporações dos Estados Unidos. Acresce-se a este cenário as crises financeiras de países vizinhos como a Argentina e o Uruguai.

³⁵⁴MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004. p. 102.

³⁵⁵A Lei vigente era a mesma do pleito de 1998, porém, a partir de uma revisão sua interpretação se alterou.

³⁵⁶MIGUEL, Luis Felipe. *Op. Cit.*, 2004. p. 91-105.

Colling³⁵⁷ também levantou hipóteses para responder por que o *Jornal Nacional* mudou tanto de uma eleição para outra. Para isso, ao contrário dos estudos predominantes até aquele pleito, ele realizou um diálogo mais próximo com as teorias do jornalismo, estudos de recepção e uma análise da dinâmica política e do contexto do telejornal no mercado brasileiro. O pesquisador trabalhou com quatro hipóteses.

A primeira hipótese sustentou que o *Jornal Nacional* tinha necessidade de recuperar sua imagem diante de seus telespectadores e anunciantes e, por isso, realizou uma cobertura mais isenta das eleições. Colling³⁵⁸ considerou a queda na média de audiência do *Jornal Nacional*, de 42 pontos em 2001 para 33 pontos, medidos pelo Ibope, um dos fatores que motivaram a mudança.

A segunda hipótese dizia respeito à nova interpretação da Lei Eleitoral que embora tenha vigorado nas eleições de 1998 e 2002 foi reinterpretada no segundo pleito. Em 1998, a emissora interpretou que, pela Lei Eleitoral vigente, seria inviável realizar debates. Reinterpretada, a mesma Lei, em 2002, permitia que a cobertura equânime se restringisse aos candidatos com representatividade no Congresso Nacional. Os critérios de noticiabilidade, portanto, teriam prevalecido e determinado a exposição da temática.

A terceira hipótese foi a de que a superexposição teria sido pensada para beneficiar o candidato José Serra (PSDB), na tentativa de torná-lo mais conhecido e, ao mesmo tempo, evidenciar os problemas de seu principal adversário, Luis Inácio Lula da Silva (PT). Por último, ele considerou que a fragmentação do bloco de centro-direita teria provocado maior interesse da mídia pela particularidade que envolvia o pleito e a possibilidade de um ex-metalúrgico assumir a presidência.

Porto, Vasconcelos e Bastos³⁵⁹ analisaram um período semelhante ao de Miguel³⁶⁰, ou seja, a cobertura das 19 semanas que antecederam o período eleitoral.

³⁵⁷ COLLING, Leandro. Os estudos sobre o *Jornal Nacional* nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004, p. 53-78.

³⁵⁸ *Ibidem*.

³⁵⁹ PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004.

³⁶⁰ MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

O seu estudo revelou que o tema de maior presença no *Jornal Nacional*, com 51,8% de frequência, foi o processo político eleitoral com forte ênfase à cobertura das agendas dos candidatos. O segundo tema com maior presença foi a economia, com 27,4% de frequência, sendo que 67% das notícias tinham como foco as discussões sobre política econômica, tanto as adotadas pelo governo Fernando Henrique Cardoso, quando as propostas pelos candidatos.³⁶¹ Ele chegou a conclusões semelhantes às de Miguel, mas apontou ainda mudanças qualitativas substantivas na cobertura eleitoral. Para avaliá-las, Porto trabalhou com o conceito de *enquadramento* e o modelo de *controvérsias interpretativas*.

O processo político segundo este modelo pode ser entendido como uma disputa sobre qual interpretação dos fatos e temas relevantes da política irá prevalecer. Neste contexto, a mídia tem um papel importante ao, de um lado, privilegiar os enquadramentos interpretativos de alguns atores, ou de outro, ao marginalizar ou excluir pontos de vista alternativos. No que se refere a processos eleitorais um dos pressupostos do modelo é o de que a habilidade de um candidato de construir interpretações persuasivas e de interferir nas controvérsias levantadas pela mídia é fundamental para o seu sucesso eleitoral.³⁶²

A pesquisa de Porto, Vasconcelos e Bastos³⁶³ revelou um equilíbrio no espaço no telejornal dedicado aos quatro principais candidatos. Lula apareceu em 96 matérias; José Serra, em 94; Garotinho, 100; e Ciro Gomes esteve presente em 104 matérias. José Maria e Rui Pimenta, apareceram em nove e oito matérias, respectivamente. Em comparação com os demais candidatos, estes dois últimos candidatos tiveram cerca 90% menos de exposição que os demais. O equilíbrio também foi notado na frequência e no tempo médio das sonoras de cada candidato à presidência. Lula e Garotinho falaram em 93 matérias com um tempo médio de 17,06 segundos e 15,88 segundos, respectivamente. José Serra falou em 92 matérias com um tempo médio de 15,78 segundos em média e Ciro Gomes teve sonora em 89 matérias com um tempo médio de 15,78 segundos por matéria.

³⁶¹Os demais temas classificados e medidos por Porto (2004) foram: 1) ético-moral: 6,1%; político-institucional: 4,5%; social: 4,5%; violência e segurança: 1,3%; infraestrutura e meio ambiente: 1,2%; política internacional: 0,4% e outros: 2,8%.

³⁶²PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. *In*: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004.

³⁶³Ibidem.

A cobertura seguiu prioritariamente duas tendências, no que diz respeito aos enquadramentos adotados pelo pesquisador. O enquadramento episódico, no qual as matérias são descritivas, relatam fatos ou reproduzem as declarações dos atores, prevaleceram na cobertura, com uma frequência de 45,7% das matérias. Em segundo lugar, apareceu o enquadramento temático, com 35,5% de frequência, no qual os candidatos podem explicitar suas propostas e os desafios que enfrentariam ao assumir o governo. O enquadramento corrida-de-cavalos, que salienta as colocações dos candidatos nas pesquisas de opinião, apareceu em 18,4% das matérias e o enquadramento centrado nas personalidades dos candidatos, em 0,3%.

Porto, Vasconcelos e Bastos³⁶⁴ mediram, ainda, a valência das matérias relacionadas aos candidatos, classificando-as como positivas, negativas e neutras.³⁶⁵ O candidato Ciro Gomes foi o que teve uma valência diferenciada em relação aos outros três candidatos que apareceram com valências equilibradas se comparadas entre eles. Ciro Gomes teve a maior valência negativa com 29,1%, contra 48,6% positiva e 22,3% neutra. José Serra teve a maior porcentagem de valência positiva 63,4%; 18,65 negativa e 18% neutra. Lula, comparando com os demais candidatos, teve a maior valência neutra, 22,7% e ainda 58,7% de valência positiva e 18,6% de valência neutra. Garotinho teve 60,7% de valência positiva, 18,6% negativa e 17,3%, neutra.

Porto, Vasconcelos e Bastos³⁶⁶ fundamentaram o peso das fontes oficiais no enquadramento do tema político quando revelou que metade das sonoras nas matérias restritas, 50,3% delas, tendia a privilegiar as interpretações do governo e de seu candidato, José Serra.³⁶⁷

³⁶⁴PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004.

³⁶⁵Porto, Vasconcelos e Bastos (p. 71, 2004) classificaram as matérias da seguinte forma: 1) valência positiva: quando a matéria sobre determinado candidato reproduz suas promessas, programa de governo, declarações ou ataques aos concorrentes e resultados favoráveis de pesquisa de intenção de voto. 2) valência negativa: quando a matéria reproduz ressalvas, críticas ou ataques de candidatos concorrentes ou de terceiros ao candidato e resultados desfavoráveis de pesquisa de intenção de voto. 3) quando a matéria se restringe a apresentar a agenda do candidato ou citações sem avaliações moral, política ou pessoal sobre os candidatos.

³⁶⁶PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. **Op. Cit.**

³⁶⁷Porto, Vasconcelos e Bastos chegaram a essa porcentagem somando nas matérias restritas, as porcentagens das fontes oficiais (28,2%), dos especialistas que sustentavam as interpretações do governo (9,4%) e as do candidato José Serra (12,7%).

Com esses dados, Porto, Vasconcelos e Bastos³⁶⁸ concluíram que, mesmo privilegiando o enquadramento descritivo no caso da cobertura dos candidatos (formatos episódicos e corrida-de-cavalos) com 64% de frequência, o *Jornal Nacional* ofereceu recursos importantes para que a audiência pudesse fazer sentido no mundo da política formulando suas preferências. Isso se deve ao fato de que 35,5% das matérias do telejornal apresentaram enquadramentos temáticos que ressaltaram aspectos substantivos da campanha e das propostas dos candidatos. Ressalte-se o tratamento equilibrado das quatro principais candidaturas que apresentaram os mesmos níveis de visibilidade e valência, à exceção de Ciro Gomes que foi objeto de uma cobertura mais negativa.

O segundo assunto com maior incidência no *Jornal Nacional*, a economia, também foi objeto do estudo de Porto, Vasconcelos e Bastos³⁶⁹, a partir do modelo de controvérsias interpretativas que classifica as matérias de acordo com o formato da notícia: restrita, plural-aberta, plural-fechada e episódica.³⁷⁰ A maioria das notícias apresentou um único enquadramento interpretativo, com maior incidência dos formatos restritos. Para o pesquisador, esse dado indicou que as notícias “tendiam a apresentar um argumento coeso em torno de uma determinada linha de interpretação”.³⁷¹ As notícias restritas tiveram 74,5% de frequência, as de formato plural-fechado e plural-aberto 4,2% cada, e o formato episódico 17% de frequência.

Esse argumento coeso foi apresentado por meio de matérias prioritariamente restritivas. Nessas matérias, as principais vozes das notícias sustentavam as mesmas posições: as fontes oficiais³⁷² com 28,2% das sonoras, e de

³⁶⁸PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004.

³⁶⁹Ibidem.

³⁷⁰De acordo com a classificação de Porto (2004) as notícias podem ter quatro formatos: 1) restrito: quando apenas uma interpretação do fato/evento/ação ou tema é apresentado pela notícia. 2) plural-fechado: quando mais de uma interpretação do fato/evento/ação ou tema são apresentados pela notícia, mas são organizados em uma hierarquia na qual uma das interpretações é preferida sobre as demais e apresentada como superior ou mais correta. 3) Plural-aberta: quando mais de uma interpretação do fato/evento/ação ou tema são apresentados pela notícia, mas são tratadas de forma mais indeterminada, sem que nenhuma interpretação seja privilegiada ou apresentada como a mais correta. 4) Episódica: quando nenhuma interpretação é apresentada pela notícia que se limita a relatar algum fato/evento/ação ou tema.

³⁷¹PORTO, Mauro; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. **Op. Cit.**, p. 76.

³⁷²Porto, Vasconcelos e Bastos (2004, p. 77) consideram como fontes oficiais: presidente, ministro, secretários e outros altos funcionários do Governo Federal.

especialistas, que sustentavam as interpretações do candidato José Serra, 9,4%. O enquadramento interpretativo que predominou na cobertura de economia no *Jornal Nacional* foi o de manutenção das linhas gerais da política macroeconômica do governo FHC, objetivando manter a estabilidade econômica e acalmar os ânimos do mercado. Apesar disso, o pesquisador destacou que o *Jornal Nacional* abriu um importante espaço para as interpretações alternativas nos assuntos de economia, já que 29% das sonoras das matérias restritivas sobre economia foram dos candidatos Lula, Ciro Gomes, Garotinho ou representantes de suas equipes.

Para Miguel³⁷³, esse comportamento do *Jornal Nacional* no que diz respeito à cobertura econômica, foi o principal instrumento de fechamento do campo discursivo e de enquadramento dos candidatos de forma restrita. A partir de conceitos de Pierre Bourdier³⁷⁴, Miguel³⁷⁵ concluiu que a maior exposição dos candidatos, no geral e em relação ao tema, serviram para fixar as fronteiras do *politicamente aceitável*, do comportamento *responsável e confiável*.

Os grupos que procuraram sair dessa fronteira foram excluídos do *Jornal Nacional*, como os candidatos classificados pelo autor de extrema-esquerda Rui Costa Pimenta (PCO) e José Maria de Almeida (PSTU), assim como os grupos mais à esquerda dentro do Partido dos Trabalhadores, estigmatizados como *xiitas*. As posições desses grupos foram folclorizadas, estigmatizadas e, ao longo do processo eleitoral, foram perdendo cada vez mais espaço no debate político.

Ao restringir o espaço do dizível, a mídia procurou delimitar a agenda pública do debate político adotando estratégias de fechamento do campo discursivo como, por exemplo, exigindo que os candidatos assumissem determinados compromissos.

Nas entrevistas e nos debates, o âncora do *Jornal Nacional*, Willian Bonner, cobrava de todos (mas em especial dos três opositores) a 'manutenção dos contratos', o pagamento das dívidas externa e interna e o compromisso com o ajuste fiscal. Da forma como o diálogo era posto (e uma vez que nenhum candidato dispunha a contestá-lo), parecia que Bonner exigia algo tão evidente quanto a honestidade no trato com o dinheiro público – isto é, algo que não permitisse discordâncias no

³⁷³MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

³⁷⁴BOURDIER, Pierre. A representação da política: elementos para a uma teoria do campo político. In: BOURDIER, Pierre. **O poder simbólico**. 11. ed. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2007, p. 63.

³⁷⁵MIGUEL, Luis Felipe. **Op. Cit.**, 2004.

campo da política, algo que marcasse o desviante como portador de um déficit moral.³⁷⁶

As entrevistas dos candidatos à Presidência da República, realizadas nos telejornais da Rede *Globo* de Televisão, *Bom Dia Brasil*, *Jornal Nacional* e *Jornal da Globo*, durante o primeiro turno da disputa eleitoral, foram a referência para Fausto Neto³⁷⁷ discutir estratégias voltadas a instituir o discurso político no contexto das eleições de 2002, a partir do trabalho com as linguagens. Para esse autor, a reformulação dos processos editoriais e discursivos da mídia televisiva, que conferiram a visibilidade da campanha de 2002, visou assegurar para si a condição de guardião do contato e acesso do discurso político na esfera pública.

As entrevistas realizadas nas bancadas dos telejornais e os debates promovidos pela emissora foram, para ele, estratégias utilizadas pelo campo da mídia para evitar que a política se fizesse apenas na esfera do campo jurídico-eleitoral ou realizassem suas próprias economias discursivas. Ao deslocar a política para determinados espaços da programação televisiva, a mídia assegurou visibilidade à política, mas a desligou de sua função persuasivo-argumentativa tornando-a refém das condições de produção de sentido definidas pelas mídias. Esse comportamento da televisão aprofundou sua mediação entre o campo político e os indivíduos, que teve como consequência uma forma de privatização da política.

No contexto das entrevistas, Fausto Neto identificou 14 marcas discursivas que demonstraram como o discurso telejornalístico procurou exercer o controle ou regular os sentidos do discurso político.³⁷⁸ Assim, as entrevistas funcionaram como

³⁷⁶MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105. p. 102.

³⁷⁷FAUSTO NETO, Antônio. Inclusões e apagamentos. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente**: televisão é política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

³⁷⁸As 14 marcas identificadas por Fausto Neto são: 1) explicitar a função de contato – a idéia de ajudar o eleitor; 2) definir os enquadres – o “perdão” em meio ao “ato falho”; 3) enquadrar o olhar; 4) impor a natureza da enunciação – “Isso é uma pergunta jornalística”; 5) definir a representação – “Eu gostaria de falar de fatos”; 6) enunciar o interrogatório “Por que o senhor falou, eu to perguntando por quê”; 7) determinar a resposta – “Eu quero resposta à minha pergunta”; 8) rastrear o trabalho do corpo – “O senhor não está à vontade?”; 9) distanciar de suas convicções – “Segundo analistas de tendências”; 10) manejar a tematização – “É nisso que se enquadra a minha pergunta”; 11) enunciar a co-determinação – “O senhor sabe quanto custa um quilo de arroz?”; 12) lembrar o controle da enunciação – “O senhor driblou a pergunta”; 13) a fala como concessão – “Deixa eu falar uma coisa, Ana Paula?”; 14) utilizar o discurso de autoridade – “Eu conheço o pensamento dele”.

estratégias de embate que se realizam em uma estrutura de natureza autoritária pelo poder de organizar a palavra do outro impondo condições nas quais esta pode ser anunciada.

As estratégias discursivas mostram os processos de transformação da “entrevista-serviço” num “embate real” cujo traço dominante é o protagonismo de uma enunciação desmesurada. Na inevitável atividade interacional, hoje, dos campos sociais (mídia e política), o processo de midiatização dos campos e de suas respectivas instituições recoloca, a nosso ver, novas formas de existência e de funcionamento do poder, e segundo os materiais analisados, o poder de instituir (e controlar) um certo discurso político.

No próximo capítulo, são descritas as escolhas metodológicas que adotou-se nas diferentes fases da pesquisa, a partir levantamento preliminar dos assuntos presentes na cobertura do *Jornal Nacional*, passando pela cronometragem integral dos tempos dedicados à cobertura, identificação da agenda política, seus enquadramentos e as controvérsias interpretativas oferecidas pela cobertura.

CAPÍTULO 3 – PERCURSO METODOLÓGICO

Com o objetivo de aplicar o modelo de controvérsias interpretativas, utilizando como instrumento analítico o conceito de enquadramento, este capítulo apresenta as escolhas metodológicas e o resultado da análise realizada em um gênero³⁷⁹ da televisão: o telejornalismo. Escolheu-se esse gênero por considerá-lo um instrumento privilegiado para a observação de *controvérsias interpretativas*, à medida em que as pessoas que o assistem participam de enquadramentos e controvérsias políticas (difundidas por indivíduos, grupos instituições) que oferecem *atalhos*³⁸⁰ para a compreensão do tema e, por consequência, de suas preferências políticas.³⁸¹

É possível compreender a realidade por meio de uma variedade de fontes de informação. Poucas experiências, contudo, são tão acessíveis e revestidas de credibilidade quanto o telejornal. Por isso, escolheu-se como objeto de estudo o *Jornal Nacional (JN)*, da Rede *Globo* de Televisão (RGTV), como espaço para a observação de *controvérsias interpretativas*, investigando como o telejornal mais assistido da televisão brasileira enquadrou o processo político-eleitoral de 2006.

Um dos critérios utilizados para a escolha do *JN* foi sua audiência combinada com características socioeconômicas da população brasileira, como o consumo de bens duráveis e serviços de acesso à comunicação. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2007) revela a existência de aparelhos de

³⁷⁹Trabalhou-se com o conceito de gênero tomando emprestado significados terminológicos da Análise de Discurso. Para Maingueneau (2006) emprega-se o termo gênero de discurso “para os dispositivos de comunicação sócio-historicamente definidos” (2006, p 73). A diversidade de gêneros de discurso é grande e pode variar segundo sua estabilidade, por exemplo, os que parecem muito estáveis como a oração ou a receita de cozinha; e outros que parecem mais fugazes, como o jornal de televisão. Maingueneau (2006) distingue cinco limitações para a definição de um gênero: 1) o status respectivo dos enunciadores; 2) as circunstâncias temporais e locais da enunciação; 3) o suporte e os modos de difusão; 4) os temas que podem ser introduzidos; 5) a extensão, o modo de organização etc. Os gêneros do discurso possuem uma incidência decisiva sobre a interpretação de enunciados porque não é possível interpretá-los sem identificar a qual gênero deve-se relacioná-los. Para informações adicionais, consultar Charaudeau e Maingueneau (2004).

CHARADEAU, Patrick; MANGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

MANGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise de discurso**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

³⁸⁰Vide capítulo 1, p. 37, desta dissertação.

³⁸¹PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

televisão em 94,8% dos domicílios brasileiros. Em 2007, no Brasil, existiam mais domicílios com televisão do que com rádio (88,2%) ou do que com geladeira (91,4%). O percentual de domicílios com televisão ultrapassou o de rádio, segundo a PNAD, em 2001, e esse índice não mais se reverteu. Em 1992, 84,9% dos domicílios possuíam rádio e 74%, televisão; em 2001, 88% possuía rádio e 89,1%, televisão.

Em comparação com outros bens duráveis, a televisão perde em ocorrência apenas para o fogão, com (98,2%) de incidência. Em 15 anos, o percentual de domicílios com televisão em casa cresceu mais de 25%. Por outro lado, os domicílios com microcomputadores representam 26,6% (15 milhões) e com acesso à internet 20,2% (11,4 milhões), sendo que mais da metade deles concentra-se na região Sudeste, 8,8 milhões; essa região possui 27,4% de seus domicílios conectados a internet; a região Sul, 24%; o Centro-Oeste, 18,4%; o Nordeste, 8,8%; e o Norte, 8,2%.

Em 2006, período de investigação dessa pesquisa, os dados não se alteraram significativamente. Havia mais domicílios com televisão (93,5%) do que com rádio (88,1%) ou com geladeira (89,8%); e menos domicílios com aparelhos de televisão do que com fogão, (98,2%).³⁸²

Figura 5 – Percentual de domicílios com alguns bens duráveis e serviços de acesso e comunicação – 1992-2007 (%)

	1992	1993	1995	1996	1997	1998	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Fogão	94,8	95,5	96,4	96,7	97,0	97,4	97,4	97,6	97,7	97,6	97,7	97,7	97,8	98,2
Filtro de água	57,0	57,9	57,8	58,1	57,2	56,4	55,6	52,7	53,1	52,6	51,6	51,3	50,6	51,4
Geladeira	71,5	71,8	74,9	78,4	80,3	81,9	82,8	85,1	86,7	87,3	88,1	88,6	89,8	91,4
Freezer	12,3	13,0	15,4	18,1	18,8	19,7	19,6	18,8	18,5	17,7	17,2	16,7	16,4	16,2
Máquina de lavar roupa	24,1	24,3	26,7	30,5	31,7	32,3	32,8	33,7	34,0	34,5	34,9	36,2	38,0	40,0
Rádio	84,9	85,1	88,9	90,4	90,3	90,4	89,9	88,0	87,9	87,8	88,1	88,4	88,1	88,2
Televisão	74,0	75,8	81,1	84,4	86,2	87,5	87,8	89,1	90,0	90,1	90,9	92,0	93,5	94,8
Microcomputador	12,6	14,2	15,3	16,6	18,8	22,4	27,0
Acesso a internet	8,6	10,3	11,5	12,4	13,9	17,1	20,4

Fonte: PNAD/IBGE (2008).

³⁸²IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2007. Mais de 50% dos trabalhadores contribuem para a previdência. 18/09/2008. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1230&id_pagina=1. Acesso em: 1 abr. 2009.

A televisão, portanto, é um dos meios de comunicação e informação mais acessíveis aos brasileiros. Por outro lado, o *Jornal Nacional* é o telejornal mais assistido pelos brasileiros, mesmo com as quedas apontadas pelo Ibope, nos últimos anos.

Por meio dos estudos de revisão bibliográfica³⁸³ foi possível reunir dados de audiência do *Jornal Nacional* a partir de 1989. Esses dados são apenas ocasionalmente comparáveis porque nem sempre foi elucidado se eles referem à audiência domiciliar, individual, *share* de audiência ou projeções nacionais de audiência³⁸⁴. Além disso, algumas pesquisas indicam as médias nacionais de audiência e outras as médias do *Jornal Nacional* em um determinado período ou em um dado horário. As metodologias de pesquisa utilizadas também se modificaram ao longo do tempo, o que dificulta sua comparação.³⁸⁵ Esses dados, contudo, revelam por um lado uma queda na audiência do *Jornal Nacional* e por outro sua supremacia sobre os demais telejornais brasileiros, no que diz respeito à quantidade de telespectadores.

O Ibope é a única instituição que verifica índices de audiência na televisão aberta no Brasil. Há dificuldades em se obter esses dados porque sua relação de produção é comercial e permite às empresas, por exemplo, definir os valores de compra de espaços comerciais em suas programações e alterações na programação em função do índice. Outro fator que dificulta o acesso ao indicador de audiência são

³⁸³Vide capítulo 2 desta dissertação.

³⁸⁴ De acordo com o Ibope, um ponto de audiência corresponde a 1% do universo de pessoas ou domicílios que estavam sintonizados em um canal ou assistindo a um programa específico. Na audiência individual, 1 ponto quer dizer que 1% dos telespectadores estava assistindo a determinado programa. Por outro lado, na audiência domiciliar, 1 ponto refere-se a 1% das casas que estavam assistindo a um determinado programa. Como o universo da pesquisa varia, um ponto de audiência em uma praça X não equivale ao mesmo número de telespectadores representados por um ponto de audiência em uma praça Y. Disponível em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=duvidas_frequentes_leitura&nivel=D%C3%BAvidas%20Freq%C3%BCentes%5CTV%20Aberta&docid=E651DCBF758BBEA183256EB60069C181.

Share de audiência é a proporção expressa em percentual da presença de um determinado segmento de público na audiência total de um meio, veículo ou parte dele. Pode ser classificada por sexo, idade, classe sócio-econômica ou qualquer outra característica. A participação de audiência considera como 100% exclusivamente a audiência sintonizada ou caracterizada como leitora; a partir daí define sócio-economicamente a participação de cada segmento da população na audiência. Apresentação Agência Lápis Raro, 2009.

³⁸⁵ Para mais informações sobre o histórico de metodologias de pesquisa realizadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública, IBOPE. ver: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=pesquisa_leitura&db=cald&docid=5D904805FF8259FF83256EE4004952B0.

os valores cobrados pelo Ibope para compra desses dados. Há índices disponíveis para consulta, entretanto, eles são limitados e geralmente se restringem à audiência de algumas capitais brasileiras como Rio de Janeiro, São Paulo e Distrito Federal.

Todos os dados de audiência que se seguem têm como fonte o Ibope. Em 1989, a média de audiência nacional da Rede *Globo* de Televisão era de 60% a 84% em qualquer horário³⁸⁶. Na semana anterior à realização das eleições que ocorreram em 15 de setembro, uma pesquisa do IBOPE revelou que 40,6 milhões de pessoas acompanhavam a novela *Tieta* da RGTV e 31,1 milhões assistiam ao Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE).³⁸⁷

Em 1993 e 1994, a média de audiência do *Jornal Nacional* nas regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, medidas entre junho de 1993 a outubro de 1994, era de 53 pontos.³⁸⁸ Dois anos mais tarde, a *audiência média* aferida no horário nobre, de 20h às 22h, registrou um índice de 41,3% da Rede *Globo* de Televisão, contra 9,5% do SBT, 2,5% da TV Bandeirantes e 2,4% da TV Manchete.³⁸⁹

Em 1998, a média de audiência dos telejornais na grande São Paulo mostrou que o índice do *Jornal Nacional* variou entre 40% a 45%, enquanto o do *Jornal da Record* oscilou entre 7% e 10%.³⁹⁰ A média de audiência da Rede *Globo*, nesse ano, em todos os horários, era de 58%, contra 21% da do SBT e 10% da Record. No horário nobre, a Rede *Globo* atingia 61% de audiência e concentrava 75% das verbas publicitárias.³⁹¹

Em janeiro de 2001, a audiência do *Jornal Nacional* era de 42 pontos e no mesmo período em 2002 registrou uma média de audiência de 33 pontos, sendo que,

³⁸⁶ LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In: **Comunicação e Política**. São Paulo, p. 29-55, abr./jun. 1990. p. 31.

³⁸⁷ PODERES REDUZIDOS: a campanha comprova que a eleição não faz a cabeça do eleitor, enquanto a imprensa se dedica a apontar os erros dos candidatos **Veja**, n. 1105, p. 74-76, 15 nov./1989.

³⁸⁸ PORTO, Mauro. Telenovelas e Política : o CR-P da Eleição Presidencial de 1994. **Comunicação & Política**, Nova Série, Vol. 1, n. 3, abril-julho 1995, pp. 55-76.

³⁸⁹ PORTO, Mauro. Novas Tecnologias e Política no Brasil: a Globalização em uma Sociedade Periférica e Desigual. **II Colloquium on Communication and Cultural Industries in NAFTA and MERCOSUR**, University of Texas, Austin, 1-2 de junho de 1999. Disponível em: <http://www.tulane.edu/~mporto/glob2.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2008.

³⁹⁰ LIMA, Venício A. de Lima; GUAZINA, Liziane. **Política eleitoral na TV: um estudo comparado do Jornal Nacional (JN) e Jornal da Record (JR) em 1998** (Relatório Preliminar). (Texto apresentado ao GT Mídia, Opinião Pública e Eleições. XXII Encontro Anual da ANPOCS, em outubro de 1998, Caxambu, MG).

em algumas semanas, o *JN* não apareceu como um dos cinco programas mais assistidos da Rede *Globo* de Televisão³⁹². Dados coletados por Rubim e Colling³⁹³ revelaram que a média de audiência do *JN*, de 2002 a 2005, variou entre 31% e 41%.³⁹⁴

No ano seguinte, 2006, o *Jornal Nacional* registrou 43 pontos de audiência e 68% dos televisores sintonizados no *JN*. Estima-se que, em 2004, o *Jornal Nacional* tinha em média 31 milhões de espectadores. Um comercial de 30 segundos nos intervalos do telejornal custava aproximadamente R\$380.000,00 e o *JN* sozinho faturava R\$ 65 milhões para a RG – perdendo apenas para a “novela das oito”. Uma equipe de 600 jornalistas, distribuídos em 118 cidades, produzia uma média de 53 reportagens por dia, das quais 22 delas iam para o ar.³⁹⁵

Uma comparação de índices de audiência de telejornais de outros países com o *Jornal Nacional* revelou que este tinha o maior índice de audiência entre os telejornais mais assistidos do mundo:

Tabela 2 - Comparação de Audiência Entre o *Jornal Nacional* e Telejornais de Outros Países

Emissora	GLOBO	TF1	NBC	ACB	CBS	BBC	RAI
Telejornal	<i>Jornal Nacional</i>	<i>Journal de 20 Heures</i>	<i>NBC Nightly News</i>	<i>ABC Tonight</i>	<i>CBS Evening</i>	<i>Six O'Clock News</i>	<i>TG1</i>
País	Brasil	França	EUA	EUA	EUA	Inglaterra	Itália
Porcentagem de aparelhos	68	46	15	12	10	26	31
Média de espectadores	31	11	10	8	6	5	5

Fonte: LIMA, (2004).

³⁹¹LIMA, Venício Arthur de. **Mídia, teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

³⁹²COLLING, Leandro. Os estudos sobre o *Jornal Nacional* nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004. p 53-78.

³⁹³RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. In: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e Política**. Série Estudos em Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005. p 11-44.

³⁹⁴Ibidem.

³⁹⁵VEJA, 2004, p. 101-108.

Em 2007, dados do departamento comercial da emissora revelaram que o *Jornal Nacional* tinha uma média de audiência nacional de 35%, índice que se manteve na região metropolitana do Rio de Janeiro e que aumentou em três pontos no Distrito Federal (38%), caindo dois pontos em São Paulo (33%). Há dados, ainda, sobre as características da audiência do *Jornal Nacional*. Naquele ano, 81% do índice era formado por pessoas com 18 anos ou mais. A maior parte delas, 38%, tinha entre 25 a 49 anos; 33% 50 anos ou mais; e 10% 18 a 24 anos. Desses 81% de audiência, quase a metade era composta por mulheres, 49% contra 32% de homens. As classes C, D e E concentravam 73% da audiência, contra 27% das classes A e B.³⁹⁶

Em 2008, novos dados revelam a perda de audiência do *Jornal Nacional*, ao longo dos anos, e um aumento da audiência do *Jornal da Record* e do *SBT Brasil*.

Tabela 3 – Audiência do telejornalismo: painel nacional de televisão (Dados domiciliares, de segunda a sábado) até outubro de 2008.

Ano	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Jornal Nacional</i>	42,8	37,9	37,6	34,9	34,2
<i>Jornal da Record</i>	3,3	3,8	6,3	8,0	9,3
<i>SBT Brasil</i>	-	-	3,6	4,4	4,6

Fonte: Jornalismo da *Globo* perde Ibope e share em 2008. Folha *on line*, 5 dez. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u475455.shtml>>. Acesso em: 6 dez. 2008.

Ao se comparar os dados de 2007 com os de 2008, observa-se que o *Jornal da Record* triplicou sua audiência em quatro anos, enquanto o *Jornal Nacional* perdeu 21% de sua audiência no mesmo período.

Por diversos fatores que este estudo não se propôs analisar, a Rede *Globo* de Televisão tem experimentado um declínio dos seus índices de audiência. Se na década de 1980 a Rede *Globo* tinha uma média de audiência de 72% em todos os horários³⁹⁷, em 2008, o índice do seu telejornal mais assistido caiu pela metade,

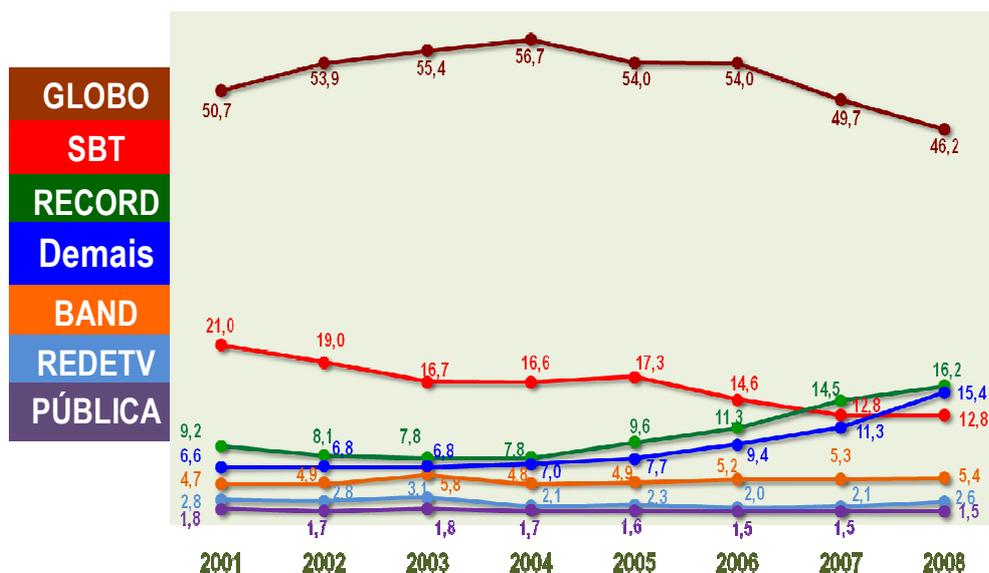
³⁹⁶REDE *GLOBO*. Direção geral de comercialização. **Audiência e perfil do *Jornal Nacional***. Disponível em: http://comercial.redeGlobo.com.br/programacao_jornalismo/JNac5_ap.php. Acesso em: 2 out. 2008. O departamento comercial não especifica o que considera classes sociais, A, B, C, D ou E.

Fonte: Ibope Telereport - abr/07. O restante do percentual de indivíduos diz respeito àqueles que possuem menos de 18 anos.

³⁹⁷LIMA, V. A. Televisão e Política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In: **Comunicação e Política**, São Paulo, p. 29-55, abr./jun. 1990. p. 31.

chegando a 34,2%. O *Jornal Nacional*, contudo, possui mais audiência do que todos os demais telejornais, que vão ao ar no mesmo horário, somados, 35% e 21% respectivamente.³⁹⁸

Figura 6 - Audiência das Emissoras de Televisão - Faixa horária 18/24h - ABCDE 18+



Demais*: MTV/Outros Canais/Outros Aparelhos/ FONTE: 141 IBOPE MEDIA QUIZ - ANO

Ao considerar a média de um *share* de audiência³⁹⁹ observa-se, em um período de sete anos, uma perda de 19% de participação da Rede *Globo* de Televisão e um crescimento de outras emissoras como Record, que teve um aumento de 207% nesse mesmo período. Ressalte-se ainda o crescimento do item *Demais* que também obteve um aumento expressivo, de 233%. Nesse item são considerados: a) outros aparelhos tais como DVD, videocassete, videogame etc; b) outros canais que agrupam as emissoras que não possuem audiência publicada individualmente, incluindo TV fechada; e c) sintonias não identificadas e não cadastradas, tais como: internet, sintonias de circuito interno, dentre outras. Isso demonstra que outros tipos

³⁹⁸REDE GLOBO. Direção geral de comercialização. **Audiência e perfil do *Jornal Nacional***. Disponível em http://comercial.redeGlobo.com.br/programacao_jornalismo/JNac5_ap.php. Acesso em: 2 out. 2008.

Fonte: Ibope Telereport - abr/07.

³⁹⁹Share de 18 anos ou mais e todas as classes sociais.

de acesso à comunicação, informação e entretenimento estão se tornando mais acessíveis à população.

Para identificar os índices de audiência do *Jornal Nacional* no período que compreende este estudo, realizou-se uma pesquisa nos dados gratuitos disponibilizados pelo Ibope, nas últimas semanas de cada mês – de julho a novembro. A escolha da semana considerou o fato de o primeiro e segundo turnos das eleições gerais ocorrerem em duas delas. Em uma prospecção anterior nos dados de todas as semanas, verificou-se que não houve alterações significativas nos índices, de forma que restringir a amostra não comprometeria nem os dados, nem as conclusões.⁴⁰⁰ Esses dados compõem uma lista dos cinco programas mais assistidos de seis emissoras de televisão aberta no Brasil

Esses dados, embora restritos à região metropolitana de São Paulo, podem dar uma dimensão da audiência do telejornal durante o período da pesquisa. Há disponibilidade de dados da região metropolitana do Rio de Janeiro, mas optou-se por São Paulo por seu maior contingente populacional, 15,42 milhões e 39,82 milhões de pessoas respectivamente.⁴⁰¹

A audiência do *Jornal Nacional*, nos meses que compreenderam a análise desta pesquisa, está entre as cinco maiores da Rede *Globo* de Televisão, com 86% de incidência nessa listagem. Na amostra pesquisada, que compreendeu seis semanas, o *JN* não apareceu em apenas uma delas: de 23/10 a 29/10. A *Cobertura das Eleições*⁴⁰² alcançou um percentual de audiência maior do que a do telejornal nesse período. Cabe considerar que a audiência da *Cobertura* não alcançou o maior percentual desse índice do *JN* nas semanas pesquisadas.

⁴⁰⁰IBOPE. Almanaque Ibope. TV Semanal SP. Disponível em: <<http://www.almanaqueibope.com.br/asp/index.asp>>. Acesso em: 12 nov. 2008.

⁴⁰¹Não há dados nacionais disponíveis para consulta gratuita. Os dados de audiência da Região Metropolitana de São Paulo estão organizados por semanas e consideram os cinco programas de maior audiência das emissoras que se seguem: TV Bandeirantes, TV Cultura, TV Gazeta, Rede Record, Rede TV! e SBT. Os dados estão ainda agregados por emissora.

IBGE. **Tabela 1.1.20 - População recenseada e estimada, segundo os municípios** - São Paulo – 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem_final/tabela1_1_20.pdf>. Tabela 1.1.19 - População recenseada e estimada, segundo os municípios - Rio de Janeiro - 2007<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem_final/tabela1_1_19.pdf>. Acesso em: 6 abr. 2009

⁴⁰²O IBOPE não esclarece se esse é um programa específico ou se diz respeito à toda cobertura eleitoral do período, considerando-se as entradas ao vivo ao longo da programação.

Os noticiários, por sua vez, apresentaram 33% de ocorrência entre os cinco programas de maior audiência.⁴⁰³ Os demais, que estão à frente em audiência, (67% aproximadamente) são de entretenimento, como: novelas, filmes, seriados e programas humorísticos.⁴⁰⁴

O *JN* apresentou índices menores do que as novelas em todas as semanas analisadas e ganhou de todos os demais noticiários da Rede *Globo* de Televisão.⁴⁰⁵ O telejornal perdeu em audiência apenas para os programas de entretenimento de sua própria emissora. O telejornal é visto, em média, por 38,52% do universo pesquisado na grande São Paulo, o que corresponde a 6,78 milhões de pessoas.⁴⁰⁶

Em comparação com programas de outras emissoras de televisão, o *Jornal Nacional* possui, em média, o dobro de audiência, domiciliar e individual, em relação ao programa de maior audiência de outras emissoras de televisão, como demonstram a Tabela 3 e 4.

Não foi possível realizar a comparação das audiências entre o *Jornal Nacional* e telejornais de outras emissoras. Na maioria dos casos, esses telejornais não figuram entre os cinco de maior audiência da emissora e, portanto, seus dados não estavam disponíveis na listagem do Ibope. Não foi possível, ainda, comparar o *JN* com outros programas no mesmo horário pelo mesmo motivo.

⁴⁰³Os programas Fantástico e Globo Repórter foram considerados como noticiário, embora seu formato seja uma composição de vários gêneros.

⁴⁰⁴Vide tabelas 4 e 4A desta dissertação, apresentadas na p. 135.

⁴⁰⁵Pode-se observar entretanto que em algumas semanas que não constam de nossa amostra, que o telejornais locais como o (SPTV) apareceram na listagem dos cinco programas mais assistidos da RGTV.

⁴⁰⁶Universos: 5.449.400 domicílios e 17.608.100 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. (IBOPE, 2009). Média de audiência individual: 6.789.000.

TABELA 4 - COMPARATIVA DE AUDIÊNCIA DOMICILIAR DOS CINCO PROGRAMAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO COM MAIORES ÍNDICES⁴⁰⁷

Ordem de audiência	26/06/06 a 02/06/06	Audiência domiciliar (%)	24/07/06 a 30/07/06	Audiência domiciliar %	28/08/06 a 03/09/2006	Audiência Domiciliar %
1	Novela: <i>Belíssima</i>	55	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	49	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	50
2	Seriado: <i>A Grande Família</i>	44	Seriado: <i>A Grande Família</i>	43	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	46
3	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	43	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	41	Seriado: <i>A Grande Família</i>	42
4	Novela: <i>Sinhá Moça</i>	40	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	40	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	40
5	Humorístico: <i>Casseta e Planeta</i>	39	Noticiário: <i>SPTV 2a Edição</i>	38	Noticiário: <i>SPTV 2a Edição</i>	39

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

TABELA 4A: COMPARATIVA DE AUDIÊNCIA DOMICILIAR DOS CINCO PROGRAMAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO COM MAIORES ÍNDICES⁴⁰⁸

Ordem de audiência	25/09/06 a 01/10/06	Audiência Domiciliar %	23/10/06 a 29/10/06	Audiência Domiciliar %	27/11/06 a 03/12/06	Audiência Domiciliar %
1	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	49	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	50	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	46
2	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	41	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	40	Seriado: <i>A Grande Família</i>	42
3	FANTÁSTICO	41	Noticiário: <i>Cobertura das Eleições</i>	39	Festival Nacional: filme	38
4	GLOBO REPORTER	40	Seriado: <i>A Grande Família</i>	39	Tela Quente: filme	37
5	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	38	Humorístico: <i>Casseta e Planeta</i>	39	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	36

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

⁴⁰⁷ **Descritivo:** Programas de maior audiência na Região GSP. Todos os dias das 6:00 às 5:59 h. Universos: 5.449.400 domicílios e 17.608.100 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. (IBOPE, 2009)

Índice de Audiência (%) - TV - O índice de audiência percentual representa a porcentagem do total de indivíduos ou de domicílios que assistiram a qualquer um canal de televisão em determinado período de tempo. Audiência domiciliar indica a porcentagem sobre o total de domicílios com aparelhos de TV que assistiram a televisão em determinado período de tempo. (IBOPE, 2009)

Anualmente os universos das pesquisas regulares do IBOPE Mídia são atualizados. Desta forma, é imprescindível que consulte o descritivo da respectiva tabela analisada. (IBOPE, 2009).

⁴⁰⁸ **Descritivo:** Programas de maior audiência na Região GSP. Todos os dias das 06:00 às 05:59 hs. Universos: 5.449.400 domicílios e 17.608.100 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. (IBOPE, 2009).

Índice de Audiência (%) - TV - O índice de audiência percentual representa a porcentagem do total de indivíduos ou de domicílios que assistiram a qualquer um canal de televisão em determinado período de tempo. Audiência domiciliar indica a porcentagem sobre o total de domicílios com aparelhos de TV que assistiram a televisão em determinado período de tempo. (IBOPE, 2009).

Anualmente os universos das pesquisas regulares do IBOPE Mídia são atualizados. Desta forma, é imprescindível que consulte o descritivo da respectiva tabela analisada. (IBOPE, 2009).

TABELA 5: COMPARATIVA DE AUDIÊNCIA INDIVIDUAL DOS CINCO PROGRAMAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO COM MAIORES ÍNDICES⁴⁰⁹

Ordem de audiência	26/06/06 a 02/06/06	AUDIÊNCIA INDIVIDUAL (000)	24/07/06 a 30/07/06	AUDIÊNCIA INDIVIDUAL (000)	28/08/06 a 03/09/2006	AUDIÊNCIA INDIVIDUAL (000)
1	Novela: <i>Belíssima</i>	4.966	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	4.174	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	4.293
2	Seriado: <i>A Grande Família</i>	4.071	Seriado: <i>A Grande Família</i>	3.519	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	3.639
3	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	3.664	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	3.306	Seriado: <i>A Grande Família</i>	3.688
4	Novela: <i>Sinhá Moça</i>	3.212	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	3.301	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	3.356
5	Humorístico: <i>Casseta e Planeta</i>	3.500	Noticiário: <i>SPTV 2ª Edição</i>	3.001	<i>SPTV 2ª Edição</i>	3.026

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

TABELA 5A: COMPARATIVA DE AUDIÊNCIA INDIVIDUAL DOS CINCO PROGRAMAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO COM MAIORES ÍNDICES⁴¹⁰

Ordem de audiência	25/09/06 a 01/10/06	AUDIÊNCIA INDIVIDUAL (000)	23/10/06 a 29/10/06	AUDIÊNCIA INDIVIDUAL (000)	27/11/06 a 03/12/06	AUDIÊNCIA INDIVIDUAL (000)
1	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	4.204	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	4.254	Novela: <i>Páginas da Vida</i>	3.895
2	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	3.257	Novela: <i>Cobras e Lagartos</i>	3.130	Seriado: <i>A Grande Família</i>	3.710
3	FANTASTICO	3.644	Noticiário: <i>Cobertura das Eleições</i>	3.477	Festival Nacional: filme	3.364
4	GLOBO REPORTER	3.463	Seriado: <i>A Grande Família</i>	3.340	Tela Quente: filme	3.128
5	JORNAL NACIONAL	3.147	Humorístico: <i>Casseta e Planeta</i>	3.135	Noticiário: <i>Jornal Nacional</i>	2.798

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

⁴⁰⁹ **Descritivo:** Programas de maior audiência na Região GSP. Todos os dias das 06:00 às 5h 59 min. Universos: 5.449.400 domicílios e 17.608.100 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. (IBOPE, 2009).

Índice de Audiência (000) - TV - O índice de audiência percentual representa a porcentagem do total de indivíduos ou de domicílios que assistiram a qualquer um canal de televisão em determinado período de tempo. **Audiência individual** indica a porcentagem de indivíduos que assistiram a televisão em determinado período de tempo. (IBOPE, 2009).

⁴¹⁰ **Descritivo:** Programas de maior audiência na Região GSP. Todos os dias das 06:00 às 05:59 hs. Universos: 5.449.400 domicílios e 17.608.100 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. (IBOPE, 2009).

Índice de Audiência (000) - TV - O índice de audiência percentual representa a porcentagem do total de indivíduos ou de domicílios que assistiram a qualquer um canal de televisão em determinado período de tempo. **Audiência individual** indica a porcentagem de indivíduos que assistiram a televisão em determinado período de tempo. (IBOPE, 2009).

TABELA 6 - COMPARATIVO DE PROGRAMAS DE MAIOR AUDIÊNCIA DE EMISSORAS DE TELEVISÃO E O JORNAL NACIONAL⁴¹¹

Emissora	Ordem de audiência	Programa 26/jun/2006 a 02/jul/2006	Audiência Domiciliar %	Audiência Individual (000)	Ordem de audiência	Programa 27/nov/2006 a 03/dez/2006	Audiência Domiciliar %	Audiência Individual (000)
Bandeirante	1	PROGRAMA RAUL GIL	5	401	1	JORNAL DA BAND	6	421
TV Cultura	1	CYBERCHASE SSX	5	399	1	CYBERCHASE SSX	4	355
TV Gazeta	1	GAZETA ESPORTIVA	3	161	1	MESA REDONDA	3	224
TV Globo	3	JORNAL NACIONAL	43	3.664	5	JORNAL NACIONAL	36	2.798
Rede Recor	1	NOVELA DAS SETE - PROV. DE AMOR	18	1.442	1	TELA MAXIMA DM	20	1.951
Rede TV!	1	PANICO NA TV	6	464	1	PANICO NA TV	6	431
SBT	1	DOMINGO ESPECIAL	17	1.436	1	A PRACA E NOSSA	14	1.155

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

TABELA 7 - COMPARATIVO DA MÉDIA DE AUDIÊNCIA DOMICILIAR E INDIVIDUAL ENTRE O JORNAL NACIONAL E OS PROGRAMAS DE MAIOR AUDIÊNCIA DE OUTRAS EMISSORAS

Período	JORNAL NACIONAL		PROGRAMAS DE OUTRAS EMISSORAS		
	Audiência Domiciliar %	Audiência Individual (000)	Audiência Domiciliar %	Audiência Individual (000)	
26/06/06 a 02/07/06	43	3.664	18	1.442	Record: novela
24/07/06 a 30/07/06	40	3.301	19	1.555	Record: filme
28/08/06 a 03/09/2006	40	3.356	17	1.385	SBT: topa ou não topa
25/09/06 a 01/10/06	38	3.147	17	1.437	SBT: filme
23/10/06 a 29/10/06	-	-	-	-	
27/11/06 a 03/12/06	36	2.798	20	1.951	SBT: Topa ou não topa
TOTAL	197	1.6266	91	7.770	
MÉDIA		39,4	18,2	1.554	

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

⁴¹¹ **Descritivo:** Fonte: Telereport. Programas de maior audiência na Região GSP. Todos os dias das 06:00 às 05:59 hs. Universos: 5.449.400 domicílios e 17.608.100 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. **Informações referentes ao período:** 26/jun/2006 a 2/jul/2006. **Data de Publicação:** 12/jul/2006 **Período de Atualização:** 19/07/2006. **Informações referentes ao período:** 27/nov/2006 a 3/dez/2006. **Data de Publicação:** 14/dez/2006.

Os dados socioeconômicos da população revelam que a televisão está em nove de cada 10 casas brasileiras. É, por isso, o mais difundido meio de sondagem da população sobre a realidade que escapa ao seu aparato sensorial. A televisão, no Brasil, parece ser um espaço virtual privilegiado para a análise dos fenômenos da *atualidade mediática*.

O *Jornal Nacional*, por sua vez, oferece enquadramentos por meio dos quais é possível observar as *controvérsias interpretativas* que ajudam as pessoas a fazerem sentido da realidade que as cerca. O fato de o telejornal ser o mais assistido da televisão brasileira significa que essas *controvérsias* contribuem para que uma quantidade maior de pessoas possa interpretar fatos e eventos. Nesse caso, é o *JN* que, em um mesmo momento, inscreve novos enquadramentos e *controvérsias interpretativas* na *atualidade mediática*, convertendo uma mediação/representação/moço de perceber fatos e eventos particulares em uma renovada significação para milhares de pessoas.

3.1 Descrição Metodológica

Com o objetivo de observar esses fenômenos comunicacionais, realizou-se uma pesquisa em três períodos distintos, definidos a partir de critérios estabelecidos nesta pesquisa. O primeiro período compreende 22 edições do *Jornal Nacional* e 545 notícias e ocorre no mês de junho de 2006. O segundo período se estende dos meses de julho de 2006 a outubro do mesmo ano. Nesse intervalo, 92 edições do telejornal e 2.292 notícias foram analisadas.⁴¹² E, finalmente, o terceiro período ocorreu no mês de novembro, incluindo 17 edições do *JN* e 361 notícias, como demonstra a tabela apresentada a seguir:

⁴¹² Isso só foi possível graças ao acervo digital gentilmente cedido pela Agência ANDI, disponibilizando, inclusive, computador e tempo.

TABELA 8 - Demonstrativo dos Períodos, Número de Edições e Notícias Pesquisados

Período	Mês	Intervalo de tempo	Número de edições	Número de notícias	Intervalo das notícias	Edições não analisadas
1º período	Junho	1º de junho a 30 de junho	22	545	1 a 545	9,10,12,26
2º período	Julho	1º de julho a 29 de outubro	19	460	546 a 1005	4,13,14,15,17,27,28
	Agosto		24	546	1006 a 1551	7,8,26
	Setembro		24	514	1552 a 2065	14,23
	Outubro		25	772	2066 a 2837	-
3º período	Novembro	30 de outubro a 20 de novembro	17	361	2838 a 3198	13,14,15,16,17,27,28,29,30
	Total		131	3198		25

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

A composição desses períodos se deveu ao calendário eleitoral determinado pelo Tribunal Superior Eleitoral⁴¹³ (BRASIL, 1997; BRASIL, 2006) e às escolhas metodológicas que possibilitaram realizar comparações entre eles. Dessa forma, o primeiro e o terceiro períodos foram analisados para fins de controle e de comparação com o segundo período, que ocorre a partir da escolha dos candidatos e das vedações às emissoras de rádio de TV, até a realização do segundo turno das eleições.

Tabela 9 - Demonstrativo dos Períodos Segundo Calendário Eleitoral

1º Período	30 de junho	Fim das convenções
	1º de junho	Início da análise
2º Período	1º de julho	Vedações às emissoras de rádio e tv
	15 de agosto	Início do HPEG
	28 de setembro	Fim do HPGE
	1º de outubro	Eleições primeiro turno
	16 de outubro	Início do HPEG
	27 de outubro	Fim do HPGE
	29 de outubro	Eleições segundo turno
3º período	29 de novembro	Fim da análise

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

⁴¹³BRASIL. Lei nº 9.504/97 de 30 de setembro de 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm>. Acesso em: 17 jul.2008.
BRASIL. Instrução nº 86. Resolução nº 22.249. Brasília-DF. Publicada no DJ de 10.7.2006 e republicada no DJ de 17.7.2006. Relator: Ministro Gerardo Grossi. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/institucional/biblioteca/instrucoes_do_tse/inst_86.htm>. Acesso em: 17 jul. 2008.

A delimitação do segundo período é marcada, em uma extremidade, pela escolha dos candidatos e definição das coligações nas convenções partidárias e pelas restrições impostas pela Lei Eleitoral (1997) às emissoras de rádio e televisão. Esses dois fatos foram escolhidos porque: a) criam um contexto eleitoral específico no qual a disputa deixa de ser interna aos partidos políticos e o enfrentamento entre os candidatos se transfere para o espaço público, no caso dessa pesquisa, se transfere para a praça pública virtual e mediática; b) os candidatos e as coligações partidárias estão definidos e começam a disputar entre si e com os jornalistas para que seus enquadramentos predominem na interpretação dos fatos e eventos nos meios de comunicação; c) trata-se ainda de um período marcado por vedações às emissoras de rádio e televisão que impõem um ambiente específico para o enquadramento da política na *atualidade mediática*.

1. Data a partir da qual não será veiculada a propaganda partidária gratuita, prevista na Lei nº 9.096/95, nem permitido qualquer tipo de -propaganda política paga no rádio e na televisão (Lei nº 9.504/97, art. 36, § 2º).

2. Data a partir da qual é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e noticiário (Lei nº 9.504/97, art. 45, I a VI):

I – transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;

II – usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo, que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido político ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito;

III – veicular propaganda política ou difundir opinião favorável ou -contrária a candidato, partido político, coligação, a seus órgãos ou -representantes;

IV – dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou -coligação;

V – veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;

VI – divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou com o nome que deverá constar da urna eletrônica.⁴¹⁴

A Lei Eleitoral explicita os enquadramentos não desejáveis e passíveis de punição, durante o que considera período eleitoral, em todos os gêneros da

⁴¹⁴BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**: estabelece normas para as eleições. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/web/codigos/eleitoral/eleit.htm#E22E1>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

programação de rádios e televisões. Trucagem, montagem, difusão de opiniões favoráveis ou críticas, e tratamento privilegiado são formas de seleção e saliência – enquadramentos – que promovem um entendimento específico de um tema ou evento. Esse é um ambiente particular, no que diz respeito aos enquadramentos dos assuntos políticos, porque ocorre apenas e somente durante os períodos eleitorais.

Na outra extremidade do segundo período, a realização do segundo turno das eleições gerais delimita seu fim e o início do terceiro. Significa afirmar que a disputa pelos enquadramentos interpretativos culminaram na ação de milhares de cidadãos que encontraram, nos meios de comunicação, uma estratégia de sondagem da realidade que ultrapassa a sua própria territorialidade e sobre a qual foram instados a atuar.⁴¹⁵

O primeiro e o terceiro períodos, ainda que próximos do período de análise, forneceram condições de comparabilidade entre si, revelando aspectos não percebidos apenas com a análise do segundo período. Esses períodos não são regidos pelas vedações às emissoras de rádio e televisão.

Com os períodos definidos realizou-se uma análise de conteúdo em 131 edições do *Jornal Nacional* de acordo com as edições e números de notícias explicitados na Tabela cinco.

3.2 Análise de Conteúdo

O instrumento da Análise de Conteúdo (AC) - que teve origem nos Estados Unidos durante a década de 1940, alavancado pelos estudos da Escola de Jornalismo da Colúmbia - foi escolhido como processo técnico para sustentar a análise realizada nesta dissertação. Bardin⁴¹⁶ indica os estudos de Harold Lasswell (1927) sobre imprensa e propaganda como os primeiros a impulsionar o uso desse instrumento metodológico nas ciências humanas.⁴¹⁷ O estudo da problemática dos efeitos, que

⁴¹⁵No Brasil o voto é obrigatório conforme em BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 2 abr. 2009.

⁴¹⁶BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

⁴¹⁷Vide capítulo 1, p. 31, desta dissertação.

também tem em Lasswell um deus representantes, surge junto com a análise de conteúdo e com a emergência de novas formas de comunicação capazes de chegar a uma grande quantidade de pessoas ao mesmo tempo.

A Análise de Conteúdo nos permite realizar inferências ou deduções lógicas, com base em indicadores que auxiliam no regresso às causas dos fenômenos analisados, nos momentos necessários à pesquisa, e no aprofundamento das características da comunicação. Esse instrumento rejeita a compreensão espontânea dos fatos sociais, distancia-se da subjetividade, proporciona uma vigilância crítica – epistemológica – por meio de técnicas de ruptura que afastam o pesquisador da familiaridade com o objeto de análise.⁴¹⁸

Ultrapassar a incerteza e enriquecer a leitura são os dois principais objetivos da AC. Para Bardin⁴¹⁹, se é possível partilhar uma perspectiva muito pessoal com outros, então significa que a mensagem contém o que o pesquisador julga existir. Por outro lado, se uma observação espontânea é produtiva, uma leitura analítica pode conduzir a descobertas das quais não se tinha compreensão anteriormente.

Bardin⁴²⁰ argumenta que a AC se aplica a domínios de investigação onde faltam técnicas e problemática de base. A Análise, embora apresente disparidade de formas é aplicável ao vasto campo da Comunicação. A técnica se aplica ao domínio linguístico (oral e escrito), ao icônico (imagens, fotografias, filmes, dentre outros) e outros *códigos portadores de significação*.

O analista de conteúdo delimita suas unidades de registro e de contexto de forma que possa realizar: a) descrição das características das mensagens; b) inferência ou a dedução de maneira lógica; c) interpretação daquelas características. A fase de inferência é o procedimento intermediário que permite a passagem *explícita e controlada*⁴²¹, da fase de descrição para a de interpretação.

O processo dedutivo ou inferencial, propiciado pela AC, deve ocorrer em dois planos: o sincrônico e o diacrônico. No plano sincrônico ou horizontal, realiza-se uma análise descritiva e no plano diacrônico ou vertical, a problematização das

⁴¹⁸BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

⁴¹⁹Ibidem.

⁴²⁰Ibidem, p. 35.

⁴²¹Ibidem, p. 39.

inferências e suas variáveis. A AC pode ser combinada com outros procedimentos de análise que possam fundamentar uma interpretação.

Bardin conceitua a Análise de Conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.⁴²²

Este estudo trabalhou com um conjunto de técnicas da AC como instrumento analítico de aproximação do objeto de estudo. Essas técnicas são também utilizadas por Porto⁴²³ na aplicação do modelo de controvérsias interpretativas. O autor sugere, contudo, um conjunto de categorias por meio das quais pode-se observar os enquadramentos interpretativos que constituem as controvérsias.

Para a realização da Análise de Conteúdo dos três períodos⁴²⁴, elaborou-se um modelo de coleta de dados a partir de uma resultante de classificações utilizadas por pesquisadores brasileiros como Guazina⁴²⁵, Porto⁴²⁶, Miguel⁴²⁷, Aldé⁴²⁸ e Neves⁴²⁹. Em um primeiro momento, foram realizadas duas tentativas com uma edição cada, até se chegar ao modelo trabalhado durante todo o período de coleta de dados. Além disso, foram anotadas observações qualitativas ao longo de todo o

⁴²²BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977, p. 42.

⁴²³PORTO, Mauro Pereira. Novos apresentadores ou novo jornalismo? O *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. In: **Comunicação e Espaço Público**, v. 5, n. 1-2, 2002.

PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

⁴²⁴Vide tabela 6.

⁴²⁵GUAZINA, Liziane Soares. **Alinhados com o poder: um estudo sobre a cobertura política do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* (março-agosto/98)**. Brasília, Universidade de Brasília, 2001. Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

⁴²⁶PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

PORTO, Mauro. *Op. Cit.*, 2007.

⁴²⁷MIGUEL, Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil: episódios da história recente**. Brasília: Plano Editora, 2002.

MIGUEL, Luis Felipe. A descoberta da política: a campanha de 2002 na Rede Globo. In: **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

⁴²⁸ALDÉ, Alessandra. As eleições presidenciais de 2002 nos jornais. In: **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

⁴²⁹NEVES, Flora. **Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais**. São Paulo: Editora Summus, 2008.

processo. Esse procedimento se mostrou útil para a seleção de casos de ocorrência de enquadramentos e *controvérsias interpretativas* que poderiam proporcionar o aprofundamento ou a exemplificação desta análise.

Ao todo foram classificadas, de acordo esse modelo (Tabela 7, a seguir), 3.148 notícias (Tabela 5), com 16 variáveis, totalizando 50.368 dados. No primeiro período, determinado pela pesquisa, foram analisadas 545 notícias; no segundo, 2.292 notícias; e no terceiro período 360. Os cálculos estatísticos⁴³⁰ realizados antes do início da coleta dos dados revelaram que para 156 edições, deveria-se compor uma amostra com pelo menos 74,3 % do universo, ou 116 edições. Nesta análise, contudo, foi de 131 edições, um pouco mais do que o necessário, em decorrência da disponibilidade do material. Para realizar esse cálculo considerou-se o nível de confiança 2, ⁴³¹ erro máximo permitido de 4, e uma incidência de enquadramentos interpretativos (*modelo de controvérsias interpretativas*, ver Capítulo 1 deste estudo) em 60% do universo. Esse cálculo inicial foi útil porque nos obrigou a analisar uma vasta quantidade de edições, porém equivocado, pois a unidade de análise não era a edição do *JN*, mas suas notícias. Esse erro nos permitiu verificar, com um alto grau de confiança, a incidência real de enquadramentos interpretativos e noticiosos nesse período e estimar uma mostra mais correta e menos abrangente do que a que foi realizada.

Considerando a Fórmula para Cálculo de Amostras para Populações Finitas ou menores do que 100.000, realizamos o cálculo que se segue:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{(4) \cdot 37 \cdot 63 \cdot (156)}{(16) \cdot (156 - 1) + (4) \cdot (37) \cdot 63} = \frac{1.454.544}{11.804} = 123,2$$

⁴³⁰Aplicou-se a fórmula para cálculos de amostra finita ou menor do que 100.000.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

n = Tamanho da amostra. σ^2 = Nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão. p = Percentagem com a qual o fenômeno se verifica. q = Percentagem complementar (100-p). N = Tamanho da população. e2 = Erro máximo permitido.

⁴³¹O nível de confiança de uma amostra refere-se à área da curva normal definida a partir dos desvios-padrão em relação à sua média. 2 desvios significam 95,5% de seu total. 1 desvio padrão = 68% de representatividade; e 3 desvios = 99,7% da amostra ou população.

Nesse cálculo, manteve-se o nível de confiança 2 e erro máximo permitido de 4%. Alterou-se entretanto a incidência de enquadramentos interpretativos, com base nos dados reais obtidos na análise, 37%. Mesmo que as notícias e não as edições sejam a unidade de pesquisa, o cálculo se revela útil quando não se tem *a priori* a quantidade ou uma média de quantidade de notícias. Em pesquisas futuras, talvez seja mais apropriado realizar uma verificação anterior da quantidade de notícias e realizar os cálculos a partir dessa média.

Ao se considerar a unidade de análise, as notícias e não as edições, o nível de confiança aumenta enquanto o percentual de erro cai. Isso ocorre porque o universo aumenta de 156 edições para 3.198 notícias. O primeiro problema que encontramos para realizar esse cálculo foi que nosso universo de pesquisa era de 156 edições, porém 25 delas não foram analisadas (Tabela 6). Por isso, realizamos dois cálculos de estimativa de edições por dia: a) o primeiro considerou a média de 24,4 notícias, resultado que encontramos dividindo 3.198 notícias por 131 edições. Com esse resultado expandimos o número para 3.808 e encontramos uma amostra necessária de 1.446,15 notícias. Essa amostra considera o máximo de confiança e mínimo erro permitido. A amostra – 3.198 notícias – é, portanto, 121% maior do que a necessária.

$$n = \frac{(9) \cdot 37 \cdot 63 \cdot (3808)}{(9) \cdot (3808 - 1) + (9) \cdot (37) \cdot 63} = \frac{79.888.032}{55.242} = 1446,15$$

Para diminuir a possibilidade de erro, aumentamos a média de notícias diárias para 30, já que o valor de 24,4 poderia estar subestimado devido às 25 edições não analisadas. Ainda assim, chegamos a um número próximo do cálculo anterior. A amostra ainda permaneceu superior à necessária. 3.198 notícias representam um pouco mais que o dobro, 105%, do resultado do cálculo, 1.556,2.

$$n = \frac{(9) \cdot 37 \cdot 63 \cdot (4.680)}{(9) \cdot (4.680 - 1) + (9) \cdot (37) \cdot 63} = \frac{98.181.720}{63.090} = 1.556,2$$

Se por um lado analisamos mais que o dobro de notícias necessárias, por outro, reduzimos o erro máximo para 1,44%, o que, em princípio, confere um alto grau de acerto na escolha da amostra.

$$3.198 = \frac{(9) \cdot 37 \cdot 63 \cdot (4.680)}{(e)^2 \cdot (4.680 - 1) + (9) \cdot (37) \cdot 63} = 1,4415$$

Essas experimentações se revelaram úteis para pesquisas futuras, principalmente por problematizar a questão da amostra em análise de conteúdos que envolvam o *Jornal Nacional*, em período eleitoral, e utilize o modelo de *controvérsias interpretativas*. Isso porque encontramos alguns dados que podem servir de parâmetro ou de comparação de resultados futuros, ainda que saibamos das limitações que representam o universo de análise de cinco meses do telejornal. Nesse período, o *Jornal Nacional* possui uma média de 24,4 notícias por edição; 37% de enquadramentos noticiosos e 67% de enquadramentos interpretativos. Em um universo estimado de 4.680 notícias, a amostra pode ser em torno de 42% para um desvio padrão 3 e erro mínimo de aproximadamente 1,5%.⁴³²

Consideramos a possibilidade de restringir a pesquisa aos assuntos ligados à política. Contudo, assuntos referentes à política e outras temáticas se relacionam, se sobrepõem, se atravessam, de forma que optamos por analisá-las em sua integralidade a fim não restringir, *a priori*, o que era ou não assunto estritamente político.

⁴³²Caso o *Jornal Nacional* conserve as mesmas características de proporcionalidade entre os enquadramentos noticiosos (63%) e interpretativos (37%) em um universo é possível calcular diferentes amostras com desvio padrão 3 e erro de 3%. A título de curiosidade realizamos esse cálculo. (ANEXO 1 desta dissertação).

Tabela 10 - Máscara de Coleta de Dados⁴³³

	Notícia →	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16 (...)
a)	T INICIAL																
1	NUMERAÇÃO																
2	DATA																
3	DIA																
4	LOC																
5	C NOTÍCIA																
6	ASSUNTO																
7	C ASSUNTO																
8	EST/P																
9	FORMATO																
10	ENQ N OU I																
11	TIPO DE F																
12	T DA F																
13	G DA F																
14	T FINAL																
15	T T																
16	OBSERVAÇÃO																

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

A análise de conteúdo de cada notícia considerou os seguintes itens: a) Tempo inicial; 1) Numeração; 2) Data; 3) Dia da semana; 4) Localização; 5) Classificação da notícia; 6) Assunto; 7) Classificação de assunto; 8) Estado onde ocorreu o fato ou assunto; 9) Formato; 10) Enquadramento noticioso ou enquadramento interpretativo; 11) Tipo de fonte; 12) Tempo da fonte; 13) Gênero da fonte; 14) Tempo final; 15) Tempo total; 16) Observação.

Os itens a, 1, 2, 3, 14 e 15 funcionaram como controle de dados para posterior verificação de consistência das tabelas. No caso do item a e 14 sua é a de função marcar o início e o final de cada notícia para que possibilitar medir o tempo de cada uma delas, expresso no item 15.

⁴³³a) TEMPO INICIAL; 1) NUMERAÇÃO; 2) DATA; 3) DIA DA SEMANA; 4) LOCALIZAÇÃO; 5) CLASSIFICAÇÃO DA NOTÍCIA; 6) ASSUNTO; 7) CLASSIFICAÇÃO DE ASSUNTO; 8) ESTADO ONDE OCORREU O FATO OU ASSUNTO; 9) FORMATO; 10) ENQUADRAMENTO NOTICIOSO OU ENQUADRAMENTO INTERPRETATIVO; 11) TIPO DE FONTE; 12) TEMPO DA FONTE; 13) GÊNERO DA FONTE; 14) TEMPO FINAL; 15) TEMPO TOTAL; 16) OBSERVAÇÃO.

O item 4, Localização, se refere a qual bloco do telejornal em que a notícia ocorreu. Esse item nos forneceu uma idéia geral da estrutura do telejornal e de como dispõe e organiza os assuntos que aborda. Na televisão, diferente dos noticiosos impressos, as notícias não estão explicitamente organizadas em cadernos com classificação, como *1º caderno, economia, ciência ou cultura*. Essa organização é implícita e possui maior flexibilidade em relação às notícias dos impressos. Os blocos são separados entre si por intervalos comerciais.

No item 5, Classificação da notícia, agrupamos as notícias de acordo com o seu formato: (N) nota, (NC) nota coberta, (RE) reportagem, (SU) *stand-up*, (IND) indicador, (ENT) entrevista, (CO) comentário, (ED) editorial, (ES) especial, (CH) charge e (CR) crônica. (vide tabela 11, próxima página)

No item sete, Classificação de Assunto, procuramos agregar as notícias em grandes temáticas que se seguem: 1) (CI) ciência; 2) (CS) consumo; 3) (CL) cultura; 4) (EC) economia; 5) (ED) editorial; 6) (ES) esporte; 7) (ESP) especial; 8) (FD) fatos diversos; 9) (IH) interesse humano; 10) (INT) internacional; 11) (IND) indicador; 12) (INST) institucional; 13) (MA) meio ambiente; 14) (OU) outros; 15) (PO) política; 16) (POPL) Política Pública; 17) (RE) Religião; (VS) violência/segurança; e (SA) saúde. Inicialmente trabalhamos com menos classificações, mas a análise das edições relevou que elas seriam insuficientes. Por isso, incorporamos novas classificações à medida em que essas notícias ocorreram, realizando uma revisão posterior das primeiras edições com a classificação final consolidada. Destaque-se que essas classificações podem seguir outros tipos de agregação para fins de análise.

Em alguns casos a Classificação da notícia e a Classificação do assunto possuem o mesmo nome e o mesmo significado, como editorial e indicador. No caso do editorial, os significados são semelhantes, contudo, no caso do indicador, a classificação de assunto foi restrita a apenas uma temática.

Tabela 11 - Classificação das Notícias Segundo Formato⁴³⁴

(CH) Charge	Momento em que fatos ou fato do dia são apresentados de forma humorística dentro da edição.
(CO) Comentário	Matéria na qual um jornalista especializado no assunto, faz uma análise ou interpretação dos fatos ou eventos.
(CR) Crônica	Matéria na qual um jornalista faz considerações dos fatos mesclando o gênero jornalístico com o literário.
(ED) Editorial	Texto lido pelo apresentador, em geral, que expressa a opinião da emissora.
(ENT) Entrevista	Momento em que uma pessoa é entrevistada por um repórter ou pelos apresentadores. Em geral, ocorre ao vivo, com perguntas e respostas sem edição.
(ES) Especial	Série de reportagens com a mesma temática que se desenvolve em várias edições.
(IND) Indicador	Notícias que apresentam resultados de naturezas diversas. Em geral é lido pelo apresentador.
(N) Nota	Texto curto, sem imagens, lido ao vivo pelo apresentador.
(NC) Nota coberta	Texto coberto com imagens, pode ser gravado.
(RE) Reportagem	Forma mais completa de apresentação da notícia, possui texto, imagens, presença do repórter e de entrevistados. Em geral é mais longa.
(SU) <i>Stand-up</i>	O mesmo que flash ou boletim. Trata-se de um recurso usado para dar uma notícia importante que não tem imagens.
(INST) Institucional	Propagandas inseridas no telejornal sobre a programação da Rede <i>Globo</i> de Televisão.

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

A classificação dos assuntos gera uma série de dúvidas e dificuldades porque os assuntos não são estanques, eles se cruzam e se sobrepõem. Contudo, tentamos encaixá-las seguindo seus enquadramentos predominantes. (Tabela 12).

⁴³⁴HERNANDES, Milton. **A mídia e seus truques**: o que o jornal, a revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
 BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
 PATERNOSTRO, Vera Íris. **Texto na TV**: o manual do telejornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.
 GUAZINA, Liziane. **Alinhados com o poder**: um estudo sobre a cobertura política do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* (março-agosto/98). Dissertação de Mestrado em Comunicação, Universidade de Brasília, 2001.

Tabela 12 - Classificação das Notícias Segundo Assunto

1	(CI) Ciência	Notícias que abordassem assuntos de pesquisas, experimentos, descobertas, prêmios.
2	(CS) Consumo	Notícias que tratassem de compras, datas comemorativas que movimentam o comércio, como natal e dia das crianças.
3	(CL) Cultura	Notícias culturais e artistas como shows, festivais, patrimônio, museus, bibliotecas.
4	(EC) Economia	Indicadores econômicos (dólar, juros, bolsa de valores, dívida pública, balança comercial, risco Brasil, taxa de juros, crescimento, produção industrial, superávit) caso Varig, exportação/importação, telefonia, arrecadação de imposto, inadimplência, agricultura, indústria, burocracia, turismo, pirataria, desemprego.
5	(ED) Editorial	Texto, em geral, lido pelo apresentador que expressa a opinião da emissora sobre um assunto.
6	(ES) Esporte	Qualquer modalidade de esporte, inclusive suas personalidades.
7	(ESP) Especial	Série de reportagens com a mesma temática que se desenvolve em várias edições.
8	(FD) Fatos diversos	Notícias que tratassem de fatos do cotidiano como: enchente, incêndio, seca, mortes, acidentes, fatalidades, curiosidades.
9	(IH) Interesse humano	Notícias que contassem uma história centrada em uma pessoa, enfatizando a dramaticidade da situação.
10	(INT) Internacional	Notícias que tratassem de assuntos de outros países.
11	(IND) Indicador	Incluimos nesses indicadores apenas os relacionados ao tempo.
12	(INST) Institucional	Nessa classificação constam todas as matérias promocionais da emissora tanto de ações da empresa quanto propagandas e chamadas para outros programas da emissora.
13	(MA) Meio ambiente	Notícias relacionadas à questões ambientais, como queimadas, desmatamento, extinção de animais etc.
14	(OU) Outros	Assuntos que não se enquadravam em nenhuma das classificações acima.
15	(PO) Política	Notícias que trataram explicitamente dos poderes Executivo, Legislativo, Judiciário em todas as instâncias (federal, estadual, municipal). Corrupção na esfera pública, ações de governo. Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI). Eleições (campanha, pesquisa, entrevistas). Ações de movimentos da sociedade civil organizada como sindicatos, confederações e movimentos sociais. Greves. Ações dos partidos políticos. Serviços aos eleitores.
16	(POPL) Política Pública	Assuntos que tratassem da abordagem de uma política pública em discussão ou já implantada.
17	(RE) Religião	Assuntos sobre temas religiosos.
18	(SA) Saúde	Assuntos que tratassem de saúde e doença, mas que tivesse um cunho de utilidade pública, esclarecimento e prestação de serviço.
19	(VS) violência/ segurança	Notícias que tratassem da questão da violência segurança, como: assaltos, seqüestros, atentados (como os que ocorreram em São Paulo no período pesquisado), operações da Polícia Federal em casos que não envolvessem políticos, rebeliões, pedofilia, vandalismo, julgamentos de casos de violência, chacina, tráfico de drogas, tortura, sistema carcerário, tráfico humano, fuga de presos, grupos de extermínio, caso Tim Lopes, Caso Richthofen.

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

O item 8, Estados brasileiros ou País, foi pensado para medir a concentração da cobertura em determinados estados ou países. Assim, classificamos todas as notícias apontando onde ocorreu o fato. No caso onde vários Estados são citados, optamos por classificá-las onde o repórter fez sua *passagem* – momento em que o repórter aparece; a passagem na televisão funciona como o *lead*, nos jornais impressos. É na *passagem* em que se encontra, em geral, a informação mais importante da notícia.

A classificação 9, Formato, e 10, Tipo de enquadramento, seguiram o modelo de *controvérsias interpretativas* de Porto (2002, 2004 e 2007):

Tabela 13: Classificação das Notícias segundo Formato no Modelo de Controvérsias Interpretativas⁴³⁵)

(EP) Episódico	Quando nenhum enquadramento interpretativo é apresentado na notícia que se limita a relatar um fato/evento/ação ou tema.
(RE) Restrito	Quando apenas um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema é apresentado
(PF) Plural-fechado	Quando mais de um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema são apresentados, mas são organizados em uma hierarquia de forma que um dos enquadramentos é preferido sobre os demais e apresentado como superior ou mais correto.
(PA) Plural-aberto	Quando mais de um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema são apresentados, mas são tratados de forma mais indeterminada, sem que nenhuma interpretação seja apresentada como superior ou mais correta.

Fonte: Porto, 2002, 2004 e 2007.

No item 10, procuramos identificar os tipos de enquadramentos das notícias, de acordo com o modelo de controvérsias interpretativas: enquadramentos noticiosos e enquadramentos interpretativos. Porto (2002 e 2004) define enquadramentos noticiosos como um nível mais geral de enquadramento que envolve:⁴³⁶

⁴³⁶Embora nossa análise tenha se centrado nos enquadramentos interpretativos e não analisado os noticiosos, é necessário esclarecer que Porto, (2002, p 71) distingue quatro tipos de enquadramentos noticiosos. 1) “Enquadramento temático: padrão interpretativo que enfatiza as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha. A ênfase das notícias que adotam este enquadramento noticioso está nas plataformas e programas apresentados pelos diferentes candidatos. 2) Enquadramento corrida de cavalos: padrão interpretativo que concebe a evolução da campanha como uma corrida entre candidatos. A ênfase está em quem está avançando ou quem está ficando para trás e portanto nos resultados das pesquisas e nas estratégias de campanhas dos candidatos. 3) Enquadramento centrado na personalidade: diz respeito às notícias que enfatizam as características e a vida pessoal dos candidatos e outros

[...] padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados pelos jornalistas para organizar seus relatos. No jargão do jornalista seria o ângulo da notícia, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros. Uma característica importante dos enquadramentos noticiosos é o fato de que eles são o resultado de escolhas feitas por jornalistas quanto ao formato das matérias, escolhas estas que têm conseqüência a ênfase seletiva em determinados aspectos de uma realidade percebida.⁴³⁷

A partir desse conceito, trabalhamos com a perspectiva de que os enquadramentos noticiosos adotam uma característica mais descritiva de notícia, com ênfase em eventos e relatos circunscritos a fatos do dia.

Os enquadramentos interpretativos, por sua vez, ocorrem em um nível mais específico e possuem, de acordo com Porto (2002, 2004, 2007), uma relativa independência dos jornalistas que os relatam.

Enquadramentos interpretativos (*enquadramentos promovidos por um agente patrocinador e que oferecem uma interpretação específica de temas e eventos políticos*) são padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de tratamento etc. Estas interpretações são promovidas por atores sociais diversos, incluindo representantes do governo, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos, associações profissionais. Embora jornalistas também contribuam com seus próprios enquadramentos interpretativos ao produzir notícias, este tipo de enquadramento tem origem geralmente em atores sociais e políticos externos à prática jornalística. Trata-se aqui de interpretações oriundas de um contexto mais amplo que podem ser incorporados ou não pela mídia.⁴³⁸ e ⁴³⁹.

O grifo entre parênteses é nosso representa a definição acrescida por Porto (2007), três anos depois. Ele explicou quem são os atores que promovem esses padrões de interpretação na definição de enquadramento interpretativo como os

atores, incluindo descrições das suas habilidades e qualidades (competência, liderança, honestidade, etc). 4) Enquadramento episódico: nas notícias episódicas, jornalistas basicamente se restringem a relatar os últimos acontecimentos sem a utilização dos enfoques que caracterizam os demais tipos de enquadramento noticioso. Trata-se das notícias centradas em eventos que relatam "fatos" ou declarações de atores, adotando portanto um tipo mais descritivo de cobertura.

⁴³⁷ PORTO, Mauro Pereira. Novos apresentadores ou novo jornalismo? O *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. *In: Comunicação e Espaço Público*, v. 5, n. 1-2, 2002, p. 70.

⁴³⁸ PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. *In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004, p. 92.

“agentes patrocinadores que oferecem uma interpretação específica de temas e eventos políticos”⁴⁴⁰. Essa definição é especialmente importante nesta pesquisa e será abordada mais adiante.

Uma das diferenças mais importantes entre enquadramentos noticiosos e interpretativos, portanto, é a presença ou ausência de sonora ou fonte, na notícia. Porto⁴⁴¹ argumenta que os enquadramentos noticiosos são criados por jornalistas e os interpretativos são, em geral, elaborados por políticos e atores sociais. Isso não significa que os jornalistas não possuam um papel ativo nos enquadramentos interpretativos, mas que eles são mais sutis e indiretos e podem ser melhor observados pelos atores que foram escolhidos para falar na matéria.

Isso não quer dizer, contudo, que matérias com sonoras possuam necessariamente enquadramentos interpretativos. Há casos em que as sonoras apenas ilustram os relatos dos jornalistas e não oferecem as interpretações ou atalhos, para que as pessoas façam sentido daquele tema ou evento. Por outro lado, os enquadramentos interpretativos possuem “uma *fonte* específica (uma sonora, um jornalista, um personagem da ficção, um participante de *talk show* etc.), um *objeto* concreto (um tema ou evento político) e uma *interpretação* específica sobre este objeto (em termos de causas, significado, consequências etc)”⁴⁴². (grifos do autor).

Ressalta-se que, mesmo quando não há sonora, uma notícia pode ser interpretativa como, por exemplo, no comentário, no editorial, na crônica, na charge, ou mesmo uma notícia na qual o repórter ofereça explicitamente enquadramentos interpretativos.

Essas ressalvas demonstram como as escolhas no campo da Comunicação podem ser imprecisas, instáveis e complexas, instando o pesquisador a realizar freqüentes rupturas críticas nos níveis epistemológico, metodológico e metódico.

⁴³⁹PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil**: a Rede Globo e as interpretações da audiência. Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 125.

⁴⁴⁰Ibidem, p. 125.

⁴⁴¹PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004,

⁴⁴²PORTO, Mauro. **Op. Cit.**, 2007, p. 127.

Os itens 11, 12 e 13 do modelo de coleta de dados (TABELA 7) definem um aspecto singular do conceito de enquadramento interpretativo - a existência de uma fonte - e um dos principais pressupostos do modelo de controvérsias interpretativas - a identificação das interpretações que são apresentadas sobre os fatos e eventos. A classificação de Formato da notícia, restrito, plural-aberto, plural-fechado e episódico, considera a ausência, a existência e a pluralidade das interpretações apresentadas às pessoas para que elas possam fazer sentido sobre a realidade que a cerca. As sonoras, segundo o modelo, são o elemento-chave para a identificação dos enquadramentos interpretativos. É nas sonoras que há mais chances de encontrar enquadramentos interpretativos uma vez que, em geral, são os entrevistados que apresentam interpretações explícitas sobre fatos e eventos. De acordo com o modelo de *controvérsias interpretativas*, os enquadramentos apresentam “dicas persuasivas que são facilmente entendidas e que permitem aos cidadãos apoiar uma posição sem necessariamente ativar de forma consistente informações que eles ou elas possuem”⁴⁴³. Por isso, foram medidos três aspectos ligados às sonoras: a) o tipo da fonte; b) o tempo de cada fonte; c) o gênero de cada fonte.

Tabela 14 - Classificação de tipos de fonte⁴⁴⁴

1	(FO) Fontes oficiais	Presidente, ministros, outras autoridades governamentais
2	(CO) Congressistas	Senadores, deputados federais, estaduais e distritais e vereadores.
3	(PO) Políticos	Políticos que não são membros do governo ou do Congresso, Assembléias e Câmaras de Vereadores.
4	(MJ) Membros do Judiciário	Presidente, juízes etc
5	(SMS) Representantes de movimentos sociais organizados	Membros de sindicatos, organizações não governamentais e movimentos sociais.
6	(CC) Cidadãos Comuns	
7	(EC) Especialistas e consultores	Aqueles que são apresentados como especialistas ou consultores, embora possam ser pesquisadores e cientistas.
8	(EP) Empresários	
9	(PC) Pesquisadores e cientistas	Aqueles que são apresentados como pesquisadores ou cientistas.
10	(ES) Esportistas	
11	(AR) Artistas	
12	(PS) Profissionais da saúde	
13	(OU) Outros	Aqueles que não se encaixam nas classificações acima.

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

⁴⁴³ PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil**: a Rede Globo e as interpretações da audiência. Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 127, 134.

O tempo da sonora de cada fonte foi marcado com o uso de um cronômetro digital. Cada fonte identificada em uma matéria teve o seu tempo cronometrado. Da mesma forma, procedeu-se a identificação do gênero da fonte, se masculino ou feminino.

Hallin⁴⁴⁵, em uma extensa pesquisa sobre a cobertura das eleições na televisão, nos Estados Unidos, que abrangeu 20 anos, problematizou a transformação das sonoras nas coberturas eleitorais naquele país para explicar o surgimento da sonora de 10 segundos. Ele mostrou que no período, 1968 a 1998, o tempo médio das sonoras caiu de 43 segundos para 9 segundos, acarretando consequências significativas no jornalismo. Para ele a TV moderna é muito mais mediada do que as notícias da TV dos anos 60 e 70, quando a função do jornalista era relativamente passiva.

Hoje, as sonoras não são simplesmente reproduzidas e transmitidas para as pessoas, elas são tratadas como material bruto tomado à parte. Elas são combinadas com outras sonoras, imagens e integradas a uma nova narrativa colocando as autoridades e suas ações em perspectiva. Houve um deslocamento do que o candidato está dizendo para o que o jornalista está dizendo sobre o candidato e sua campanha. Essa tendência pode ser ilustrada pela queda no percentual da cobertura das eleições dedicadas às sonoras. Hoje elas representam 1/3 do que representavam na década de 60: caíram de 17,6% da cobertura para 5,7%.

Essa queda se verifica com maior intensidade para os candidatos e outras elites do que para os eleitores comuns. No ano de 1968, a média de sonoras por candidatos e outras elites era de 48,9 segundos; em 1998 elas caíram 81,9%, apresentando uma média de 8,9 segundos. A média de sonoras dos cidadãos comuns caiu 69,2%: em 68 tinham duração de 13,6% e em 98 passaram a ter 4,2 segundos. A diferença entre as sonoras dos candidatos e dos cidadãos comuns estreitou em 20% nas duas décadas de pesquisa. Os eleitores, em geral, aparecem para ilustrar situações e quase nunca contribuem com idéias ou discussões para a cobertura de uma campanha.

⁴⁴⁴Seguiu-se, em parte, a classificação trabalhada por Porto (2007, p. 163).

⁴⁴⁵HALLIN, Daniel C. Sound bite news: television coverage on elections, 1968-1988. **Journal of Communication**, v. 42, 1992.

A única tendência que se reverteu foi o crescente uso de especialistas em assuntos que oferecem análises técnicas com *aura de objetividade*⁴⁴⁶. Em 1968, apenas um comentarista especializado em política apareceu na cobertura; em 1998 foram 37. Em 1988, 58% das sonoras mostravam candidatos, 9% outras autoridades públicas, 8% especialistas políticos, 4% assessores de campanha, 6% especialistas em assuntos, 3% representantes de grupos de interesse, 4% militantes das campanhas e 8% outros.

Para Hallin⁴⁴⁷, essas mudanças na cobertura das eleições são parte de uma ampla transformação no jornalismo de televisão, nos últimos 20 anos, que demonstram como as notícias na TV moderna são mais empacotadas (*packaged*)⁴⁴⁸ mediadas e centradas no jornalista do que em suas fontes.

Ele aponta três motivos ajudam a entender o surgimento da sonora de 10 segundos na televisão: a) a evolução técnica, estética e cultural da televisão; b) o enfraquecimento do consenso e das autoridades políticas que levaram o jornalismo a uma reportagem mais crítica e ativa; c) mudanças no modelo econômico da indústria da comunicação.

Essas forças convergiram para produzir um estilo moderno no noticiário de televisão, que embora pareça mais interessante de assistir, altera significativamente a qualidade do discurso político. Para ele, o surgimento da sonora de 10 segundos impede que as pessoas tenham acesso à lógica dos argumentos de uma fonte, dificultando à audiência a possibilidade de tirar suas próprias conclusões sobre as interpretações de uma fonte.

Esse formato, que Hallin⁴⁴⁹ define como, centrado no jornalista e cada vez mais mediado, coloca o jornalista no centro do palco como intérprete da campanha e das controvérsias políticas. A aparição de eleitores comuns apenas para ilustrar situações, o crescente foco dos jornalistas na técnica e a primazia do discurso de especialistas em política assemelham cada vez mais as técnicas de jornalistas e de políticos, obscurecendo o debate sobre o futuro da nação, o que parecia ser a essência dos debates eleitorais em 1968.

⁴⁴⁶HALLIN, Daniel C. Sound bite news: television coverage on elections, 1968-1988. **Journal of Communication**, v. 42, 1992, p. 22.

⁴⁴⁷Ibidem.

⁴⁴⁸Ibidem, p. 11.

⁴⁴⁹Ibidem.

A postura mais combativa e mais adversária em relação aos candidatos por parte dos jornalistas foi uma reação às campanhas eleitorais cada vez mais sofisticadas e voltadas para a televisão. Hallin⁴⁵⁰ argumenta que os dirigentes políticos, antes dos jornalistas, descobriram formas de inclinar o noticiário a seu favor. A possibilidade de manipulação do jornalista pelo político tornou a cobertura crescentemente negativa ao longo dos anos. Os resultados apresentados mostram que o tom negativo, desenvolveu simultaneamente dentro de sonoras de 10 segundos: em 68, as notícias positivas e negativas tinham uma frequência aproximadamente igual. A partir de 80, entretanto, as histórias negativas predominam sobre as positivas: 16% contra 1%.

Os dados e a argumentação de Hallin⁴⁵¹ reforçam pressupostos fundamentais do modelo de *controvérsias interpretativas* à medida que colocam as sonoras como discussão fundamental de coberturas eleitorais. Ele reforça o argumento de Porto (2002, 2004, 2007) de que as sonoras oferecem acesso a *atalhos* para o entendimento dos fatos uma vez que os enquadramentos interpretativos podem ser melhor observados por meio dessas sonoras. Com uma média de tempo de 10 segundos, as sonoras se inscrevem dentro de outra narrativa, elaborada por jornalistas. Por isso, Porto (2002, 2004, 2007) trabalha com o conceito de enquadramento diferenciando-os em noticiosos e interpretativos. Em ambos os meios de comunicação não são apenas fonte de informação, mas mediadora de disputas sobre a interpretação da realidade. Mesmo os enquadramentos noticiosos, mais descritivos, apresentam padrões de apresentação, seleção e ênfase que organizam os relatos dos jornalistas.

A ênfase na análise de dados sobre Tipo, Tempo e Gênero das fontes apresentadas na cobertura do *Jornal Nacional*, durante o período eleitoral – primeiro, segundo e terceiro períodos–, portanto, busca identificar os enquadramentos interpretativos das notícias e por conseguinte as controvérsias interpretativas oferecidas às pessoas pelos jornalistas que atuam nos meios de comunicação.

⁴⁵⁰HALLIN, Daniel C. Sound bite news: television coverage on elections, 1968-1988. **Journal of Communication**, v. 42, 1992.

⁴⁵¹Ibidem.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Os Agendamentos, Enquadramentos e Controvérsias Interpretativas no Noticiário: uma Análise do *Jornal Nacional*

Conforme exposto anteriormente na introdução desta dissertação, o *Jornal Nacional* é assistido diariamente por cerca de 25 milhões de pessoas em todo o País. Por ano, o *Jornal Nacional* transmite 150 horas de jornalismo e possui equipes com repórteres, cinegrafistas e editores nos 26 Estados do País e no Distrito Federal. Ao todo, cerca de 4.500 jornalistas trabalham na produção diária do telejornal.⁴⁵²

Esse talvez seja um *Jornal Nacional* que milhares de pessoas conhecem. O que nosso estudo se propôs pesquisar é um outro *telejornal*, tomado como objeto de investigação da disciplina da Comunicação. Trata-se de um fenômeno comunicacional inserido em uma instância denominada de *atualidade mediática*, na qual os meios de comunicação estão na base da produção de novos processos de sociabilidade.

Os meios de comunicação são dispositivos tecnológicos, forjados por uma Sociedade complexa, na qual convive uma multiplicidade de comunidades formadas por associações efêmeras, que os indivíduos estabelecem ao longo de suas relações sociais. O *Jornal Nacional*, portanto, é uma prática social que permite uma leitura particular de fenômenos que ocorrem naquela Sociedade. Ele auxilia na definição das estratégias de engajamento dos indivíduos na coletividade porque se constitui em um espaço social.

O *Jornal Nacional*, enquanto prática social, produz padrões de cognição, interpretação, seleção, ênfase da realidade percebida. Essa organização do mundo em relatos gera enquadramentos através dos quais certos aspectos da realidade percebida se tornam mais salientes do que outros. Os enquadramentos diagnosticam problemas, avaliam suas causas e prescrevem soluções para eles.

Nessa prática social os processos comunicacionais podem ocorrer em forma de disputas no interior dos enquadramentos interpretativos, promovidos por fontes de informação selecionadas pelos jornalistas. Esse tipo de enquadramento

⁴⁵² *JORNAL NACIONAL: a notícia faz história*. 12. ed. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editores, 2005, p. 12.

contém *dicas persuasivas*⁴⁵³ que orientam o que as pessoas interpretam como realidade.

Esse é o *Jornal Nacional* que nesta dissertação propôs-se a investigar. Para tanto, realizamos uma análise de conteúdo em 131 edições do *JN*, nos meses de Junho a novembro de 2006, procurando classificar 16 tipos diferentes de dados. O período do estudo foi escolhido porque antecede e procede à realização das eleições gerais no Brasil, na qual se elegeu o Presidente da República, dentre outros cargos públicos.

Ao todo, foram analisadas 3.198 notícias e 224 minutos de telejornal (Gráfico 11). Essa pesquisa coletou 51.168 dados manualmente, utilizando um modelo representado no Gráfico 7. Esses dados foram transportados, para uma planilha digitalizada e manipulados de forma que pudessem, sistematizados, gerar informações, comparações e inferências.

O intervalo de tempo pesquisado foi dividido em três períodos distintos para possibilitar análise e comparações entre os dados coletados. O 1º período compreende o mês de Junho, o 2º, de Julho a Outubro e o terceiro período, Novembro de 2006 (ver percurso metodológico, p. 138). Os Gráficos 11 e 12 demonstram a delimitação da pesquisa e seus dados gerais de tempo e quantidade de notícias e edições, separadas pelos três períodos definidos. Para efeito desta pesquisa, será chamado de 2º Período (Julho a Outubro) o período eleitoral por grupo.

⁴⁵³PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil**: a Rede Globo e as interpretações da audiência. Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 125.

Tabela 15 - Tempo do Período por Notícia

	Mês	Tempo Total (s)	Tempo Total (m)	Número de Notícias por Período (uni)	Tempo Total de Notícias (min)	Média de Quantidade de Notícias por Edição (uni)	Média de Tempo das Notícias (min)
1º Período	Junho	43.716"	728,6'	545	80,21	24,7	1,33
2º Período	Julho a Outubro	162.284"	2.704,7'	2.292	70,8	24,9	1,18
3º Período	Novembro	26.426"	440,4'	361	73,2	21,2	1,22
	TOTAL	232.426"	3.873,7'	3.198	224,21	23,6	1,24

(s): segundos; (m): minutos; (uni): unidade

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Tabela 16 - Média de Notícias por Mês

	MÊS	Número de Notícias por Mês (uni)	Número de edições por Mês (uni)	Média do número de edições (uni)	Tempo Total (s)	Tempo Total (m)	Média de tempo das notícias (m)
1º Período	Junho	545	22	24,7	4.3716	728,6	1,33
2º Período	Julho	460	19	24,2	3.4626	577,1	1,25
2º Período	Agosto	546	24	22,7	36.868	614,4	1,12
2º Período	Setembro	514	24	21,4	33.540	559	1,08
2º Período	Outubro	772	25	30,88	57.250	954,1	1,23
4º Período	Novembro	361	17	21,2	28.179	469,6	1,3
	TOTAL	3.198	131	24,18	23.4179	3902,8	1,24

(s): segundos; (m): minutos; (uni): unidade

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

O *Jornal Nacional* manteve durante o período eleitoral, os formatos de notícia que predominam em seu noticiário como mostra do Gráfico 13. A reportagem (RE), na qual, geralmente, as fontes são ouvidas, foi o formato dominante. Essa tendência favorece a ocorrência de *controvérsias interpretativas* porque é na reportagem que os enquadramentos interpretativos possuem mais chances de

ocorrer. Os dois outros formatos com maior incidência, a nota e a nota coberta, excluem a apresentação de interpretações sobre os eventos e, em geral, seus relatos são de natureza mais descritiva. Ao não explicitar a disputa em torno da interpretação da realidade, esses formatos não favorecem a observação de *controvérsias interpretativas*.

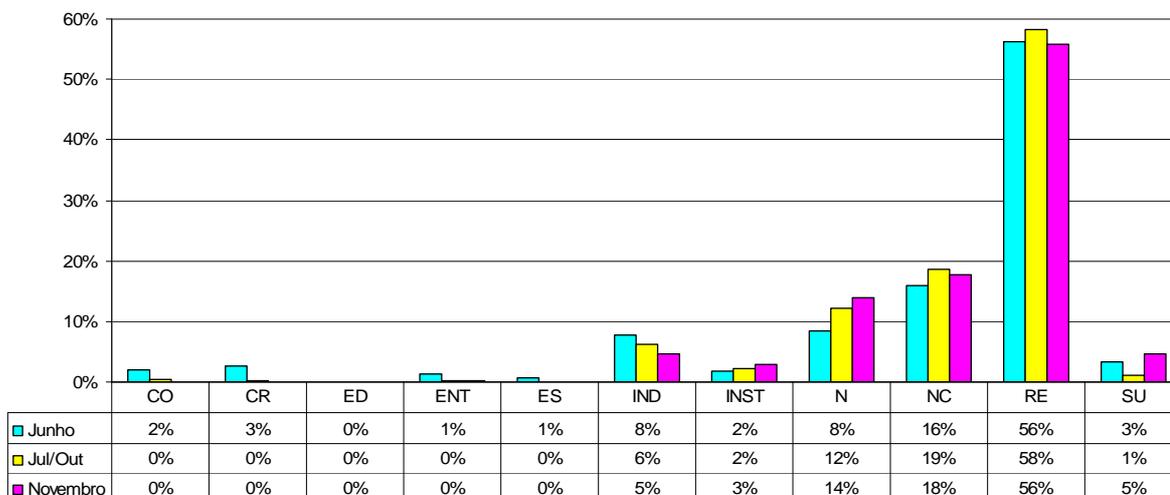
Um formato pouco usual no telejornal ocorreu no 1º período. Trata-se da crônica (CR), um gênero que fica no limite entre jornalístico e literário⁴⁵⁴. Isso se deveu à realização da Copa do Mundo de Futebol. Nesse caso, as crônicas foram realizadas por um jornalista que tratava dos fatos e eventos vinculados à competição, com uma ênfase subjetiva, e até mesmo poética, sobre eles. O assunto esporte parece proporcionar um estilo mais livre de cobertura por parte dos jornalistas, permitindo essa mistura de gêneros. A ocorrência desse formato no telejornal foi verificada apenas nos assuntos de esporte.

Outros dois formatos mantêm uma regularidade no *Jornal Nacional*, o indicador (IND) e o institucional (INST). Os indicadores mais frequentes do *JN* são o de tempo e o econômico que ocorrem praticamente em todas as edições. O mesmo ocorre com o formato institucional que promove outros programas da Rede *Globo* de Televisão. Esse formato que chamamos de institucional, em geral, insere informações da programação da emissora em forma de reportagem, inclusive, utilizando recursos de trechos de matérias que serão exibidas nesses programas. O institucional também anuncia a programação que vem a seguir e outros telejornais da emissora.

O formato entrevista (ENT) (foi considerada entrevista aquela que ocorreu na bancada do telejornal ou em estúdio, e não nas matérias) foi registrado poucas vezes no *Jornal Nacional*. Ainda que o telejornal tenha realizado entrevistas com todos os candidatos à eleição, as entrevistas pouco representam em quantidade e tempo, se comparadas com os demais formatos.

⁴⁵⁴HERNANDES, Milton. **A mídia e seus truques**: o que o jornal, a revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

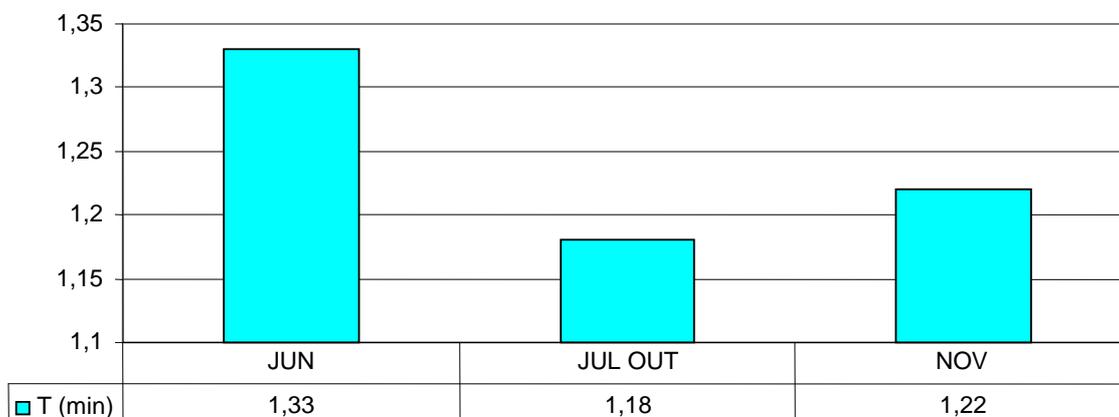
GRÁFICO 1 - Percentual de Notícias por Formato



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

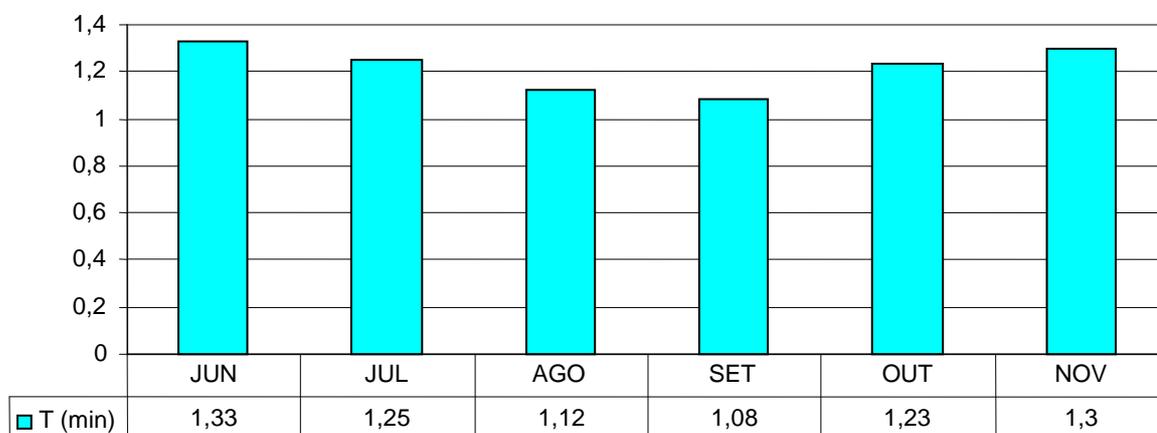
Em relação ao tempo das notícias, verificamos que elas possuem duração média de um minuto e 24 segundos (Gráficos 2 e 3). Não se encontrou, na revisão bibliográfica, estudos que mediram esse dado para possibilitar a comparação dos encontrados nesta pesquisa. Durante o período eleitoral, verificou-se haver uma redução máxima de 20% no tempo médio das notícias, que ocorreram no mês de setembro, anterior ao primeiro turno das eleições presidenciais. Isso aconteceu, em parte, porque o *Jornal Nacional* teve seu tempo reduzido para a exibição do Horário de Propaganda Eleitoral Gratuito (HPGE).

Gráfico 2 – Tempo médio das notícias por período (min.)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 3 – Tempo Médio das Notícias por Mês (min)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Os cinco assuntos de maior incidência no *Jornal Nacional* durante os três períodos analisados foram: política (PO), 25,3%; (ES), 16,9%; internacional (IN), 15,6%; violência e segurança (VS), 8,6%; e fatos diversos (FD), 8% (Gráficos 4 e 5). Esses percentuais tiveram significativa alteração, se comparados os diferentes períodos entre si. Durante o mês da Copa do Mundo de Futebol (junho de 2006) a ocorrência das notícias de esporte foi quase a metade de todas as outras somadas do telejornal, 48,6%. Ao cruzar o dado de incidência com o de tempo, pode-se verificar que esse assunto ocupou quase 60% do tempo do telejornal no período, ou 10% a mais do que a soma de todos os outros assuntos juntos.

O assunto esporte, contudo, não foi o que apresentou maior ocorrência no *Jornal Nacional* durante os períodos analisados. Os de política foram os que predominaram no noticiário, 25%, seguidos pelos de esporte, 16,9%. Esses assuntos (política) ocorreram 32,4% a mais do que os de esporte, considerando os três períodos juntos. Cabe ressaltar que o 1º período é composto por apenas um mês, enquanto o 2º é composto por quatro meses. Ao considerar os três períodos, o assunto de esporte ocupou, ao todo, 20% do telejornal e o de política, 29%, ou 30% a mais do que o segundo assunto com maior tempo no *JN*.

Os assuntos políticos também tiveram uma variação significativa durante os períodos. Houve um aumento de 50% de incidência ao compararmos a cobertura do 1º período (Junho) com o 2º (Julho a Outubro), o percentual variou de 16% para 30%. Contudo, é possível observar que os assuntos políticos ocuparam, no máximo, 31% do telejornal, ou a metade da cobertura de esporte. Essa diferença pode ser explicada, em parte, pela concentração da Copa em um mês de cobertura, diferente das eleições que estão diluídas em três meses, nessa pesquisa. Apesar disso, esses percentuais demonstram o quanto é possível que um assunto tenha uma primazia sobre toda a cobertura. No caso dos períodos analisados, eles dizem respeito ao esporte.

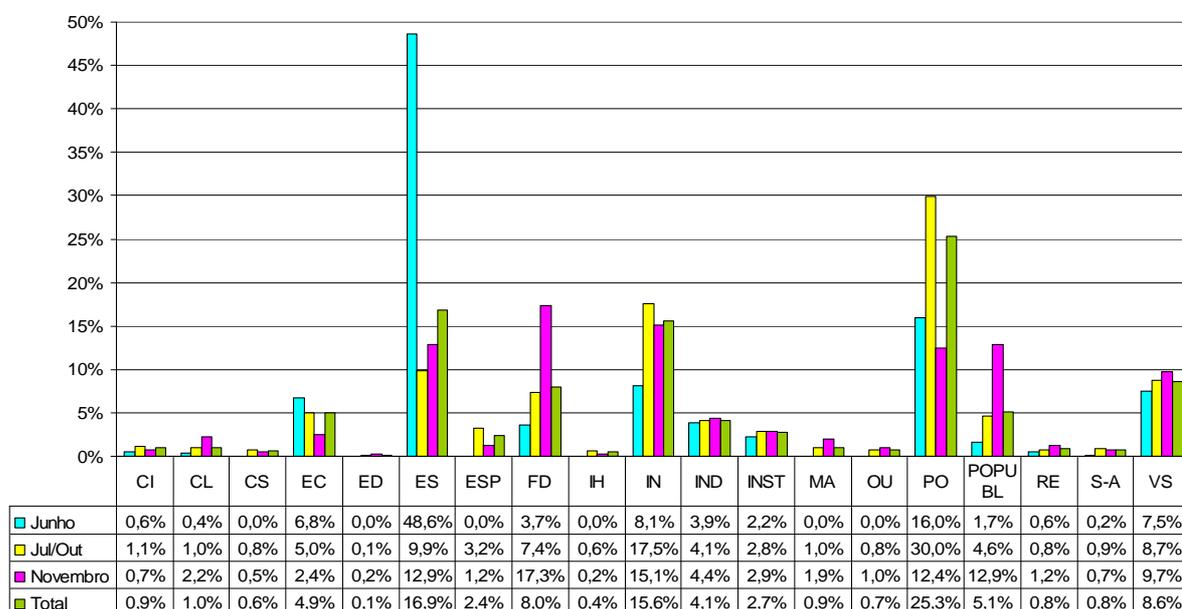
Os percentuais da cobertura internacional também chamam a atenção porque são o terceiro em ocorrência e tempo de cobertura, inclusive durante o período eleitoral. Os assuntos que predominaram nessa cobertura foram os conflitos na Faixa de Gaza que se intensificaram no período (envolvendo Israel e o Hizbollah, no Líbano) e a guerra dos Estados Unidos no Iraque que teve ampla cobertura. Vale destacar ainda que o *Jornal Nacional* fez uma cobertura de processos eleitorais no continente americano, principalmente no México, e ainda no Equador, Peru, Nicarágua e Estados Unidos. Nos períodos analisados o telejornal dedicou 12% do tempo de sua cobertura aos assuntos internacionais.

O quarto assunto de maior incidência e tempo no telejornal foram os que tratam de violência e segurança, com 8,6% e 9% respectivamente. Esses assuntos tiveram menor tempo e ocorrência durante o primeiro período e ganharam 35% a mais no tempo de cobertura no 2º e 3º períodos, aproximadamente.

Para realizar a cobertura da Copa, outros assuntos perderam espaço no *Jornal Nacional*. Na comparação dos tempos do 1º com o 3º períodos⁴⁵⁵ verificamos que um dos assuntos que mais perderam tempo na cobertura, em Junho, foi o de Políticas Públicas, com quase 80% de queda. Cultura e meio ambiente tiveram quedas semelhantes, de 95% e 90% respectivamente. Há que se considerar, contudo, que esses assuntos possuem pouca incidência e tempo na cobertura do telejornal, por isso sua variação deve ser relativizada. Os assuntos políticos perderam 12% de tempo da cobertura no mesmo período e as temáticas de violência e segurança, 44%.

Um dos únicos assuntos que tiveram uma cobertura maior no primeiro período, comparado ao 3º foi economia (EC) que cresceu 182%. Ressalte-se que os assuntos econômicos, em outras eleições, tinham uma importância aparentemente maior. Os estudos realizados sobre esses períodos anteriores ao de 2006 demonstraram que a ênfase nesse assunto foi significativa, principalmente nos pleitos de 1994 e 1998 (vide capítulo 2).

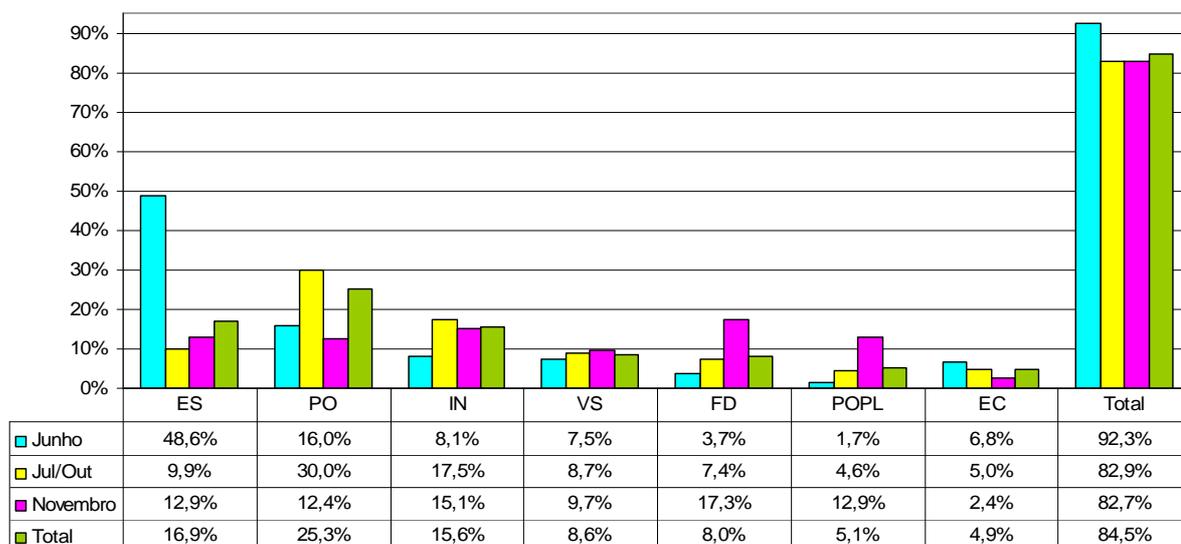
Gráfico 4 – Quantidade (%) de Assuntos por Período



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

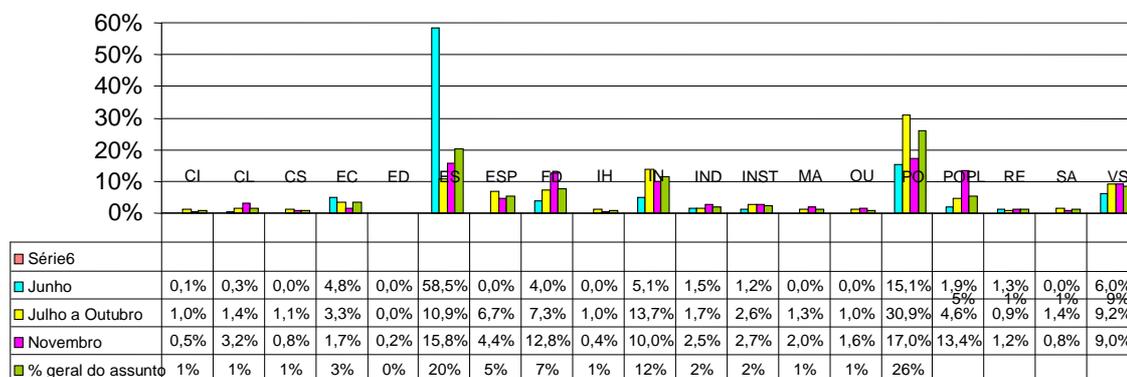
⁴⁵⁵O terceiro período pode ser tomado com uma cobertura mais regular do telejornal, porque está fora de um período de cobertura intensa como da Copa do Mundo e também das eleições.

Gráfico 5 – Quantidade de Notícia por Período



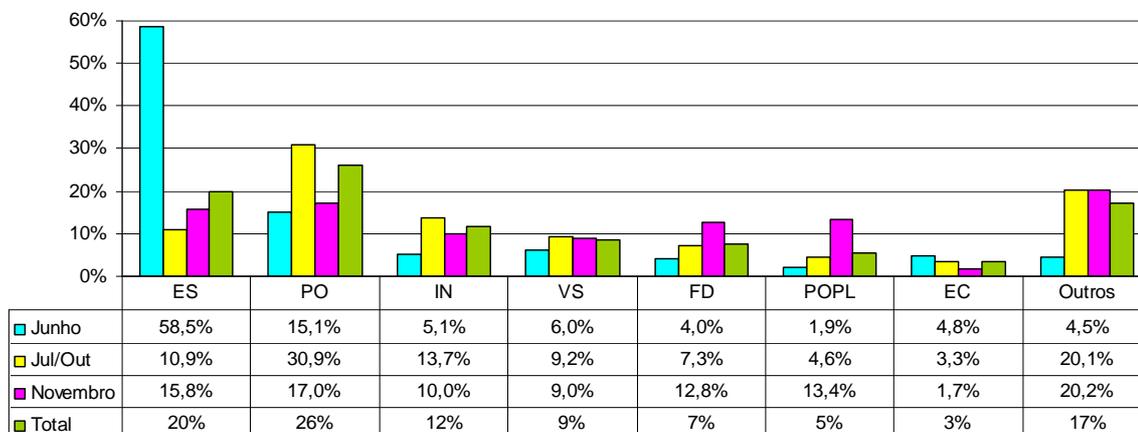
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 6 – Percentual de Tempo por Assunto



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 7 – Percentual de Tempo dos Assuntos por Período



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Há uma relativa equivalência na relação incidência e tempo dos assuntos, com pequenas variações. Os assuntos podem ter maior incidência e menor tempo, como é o caso dos internacionais e econômicos; outros podem ter menor incidência e maior tempo como os de esporte e política, que foram os únicos a apresentar essa relação. (Gráfico 8).

Gráfico 8 – Comparação de Assuntos com Tempo (períodos 1, 2 e 3)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Uma das classificações de assuntos que adotamos foi a de Política Pública (POPL) por entendermos que o período eleitoral poderia ser um espaço propício para observá-las, uma vez que o Presidente eleito gerencia as políticas públicas do poder Executivo. Esse tipo de assunto, assim como os demais, ocorre em outras coberturas e podem se sobrepor em outros tipos de notícia. No caso dessa classificação, consideramos POPL quando uma matéria tratasse de uma política pública como assunto principal. No total, as políticas públicas tiveram 5% de incidência e também 5% de tempo durante os três períodos.

Ao analisá-los separadamente, por período, verificamos que a maior incidência dessa temática não foi durante o período eleitoral (Julho a Outubro), mas depois dele, em novembro. Nesse mês, a cobertura de assuntos de política pública quase triplicou, crescendo de 4,6% para 13,4%.

Os assuntos de política pública podem sofrer um pequeno acréscimo se considerarmos o quadro especial criado no telejornal, durante o período eleitoral, *Desejos do Brasil* que ficou mais conhecido como *Caravana JN*⁴⁵⁶.

A *Caravana* se constituiu de uma série de reportagens especiais realizadas por uma equipe de telejornalismo, comandada pelo jornalista Pedro Bial⁴⁵⁷. Eles percorreram mais de 16 mil quilômetros nos dois meses que antecederam as eleições gerais, em um ônibus ilustrado com a logomarca do *Jornal Nacional* - alguns trajetos foram feitos de barco, no Norte do país.

Essa equipe percorreu ao todo 21 Estados brasileiros e o Distrito Federal, realizando reportagens nas cidades por onde passavam. Houve ainda edições especiais do *Jornal Nacional* em cinco capitais do Brasil, cada uma representando uma região do País. Nesses locais, os apresentadores do *JN*, Willian Bonner ou Fátima Bernardes se deslocavam para a cidade e parte do telejornal era apresentada em locais abertos junto ao público.

Por esse motivo e outros que não se tratará nesta dissertação, a *Caravana* foi também uma forma de promoção institucional do telejornal e da Rede *Globo* de

⁴⁵⁶ A problematização desse quadro exige um aprofundamento que não é objetivo dessa dissertação.

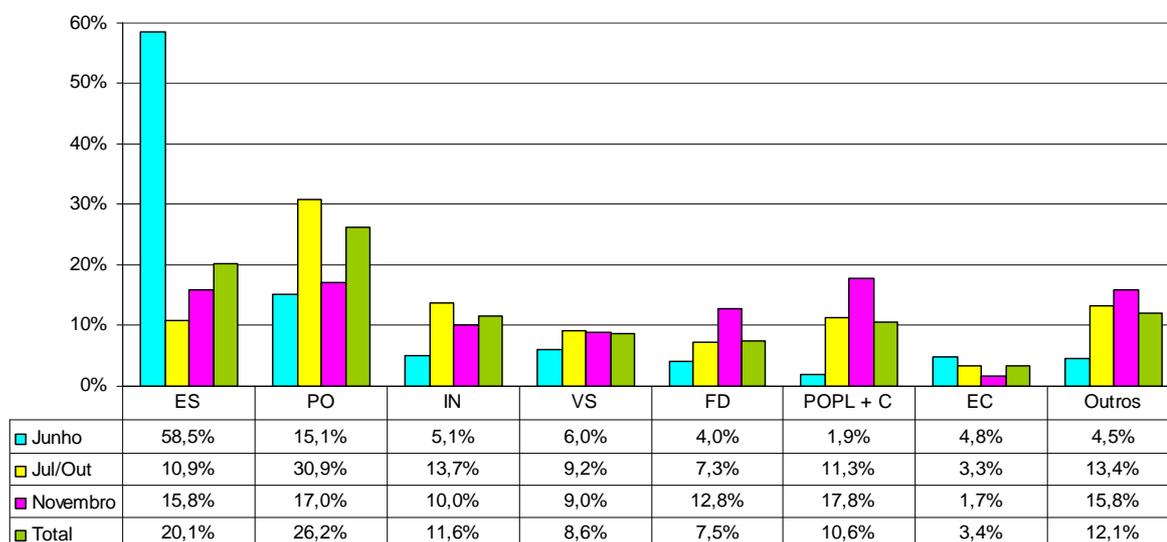
⁴⁵⁷ Pedro Bial é o apresentador do programa *Big Brother Brasil*, um *reality show*, na Rede *Globo* de Televisão e durante a Copa do Mundo de Futebol foi o responsável por realizar crônicas sobre a competição, misturando o gênero jornalístico com o literário. Em algumas edições houve uma personalização do quadro que chegou a ser chamado de *Caravana do Bial*.

Televisão porque ocupou-se também de uma função de propaganda. Em algumas matérias o próprio bastidor da viagem era o assunto principal da pauta.

Esse quadro foi marcado por uma característica específica. Trata-se do deslocamento dos apresentadores de suas bancadas para a “praça pública” que aproximou-os das pessoas, de uma forma singular. Desde as eleições pós-ditadura esse foi o único pleito em que um fato como esse ocorreu no telejornal.⁴⁵⁸ A série teve espaço em todas as edições do *JN* nos dois meses de sua realização. As matérias tratavam de assuntos variados, os quais a reportagem considerava vinculados às eleições, entre eles, algumas políticas públicas.

Se considerarmos essa série de reportagens inteiramente como política pública como mostra do Gráfico 21, o percentual desse assunto (POPL) tem um aumento expressivo: cresce de 5% para 10% de tempo de cobertura. A cobertura de políticas públicas praticamente se iguala à de esportes, no 2º Período (julho a outubro), mas se mantém menor do que a internacional, por exemplo.

Gráfico 9 – Percentual de tempo dos assuntos por período (considerando Caravanas JN como POPL)



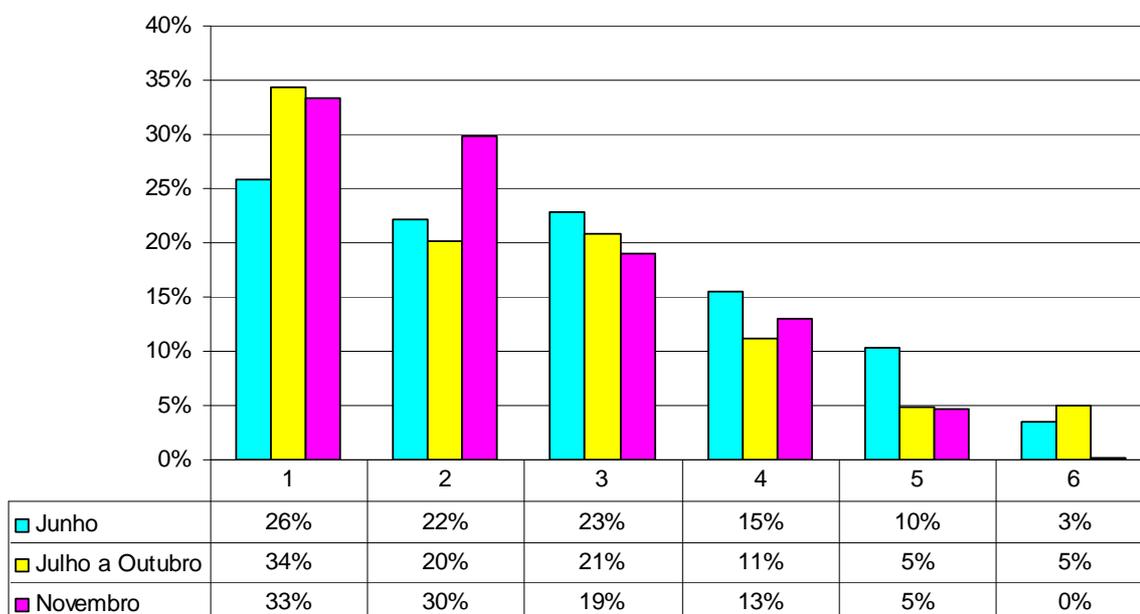
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

⁴⁵⁸ Na Copa do Mundo de Futebol, a apresentadora Fátima Bernardes também se deixou a bancada do telejornal. Ela viajou para a Alemanha e apresentou o *JN* de lá, junto com Willian Bonner. Esse período, contudo, não faz parte do que consideramos *período eleitoral*.

Este estudo investigou, ainda, as variações dos assuntos nos blocos de notícias do *Jornal Nacional*, durante o período eleitoral, considerando os assuntos de maior incidência e tempo no telejornal. Em geral, o primeiro bloco de notícias concentra a maior quantidade delas e essa tendência se manteve durante o período eleitoral. (Gráfico 10).

O primeiro bloco tende a ser o que apresenta os assuntos mais importantes do dia, é o mais *quente*, no jargão jornalístico. Ao analisarmos os assuntos de maior incidência nesse espaço, encontramos variações expressivas. (Gráficos 10 a 15). Os assuntos relacionados a violência e segurança (Gráfico 10), tiveram um aumento de mais de 20% no primeiro bloco, durante o período eleitoral (julho a outubro) comparado ao 1º período (junho). O percentual reduziu aos mesmos 20% em novembro, voltando para os patamares do primeiro período. As notícias de política, por sua vez, caíram 20% durante o período eleitoral, de 24% para 19% no primeiro bloco. Elas foram deslocadas para o terceiro bloco do telejornal. Nele, as notícias de política aumentaram em 42%. (Gráfico 11).

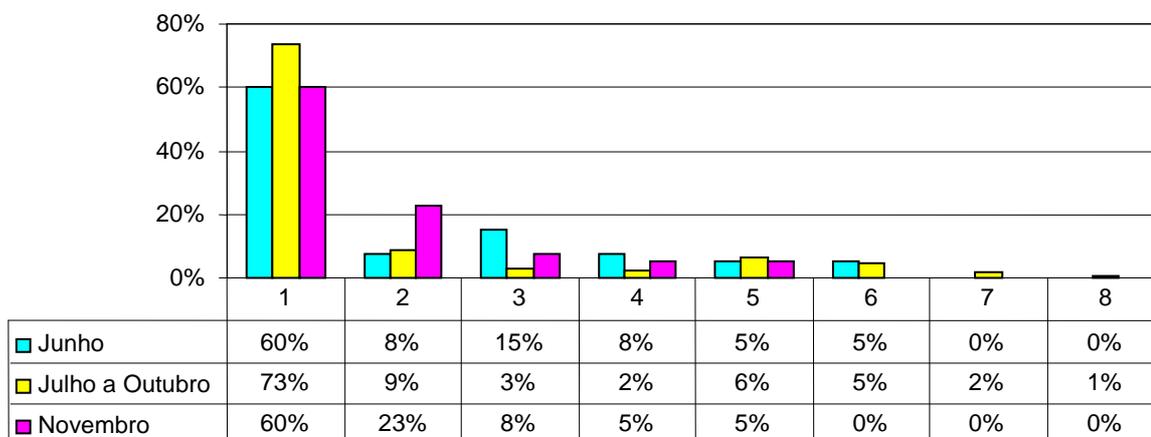
Gráfico 10 – Quantidade de Notícias por Bloco



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

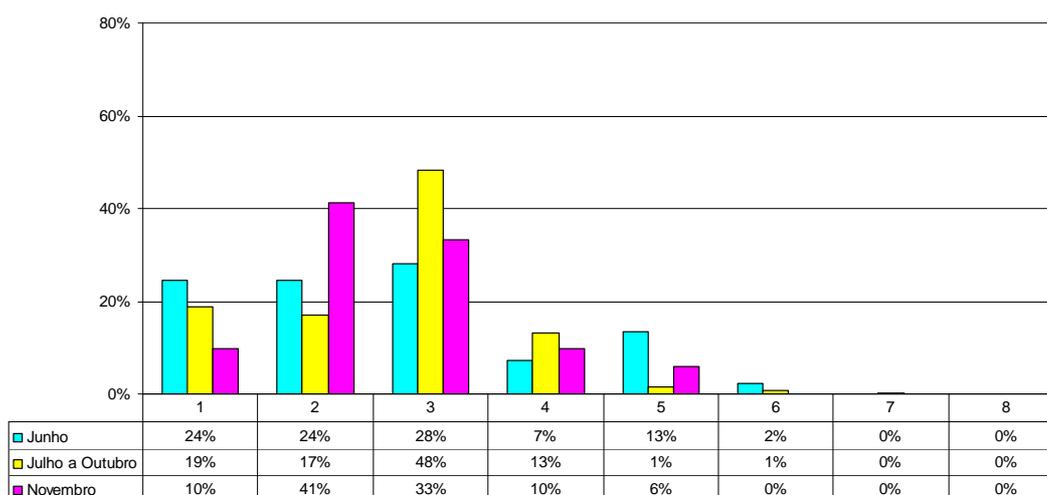
Os assuntos relacionados ao esporte tiveram maior aumento, de 53% de ocorrência no primeiro bloco (Gráfico 12). O de fatos diversos se manteve constante e os internacionais aumentaram em 27% (Gráficos 13 e 14). Durante o período eleitoral o *Jornal Nacional* privilegiou, em seu primeiro bloco, notícias relacionadas violência e segurança, fatos diversos e internacional.

Gráfico 11 – Quantidade de Notícias: Violência/Segurança por Bloco (%)



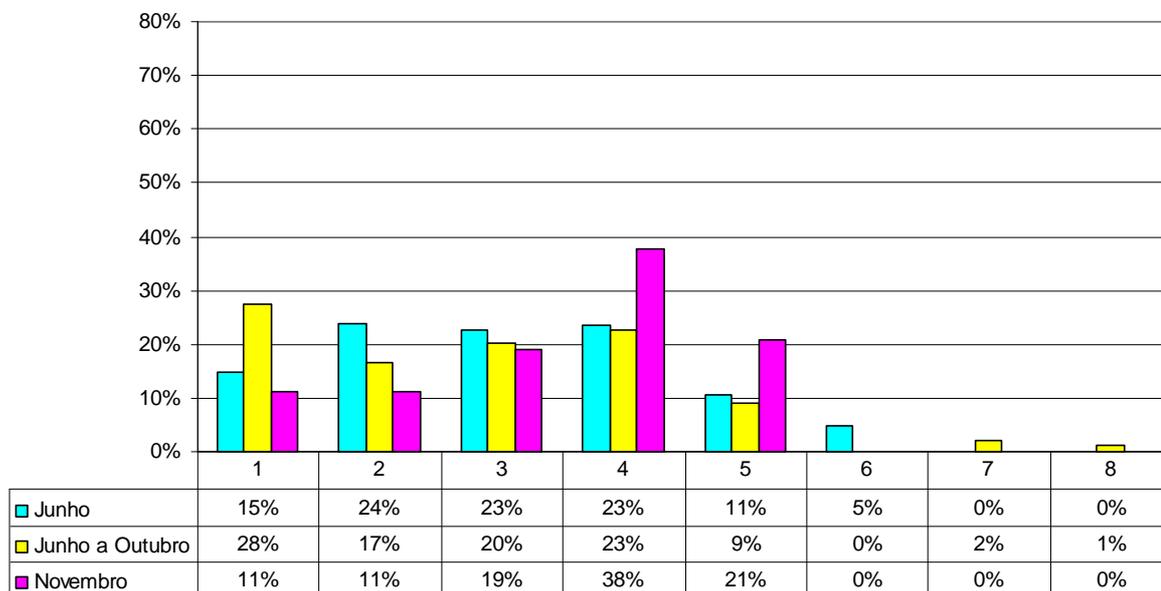
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 12 - Quantidade de Notícias - Política por Bloco (%)



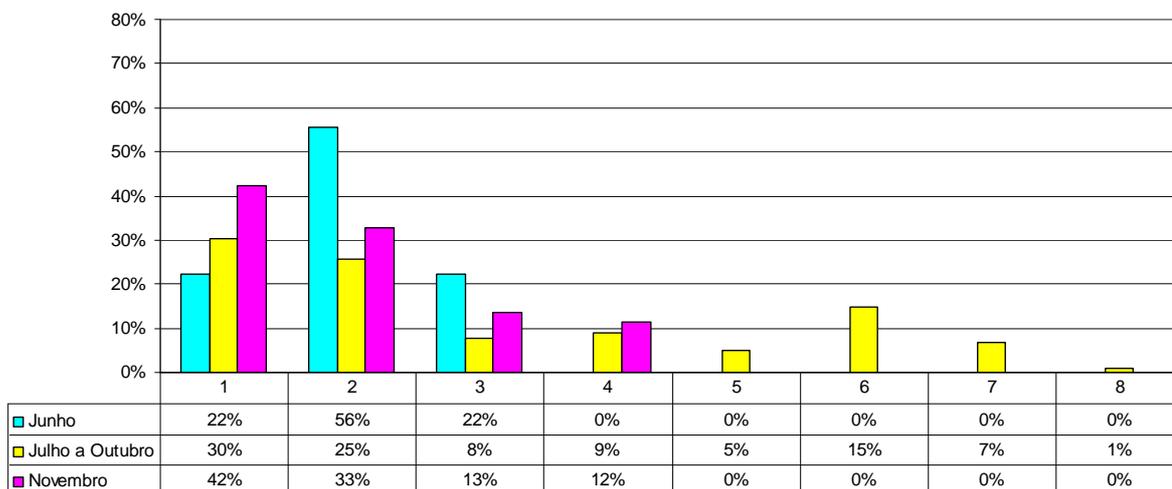
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 13 – Quantidade de Notícias - Esporte por Bloco (%)



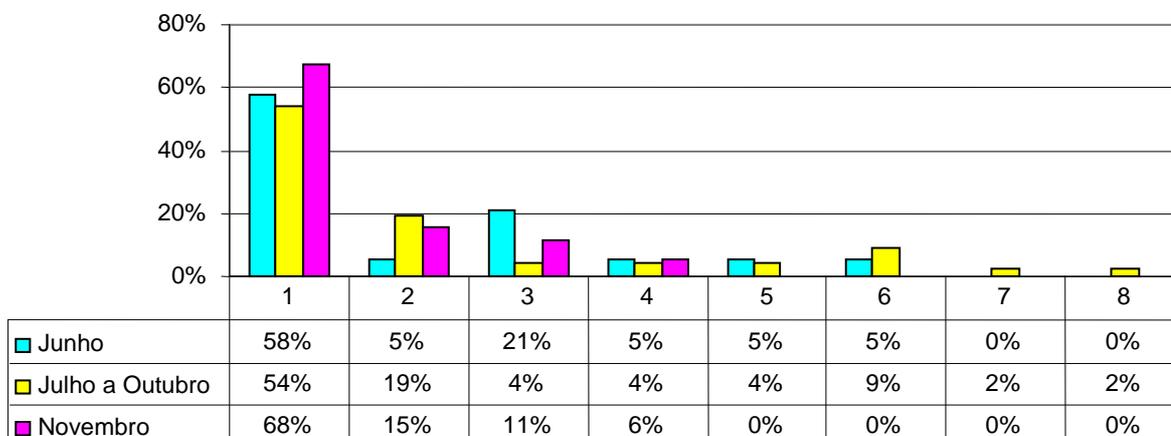
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 14 – Quantidade de Notícias – Política Pública por Bloco (%)



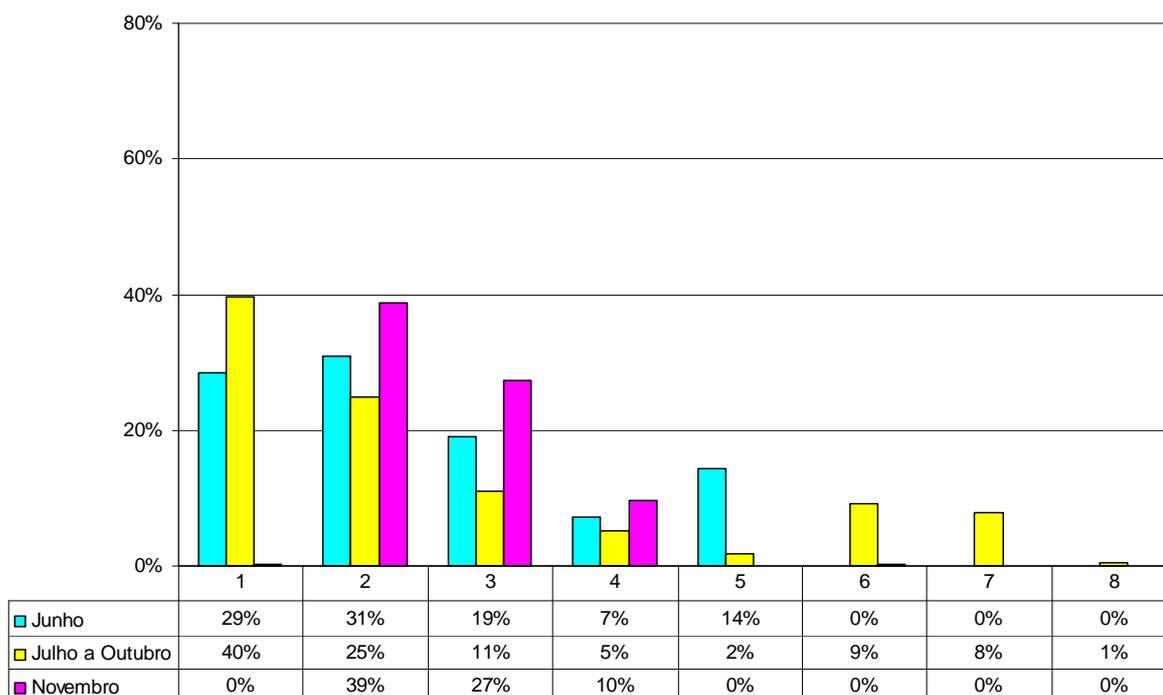
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 15 – Quantidade de Notícias – Fatos Diversos por Bloco (%)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 16 – Quantidade de Notícias – Internacionais por Bloco



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Esses dados fornecem os agendamentos adotados pelo *Jornal Nacional* durante o período eleitoral e pistas sobre seus enquadramentos. Houve uma predominância do formato reportagem que propicia a ocorrência de *controvérsias interpretativas* na *atualidade mediática*. Houve, ainda, uma diminuição de cerca de

20% no tempo médio das notícias. Durante o período eleitoral (Julho/Outubro) predominaram os assuntos relacionados à política (30,9%), internacional (13,7%), políticas públicas (11,3%, considerando a *Caravana JM*), esporte (10,9%), violência e segurança (9,2%), e economia (3%). Todos os demais ocuparam juntos 12,1%.

A cobertura deu pouca ênfase para os temas relacionados à economia, ao contrário de eleições anteriores (1994, 1998), nas quais foi saliente na discussão. No primeiro bloco do telejornal, predominaram as notícias relacionadas à violência e segurança, fatos diversos e internacional.

Essa classificação, contudo, pode ser considerada uma aproximação de nosso objeto de estudo no *modelo de controvérsias interpretativas* que será examinado a seguir.

4.2 O Formato da Cobertura: as *controvérsias interpretativas* do *Jornal Nacional*

A análise da seção anterior identificou as características gerais do *Jornal Nacional* durante o período da pesquisa. O modelo de *controvérsias interpretativas*, contudo, não se restringe ao agendamento de temas. Esse modelo propõe verificar como a televisão apresentou os enquadramentos interpretativos que dão sentido aos fatos e eventos. A classificação de seu formato pelo modelo de *controvérsias* verifica como esses enquadramentos foram organizados em cada notícia. De acordo com o modelo, os formatos podem ser:

- 1) Restrito: quando apenas um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema é apresentado;
- 2) Plural-fechado: quando mais de um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema são apresentados, mas são organizados em uma hierarquia de forma que um dos enquadramentos é preferido sobre os demais e apresentado como superior ou mais correto.
- 3) Plural-aberto: quando mais de um enquadramento interpretativo do fato/evento/ação ou tema são apresentados, mas são tratados de forma mais indeterminada, sem que nenhuma interpretação seja apresentada como superior ou mais correta.
- 4) Episódico: quando nenhum enquadramento interpretativo é apresentado na notícia que se limita a relatar um fato/evento/ação ou tema.⁴⁵⁹

O modelo pressupõe que os enquadramentos interpretativos têm mais chances de ocorrer nas notícias que possuem sonoras, pois explicitam as interpretações que as fontes de informação promoveram sobre um determinado fato.

Os jornalistas promovem enquadramentos ao escolher quem irá falar no telejornal e ao organizar seus relatos de uma determinada forma.

O modelo de *controvérsias interpretativas* considera que os formatos plural-fechado e plural-aberto apresentam mais de um enquadramento interpretativo sobre fatos e eventos, em seu conteúdo. Por isso, as pessoas têm acesso a um conjunto mais amplo de *atalhos* para desenvolver interpretações mais variadas sobre esses temas e eventos. Por outro lado, quando adota um formato restrito, um número maior de pessoas tenderá a interpretar os fatos e eventos de acordo com a interpretação promovida pelo enquadramento dominante, apresentado pelo jornalista.⁴⁶⁰

A exposição a enquadramentos alternativos, conforme o *modelo*, é fundamental para a deliberação das pessoas porque eles apresentam *dicas persuasivas*, que as possibilitam apoiar uma posição “sem necessariamente ativar de forma consistente informações que elas possuem”.⁴⁶¹ O modelo, portanto, adota uma perspectiva diferenciada daquela que considera a seleção e saliência dos relatos como acesso que ativa conhecimentos prévios das pessoas sobre as questões. Para Porto⁴⁶², são as *dicas persuasivas* ou *atalhos* que realizam esse papel sem que os conhecimentos prévios pessoas sejam conscientemente ativados.

Durante o período analisado, o *Jornal Nacional* privilegiou os enquadramentos interpretativos se considerarmos os três juntos (Gráfico 16). Ao observar os dados separadamente, contudo, pode-se verificar uma significativa variação no tipo de enquadramento em cada período (Gráfico 17).

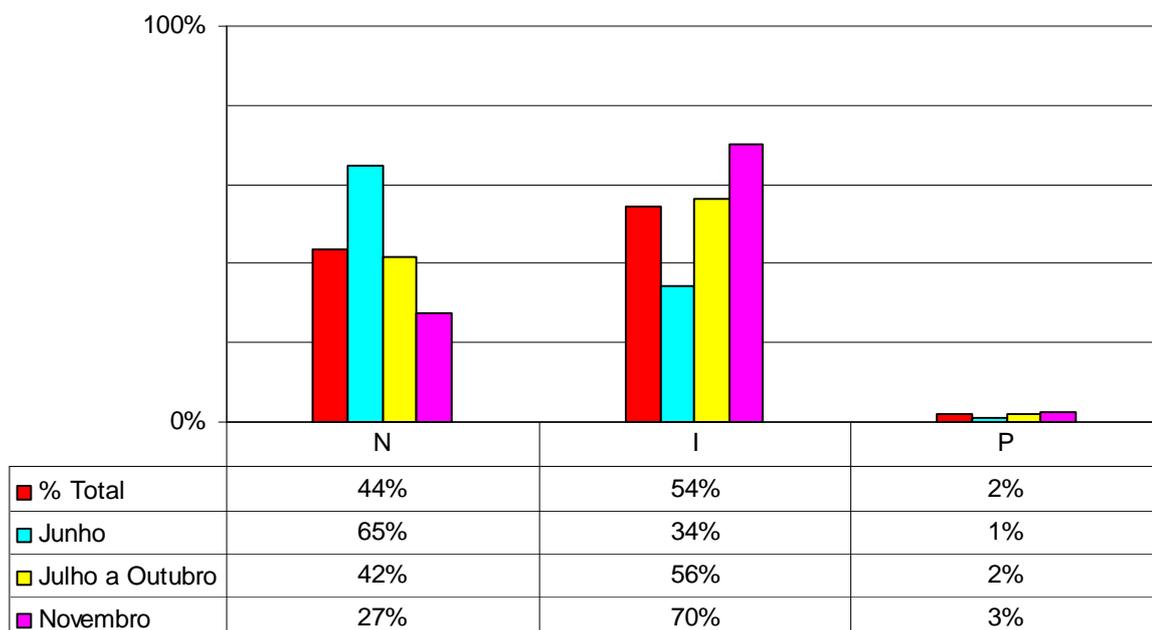
⁴⁵⁹PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 130.

⁴⁶⁰PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 133.

⁴⁶¹Ibidem, p. 134.

⁴⁶²Ibidem.

Gráfico 17 – Enquadramentos por Período (Modelo Controvérsias Interpretativas)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Os enquadramentos noticiosos se diferenciam dos interpretativos porque, geralmente, não apresentam sonoras de fontes que produzem as *controvérsias interpretativas*. Os enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados pelos jornalistas para organizar seus relatos⁴⁶³. Ele apresenta o ponto de vista adotado pelo jornalista que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros.

Os enquadramentos noticiosos predominaram no primeiro período, Junho, com 65% de incidência. Os enquadramentos interpretativos, entretanto, predominaram no 2º período eleitoral e no 3º períodos, com 56% e 70% respectivamente. Houve um aumento de 33% nos enquadramentos interpretativos durante o 2º período e 66% no 3º Período. No período mais próximo às eleições o *Jornal Nacional* proporcionou mais enquadramentos interpretativos em seus relatos.

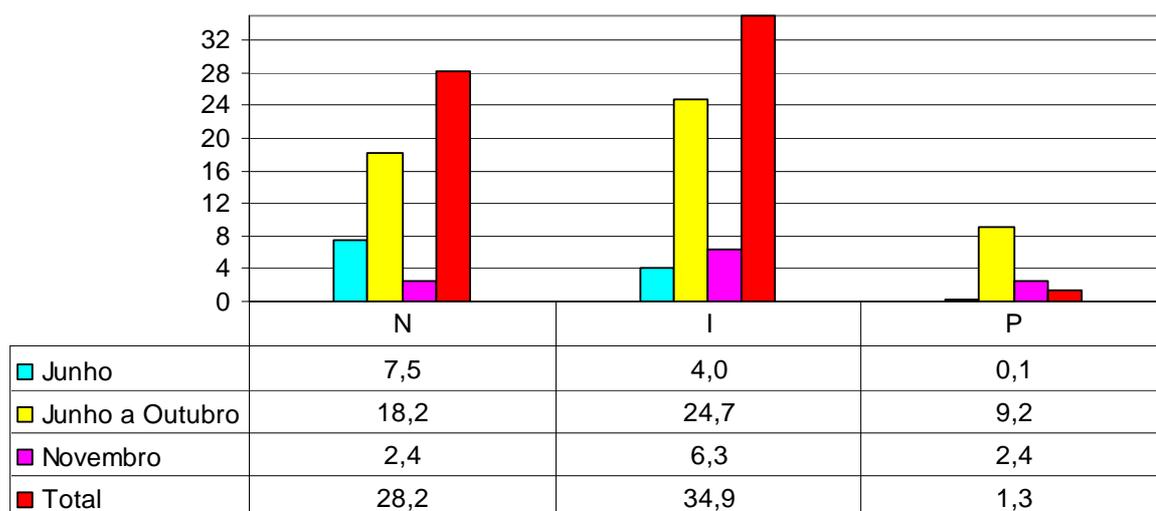
Cabe esclarecer que na amostra estudada há uma incidência de relatos que consideramos propaganda. Trata-se de tipos de notícias que classificamos como

⁴⁶³PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004, p. 20.

Institucional (INST) como pode ser observado no Gráfico 17. Deixamos essa classificação explicitada para demonstrar que o *JN* trabalha com um recurso que se ocupa de uma função de propaganda em seu conteúdo e por isso não pode ser classificado como enquadramento interpretativo ou noticioso.

A classificação de enquadramento oferece, portanto, um contexto geral no qual ocorreu o processo eleitoral em 2006. As *controvérsias interpretativas* ocorreram com maior incidência durante o período eleitoral. No 2º período foram transmitidas quase 25 horas de enquadramentos interpretativos no *Jornal Nacional*, contra 18,2 horas de enquadramento noticioso no mesmo período.

Gráfico 18 – Total de Tempo em Horas (H) por Formato (Modelo Controvérsias Interpretativas)



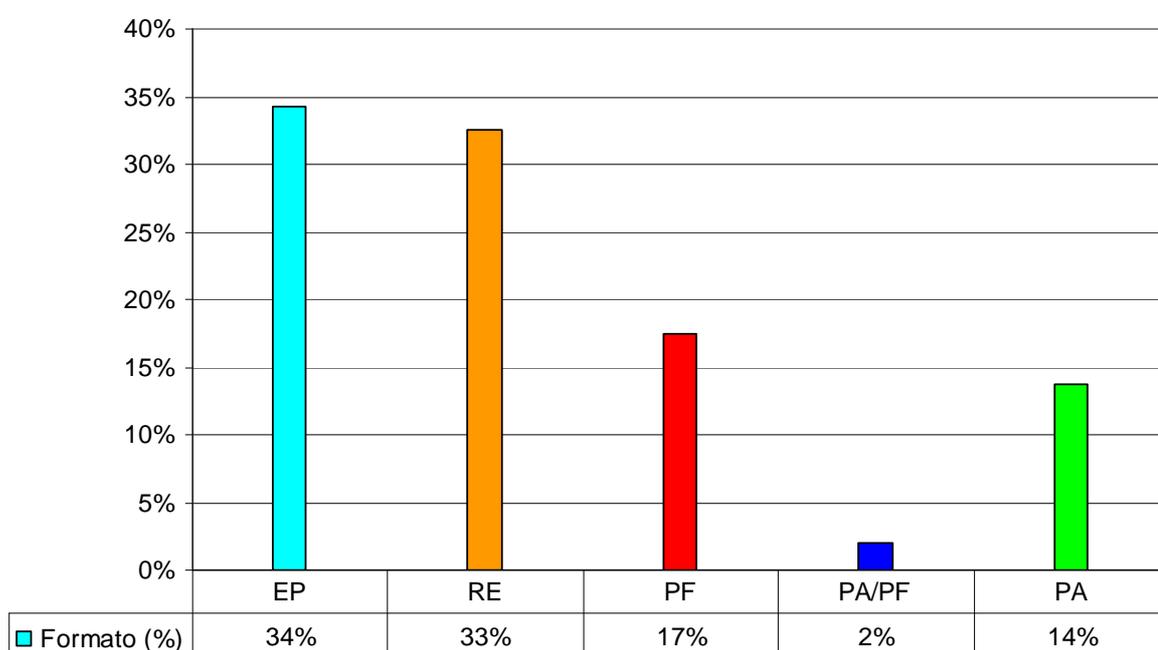
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Ao se aprofundar a análise das controvérsias interpretativas, verifica-se que o *Jornal Nacional* privilegiou os formatos restrito, plural-fechado e plural-aberto que responderam por 66% das notícias analisadas. O formato episódico, mais descritivo, e que não contribui para o desenvolvimento de *controvérsias interpretativas*, somaram

34% das notícias analisadas. O formato não apresenta os *atalhos* que podem ser utilizados pelas pessoas para apoiar um determinada posição sobre um evento.

A ocorrência de enquadramentos interpretativos se deu igualmente nos formatos restritos, 33%, plurais (aberto e fechado). (Gráfico 19). Os formatos restritos oferecem poucos ou nenhum enquadramento alternativo ao dominante, promovido pelos jornalistas. Os formatos plurais oferecem um conjunto mais amplo de atalhos para que as pessoas desenvolvam interpretações mais variadas de temas e eventos.

Gráfico 19 – Tempo Total por Formato (Modelo Controvérsias Interpretativas)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

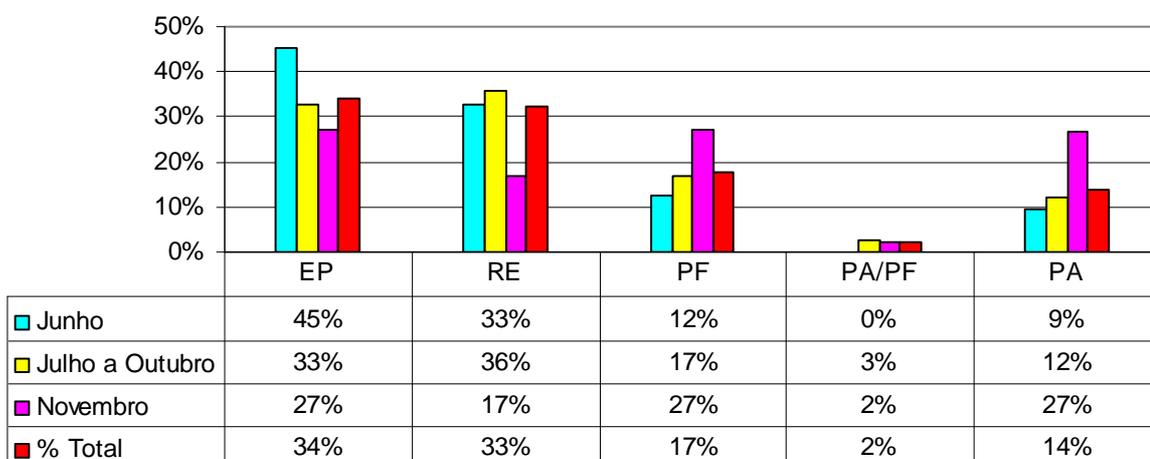
Considerando-se, contudo, que os formatos episódicos promovem enquadramentos dos jornalistas, ainda que adotem relatos mais descritivos, pode-se afirmar que 77% dos enquadramentos, promovidos pelo *Jornal Nacional*, privilegiaram uma interpretação dominante sobre fatos e eventos: a dos jornalistas. Isso ocorre, por um lado, porque houve enquadramentos que envolveram seleção de fatos e eventos e ainda a saliência de determinados aspectos da realidade, em detrimento de outros. Por outro lado, esses formatos não foram oferecerem enquadramentos alternativos

para as pessoas. Os enquadramentos episódicos foram mais incidentes durante o 1º e o 3º período analisado.

Essa inferência, embora possível, parece simplificar o modelo de *controvérsias interpretativas* porque este considera que as *dicas persuasivas* ocorrem, sobretudo, através das interpretações oferecidas nas sonoras, nas quais aparece alguém falando na matéria. Assim, os formatos episódicos quando não oferecem enquadramentos interpretativos, ainda que possuam sonora, não são passíveis de observação pelo modelo de *controvérsias interpretativas*. Essa é uma questão que pode ser aprofundada em estudos futuros. Os formatos episódicos também podem oferecer *atalhos* persuasivos ainda que não possuam sonoras? Os enquadramentos noticiosos encontrados nos formatos episódicos promovem interpretações dominantes? Essa interseção entre os formatos episódicos e interpretativos ainda é obscura no *modelo de controvérsias interpretativas* e pode ser um espaço produtivo de investigação. Não é esse o objetivo desta pesquisa, portanto, segue-se a análise.

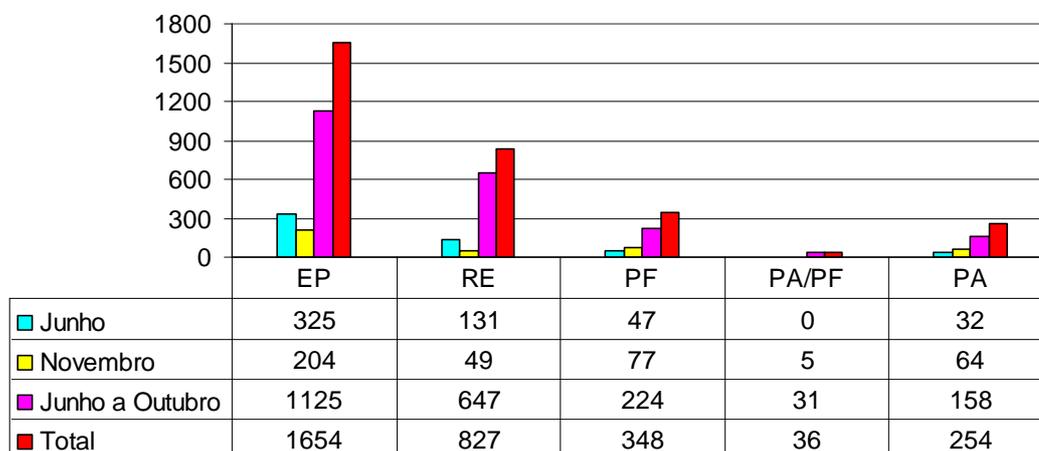
Ressalta-se, entretanto, que houve dúvidas em 2% das notícias analisadas quanto ao seu formato (plural-fechado e plural aberto). Apesar disso, preferiu-se explicitá-los na pesquisa. Para efeito de análise, considerar-se-ão os valores limitados aos formatos episódicos, restritos e plurais-aberto e fechado. (Gráficos 10, 20 e 21).

GRÁFICO 20 – Tempo Total de Formato (%)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 21 – Notícia por Formato (unidade) - (Modelo Controvérsias Interpretativas)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

O formato plural-aberto foi o de menor incidência no relato dos fatos, durante o período analisado e ocupou uma hora da cobertura que possui um total de 64 horas. São eles que oferecem mais interpretações que confrontam os enquadramentos dominantes e as posições entre si. Destaca-se um exemplo de notícia no qual esse formato foi explicitamente utilizado. Trata-se do debate sobre o Estatuto da Igualdade Racial e da atuação do Movimento de Libertação dos Sem Terra (MLST).

No período da pesquisa, o Estatuto estava sendo discutido em uma comissão especial no Congresso Nacional e o MLST realizou um ato de protesto no Congresso que feriu cerca de 20 pessoas do Movimento e seguranças da Casa. Quatrocentos e cinquenta pessoas foram detidas, entre elas, crianças e idosos que foram levados para a Penitenciária da Papuda, em Brasília (DF), e cerca de 42 ficaram presas.

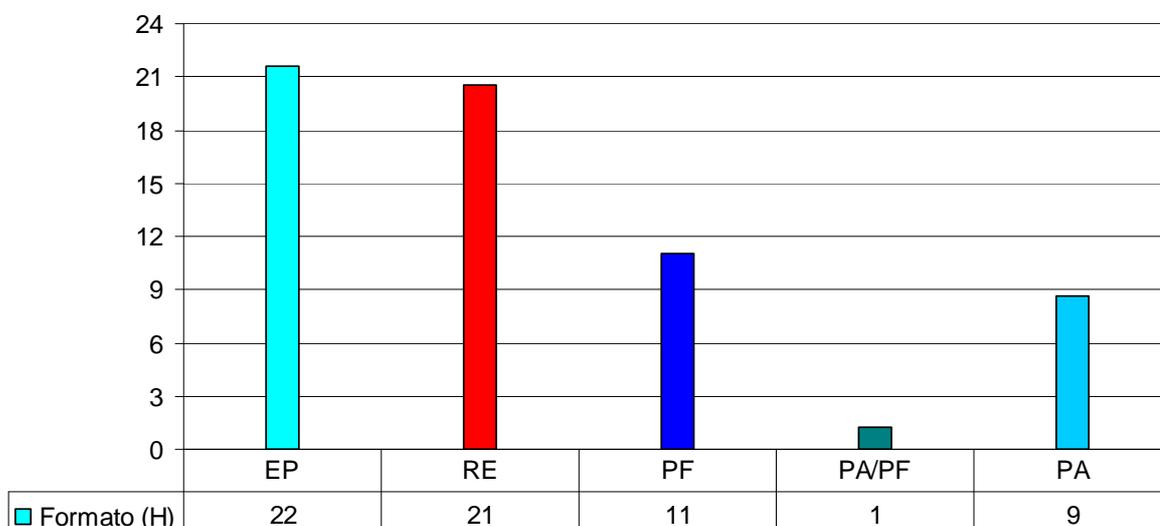
Nesses dois casos, foram ouvidos congressistas, fontes oficiais, representantes dos movimentos contrários e favoráveis ao Estatuto e à ação do Movimento; e cidadãos comuns também opinaram sobre esses fatos. O

enquadramento dominante em ambos os casos foi confrontado com enquadramentos alternativos.

O formato plural-fechado pode ser ilustrado pela cobertura da ocupação do canteiro de obras da usina de Paranatinga II, no Estado do Mato Grosso, (MT), por cerca de 300 índios da etnia Xavante. A hidrelétrica estava sendo construída no rio Coluene, o principal afluente do rio Xingu, que passa dentro do Parque Indígena de mesmo nome. Para os indígenas, a barragem atingiria o solo sagrado onde teria sido realizada a primeira cerimônia do Quarup, um ritual em homenagem aos mortos. Nas duas reportagens sobre o fato, os índios não foram ouvidos. Há representantes do Judiciário, em uma matéria e responsáveis pela obra e indigenista, em outra. Em nenhuma delas, entretanto, trouxe sonora de representantes do movimento que protagonizava o fato. Esse tipo de formato, no qual apenas uma interpretação é apresentada dominou 9 horas da cobertura do *JN*, no período, ou 348 notícias, o que representa 175 delas.

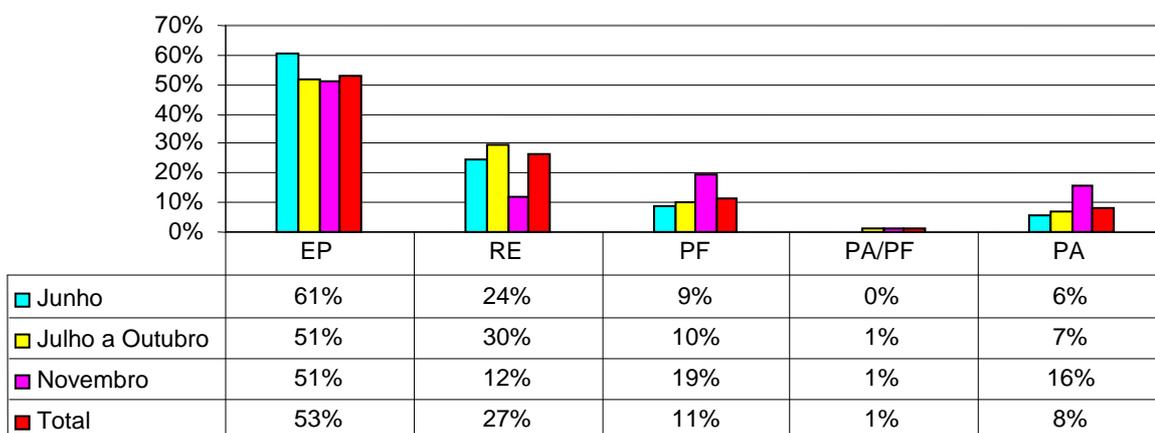
O formato restrito pode ser encontrado com boa incidência nos assuntos relacionados aos impostos. Em grande parte das notícias analisadas apareciam um economista ou especialista que fundamentava e apoiava o enquadramento dominante das matérias contra a “alta carga tributária”. Esse formato ocupou 21 horas do período analisado. (Gráfico 33). Esse foi o formato dominante na cobertura durante o período eleitoral (36%), demonstrando que a cobertura privilegiou enquadramentos dominantes e não a pluralidade no relato desses eventos.

Gráfico 22 – Tempo total por Formato em Horas (H) - (Modelo Controvérsias Interpretativas)



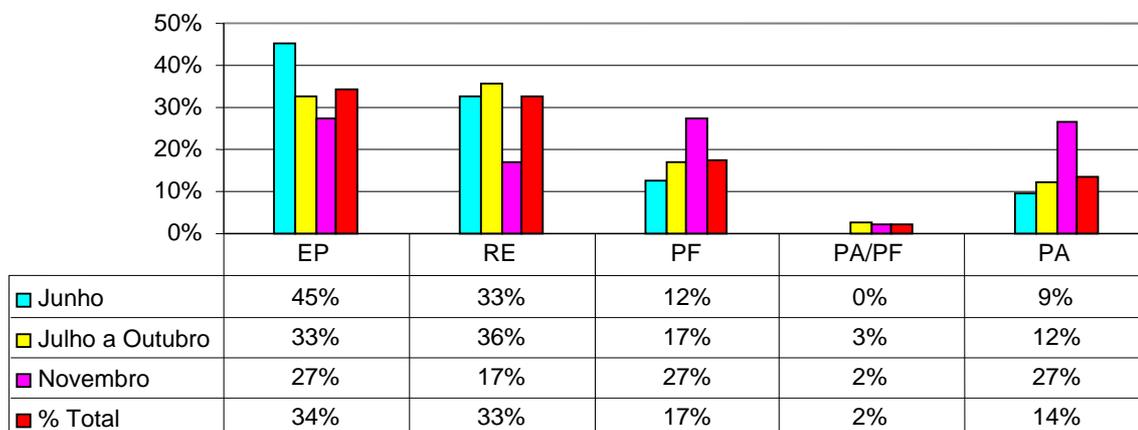
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 23 – Quantidade de Notícias por Formato (%)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 24 – Tempo de Notícias por Formato (%) - Modelo de Controvérsias Interpretativas



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

4.3 Os Atores das Controvérsias Interpretativas

Para entender como os enquadramentos interpretativos, que promovem *atalhos persuasivos*, ocorreram durante o período analisado, verificamos quem são os atores os promovem. Para tanto, comparamos sua incidência em horas e seus percentuais em relação aos tempos totais de cada período. Comparamos ainda os resultados das fontes entre si. (Ver classificação de fontes, Tabela 10). A medição de todas as sonoras é uma tarefa difícil, pois elas são curtas e por vezes aparecem em grande intensidade.

Essa medição, contudo, nos pareceu fundamental, mais do que as medidas de quantidades de aparição. Em função do tempo limitado de pesquisa e sistematização dos dados, houve por bem optar entre uma ou outra medição. Entre essas duas opções escolheu-se a de tempo, embora tenhamos os dados de quantidade. Em consequência disso, não se pode analisar o tempo médio das

sonoras para compará-lo resultados dos estudos de Hallin (1992) como era a intenção primeira deste estudo.⁴⁶⁴

Os cidadãos comuns (CC), seguidos pelos esportistas (ES), políticos (PO), fontes oficiais (FO) e congressistas (CO) ocuparam 10%, 9,8%, 9%, 6,4% e 1,8%, respectivamente, do total de tempo dos períodos analisados.

As explicações para a predominância das sonoras de cidadãos comuns foram dadas pelo Editor-Chefe e apresentador do *Jornal Nacional*, Willian Bonner, pelo Diretor-Geral da Central *Globo* de Jornalismo, Evandro Carlos de Andrade, e pelo então Chefe do Jornalismo da *Globo*, em Brasília, Mário Marona. Todos eles foram ouvidos por Porto⁴⁶⁵.

Segundo Bonner, uma orientação na linha editorial do telejornal, que predominava em 1999, previa a inserção de mais sonoras de cidadãos comuns em detrimento das sonoras de políticos - os estudos de Porto (2004, 2007) restringem a análise aos assuntos relacionados à política). Ele explicou que as sonoras legitimam o discurso jornalístico da reportagem porque é a prova de que o telejornal foi para a rua e deu espaço para os protagonistas das histórias. Além disso, Bonner considerava que as notícias com sonoras de cidadãos comuns, ou personagem como ele os denomina, são mais cativantes e significativas para quem as assiste.

O Diretor-Geral da Central *Globo* de Jornalismo, Evandro Carlos de Andrade, confirmou que mudanças do jornalismo do *JN* incluíam a redução do espaço excessivo que os jornalistas concediam aos políticos e sua *conversa fiada*⁴⁶⁶. Andrade argumentou que os partidos políticos, no caso brasileiro eram instituições débeis.

O Chefe do Jornalismo, em Brasília, Mário Marona argumentou a *política real*⁴⁶⁷ era mais importante do que a política de suas instituições tradicionais. Para ele, fugir do Congresso e do Palácio do Planalto significava aproximar o telejornal do povo, realizando um jornalismo mais popular no que pessoas se vêem no telejornal e não as autoridades. Essas afirmações dos produtores de notícias do telejornal, para

⁴⁶⁴Hallin (1992) verificou que em 20 anos o tempo médio das sonoras, nos Estados Unidos, caíram de 49 para 9 segundos em média.

⁴⁶⁵PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: e-papers, 2007, p. 163.

⁴⁶⁶Ibidem, p. 164.

⁴⁶⁷Ibidem.

Porto⁴⁶⁸, pareciam opor o povo às instituições políticas e privilegiar uma cobertura que refletisse essas posições.

Em 2006, a equipe de jornalismo da TV *Globo* havia mudado. Desses entrevistados, apenas Willian Bonner permaneceu e ocupando os mesmos cargos. Com a morte de Evandro Carlos de Andrade, em 2001, a direção geral da Central *Globo* de Jornalismo passou a ser de Carlos Henrique Schroder. A direção de jornalismo, em Brasília, foi ocupada por Silvia Faria em lugar de Mário Marona. Essas mudanças, entretanto, não implicaram em alterações significativas na condução de Andrade. Schroder deu continuidade ao trabalho de seu antecessor, como explicou Willian Bonner:

No início, o Schoder optou por manter todas as normas que o Evandro havia implantado. Evidentemente que uma ou outra novidade editorial surgiu. O que houve foi um “ajuste fino” de procedimentos. Para ele, era muito fácil manter as normas anteriores porque comungava com elas.⁴⁶⁹

No que diz respeito às fontes de informação, esta pesquisa não encontrou predominância das sonoras de cidadãos comuns, como foi o caso da pesquisa de Porto (2007) realizada em 1999, fora de um período eleitoral. Esse estudo não mediu os tempos das sonoras, mas sim sua quantidade. Dessa forma, não foi possível comparar seus dados com os dessa pesquisa. Naquele momento, contudo, ele encontrou 41,4% de quantidade de sonoras de cidadãos comuns nos formatos interpretativos, de assuntos políticos.

Nesta pesquisa, os Gráficos 36 e 37 demonstram que os cidadãos comuns ocuparam 10% do tempo dedicados às sonoras, em geral, em relação ao total do tempo de todas as edições analisadas. Esse percentual é 1% maior do que o dos políticos, 9%.

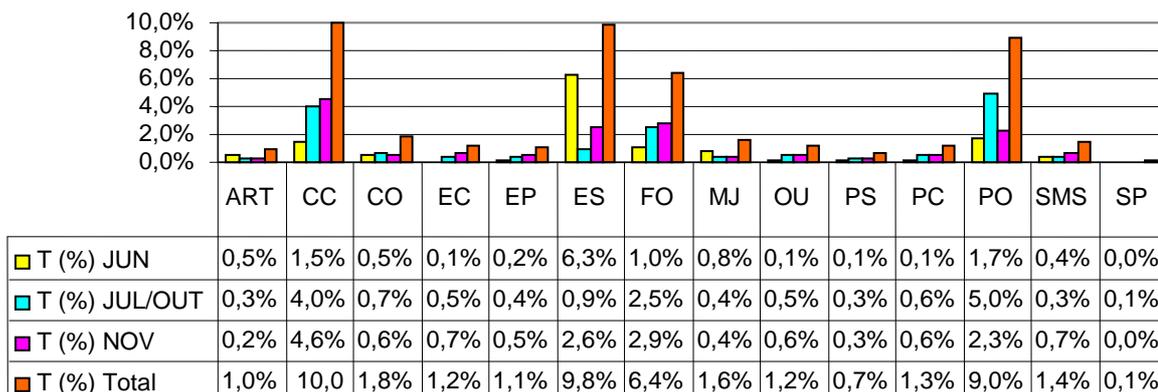
Ressalte-se que na relação tempo total dos tipos de fontes por tempo total das edições (Gráfico 36) não são os políticos que ocupam o segundo lugar, mas os esportistas (9,8%), seguidos pelos políticos (9%), fontes oficiais (6,4%) e congressistas (1,8%). Todos os demais possuem percentuais abaixo de 1,6%. Note-

⁴⁶⁸ O estudo de Porto (2007) foi realizado em 1999.

⁴⁶⁹ *JORNAL NACIONAL*: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editores, 2005, p. 334.

se que a diferença entre o quarto maior tempo (fontes oficiais) com o quinto (congressistas) é significativa e cai consideravelmente (72%).

Gráfico 25 – Percentual Total de Tempo das Fontes por Total de Tempo dos Períodos



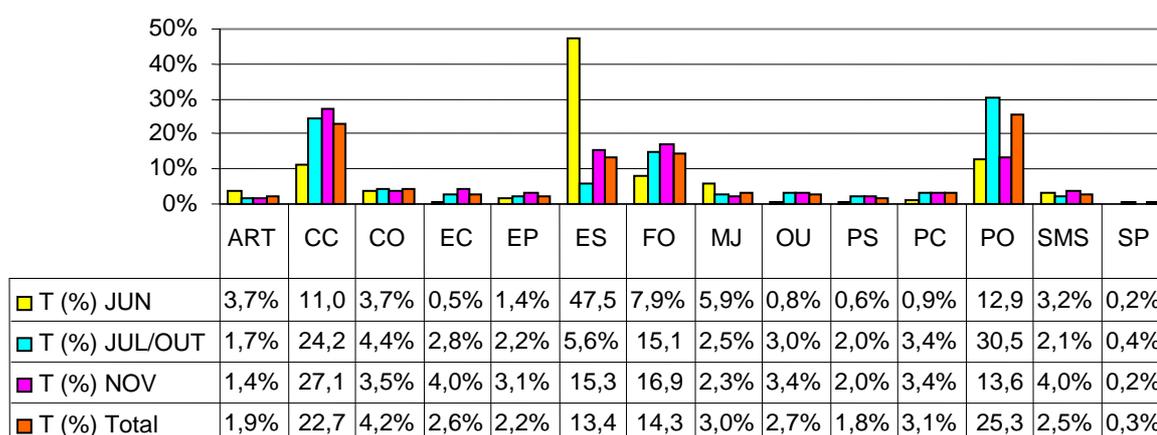
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Durante o período eleitoral, contudo, foram os políticos que ocuparam maior espaço no *Jornal Nacional*⁴⁷⁰. Como mostra o Gráfico 25, eles responderam por 5% do tempo total dedicado às fontes, seguidos dos cidadãos comuns (4%) e das fontes oficiais (2,5%) do tempo. Todas as demais fontes possuem tempos menores do que 0,9%. Destaque-se que entre essas outras fontes, os representantes dos movimentos das organizações da sociedade civil, como sindicatos e Organizações Não-Governamentais (ONGs), classificados como Representantes de movimentos sociais organizados (SMS) e mesmo os sindicatos patronais tiveram juntos uma baixa incidência, de 2,8%.

⁴⁷⁰ Cabe destacar que durante o período eleitoral o *Jornal Nacional* promoveu uma série de entrevistas com todos os candidatos de aproximadamente entre os dias 7 e 12 de agosto. Essas entrevistas duraram cerca de 12 minutos com os candidatos Heloisa Helena, Geraldo Alckmin e Luiz Inácio Lula da Silva. As entrevistas com os candidatos José Maria Eimael e Luciano Bivar tiveram duração menor, de aproximadamente 2,5 minutos. Essas entrevistas, formato pouco usual no *Jornal Nacional*, provavelmente desequilibraram o tempo das fontes dos políticos em relação às demais que possuem um tempo médio menor e estão, em geral, inseridas em formatos de reportagem. Esses políticos, contudo, ocuparam esse espaço e o fato não pode ser ignorado. O mesmo ocorreu com os Esportistas durante a Copa do Mundo de Futebol, quando houve várias entrevistas com os jogadores e técnicos da equipe brasileira.

Ao compararmos apenas os tempos entre as fontes para descobrir a proporção dos tipos de fontes entre si, os cidadãos comuns ocupam o segundo lugar entre as que possuem maior tempo. As fontes que tiveram mais tempo durante os três períodos foram os políticos (25,3%), seguidos dos cidadãos comuns (22,7%), fontes oficiais (14,3%) e congressistas, (4,2%). Todos os demais tipos de fontes possuem percentuais menores do que 3,1%. Destaque-se, contudo, que os políticos não chegaram a alcançar o maior percentual entre todas as fontes e todos os períodos: esportistas (47,5%), em Junho.

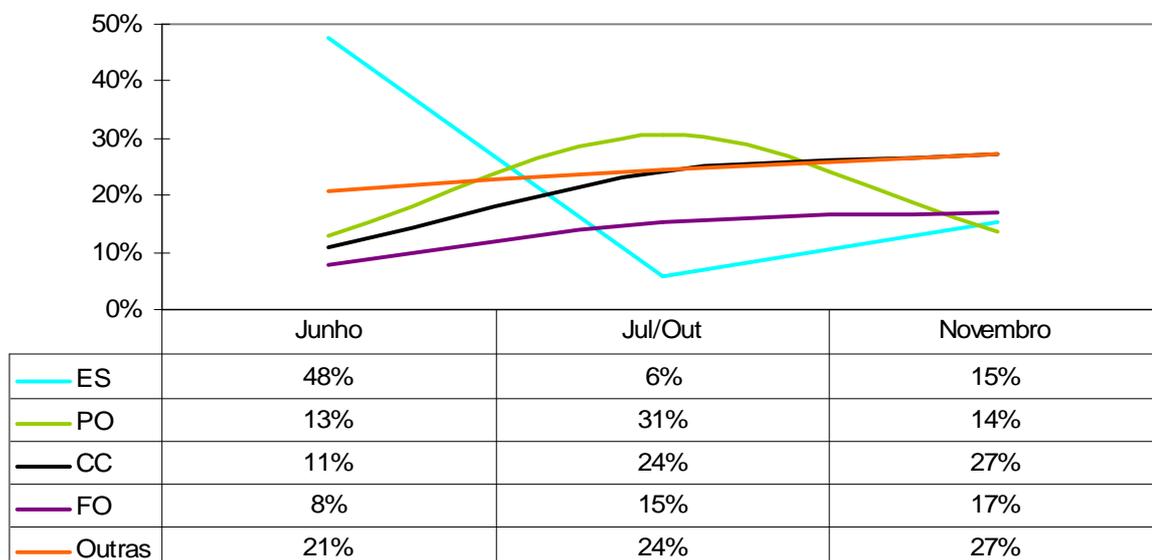
Gráfico 26 – Percentual Total de Tempo das Fontes por Total de Tempo das Fontes



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Essa variação pode ser melhor observada no Gráfico 41 e a Gráfico 1. Ele representa o movimento do percentual das fontes por período. As curvas das linhas mostram um pico de tempo dos políticos durante o período eleitoral e um vale dos esportistas, nesse mesmo período. O pico dos políticos, entretanto, é um pouco maior do que a metade do pico alcançado pelos esportistas. Esses tempos parecem se estabilizar no 3º período (novembro) quando nenhum fato dominante, como a Copa ou as eleições está ocorrendo. Nesse período, os cidadãos comuns possuem o maior percentual (27%).

Gráfico 27 – Variação do Tempo da Fonte por Período Comparada ao Tempo Total das Edições



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Essas variações de tempo entre os períodos podem ser verificadas na Tabela 13. Entre o 1º e 2º períodos os esportistas perderam 88% do tempo e foram os únicos que possuíram variação negativa. Ao mesmo tempo, os políticos tiveram uma variação positiva de 138%, os cidadãos comuns, de 118%, e as fontes oficiais, 87%.

Há variações significativas no período posterior, do 2º para o 3º. Os esportistas voltam a ocupar mais espaço no telejornal, com uma variação positiva de 150%, seguidos dos cidadãos comuns e outras fontes com 12%, e das fontes oficiais com 13%. Apenas os políticos possuem uma variação negativa. Eles perderam 45% do tempo que ocuparam durante o período eleitoral.

Tabela 17 - Variação do Tempo das Fontes por Período

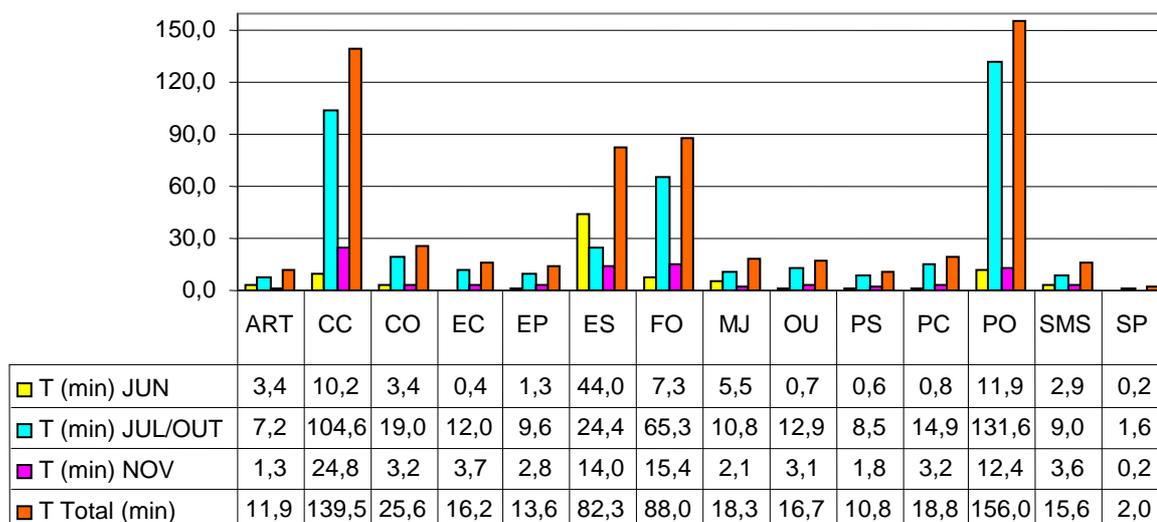
	Jun/Jul-Out	Jul-Out/Nov	Variação Total
ES	(-) 88%	(+) 150%	(-) 171%
PO	(+) 138%	(-) 45%	(-) 167%
CC	(+) 118%	(+) 12%	(+) 90%
FO	(+) 87%	(+) 13%	(+) 85%
Outras	(+) 14%	(+) 12%	(+) 14%

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Essa variação revela a mobilidade dos tipos de fonte no telejornal. Os esportistas tiveram uma variação total de 171% e os políticos, 167%. Essas fontes foram as que mais perderam e mais ganharam tempos de sonorais durante os períodos analisados.

Os cidadãos comuns também variam significativamente entre os períodos, 90%, seguidos das fontes oficiais, 85%. As outras fontes foram as que se mantiveram mais estáveis porque apresentaram a menor variação, 14%. Cabe destacar que todas as outras fontes somadas ocupam $\frac{1}{4}$ de tempo do telejornal, (24,3%), considerando os três períodos somados.

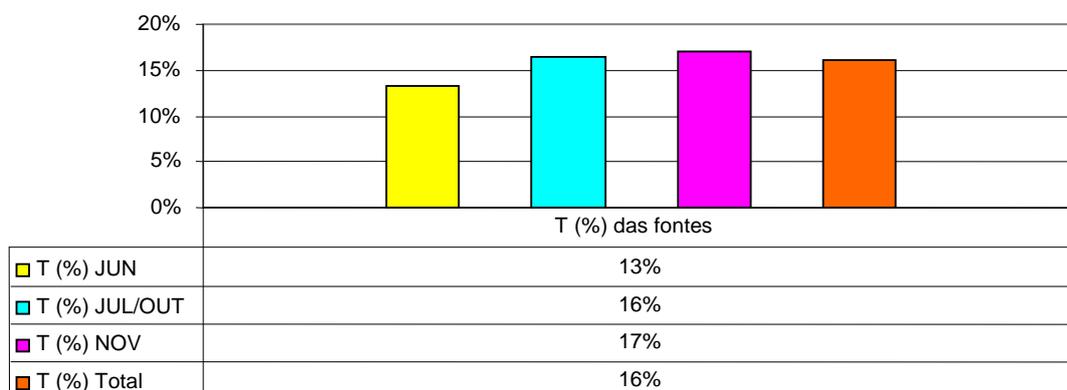
Gráfico 28 – Tempo (min) por Tipo de Fonte



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

No total, as fontes ocupam 15% do tempo do *Jornal Nacional*, considerando o tempo total de todas as fontes e o tempo total dos três períodos, como mostram o Gráfico 43. Isso quer dizer que todo o restante do telejornal é ocupado pela fala dos jornalistas.

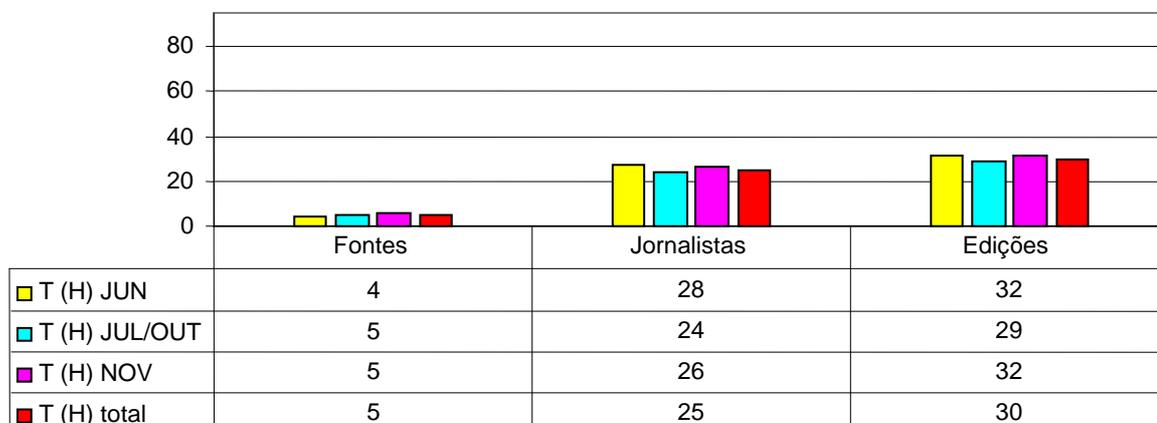
Gráfico 29 – Percentual Total de Tempo das Fontes por Tempo Total dos Períodos



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

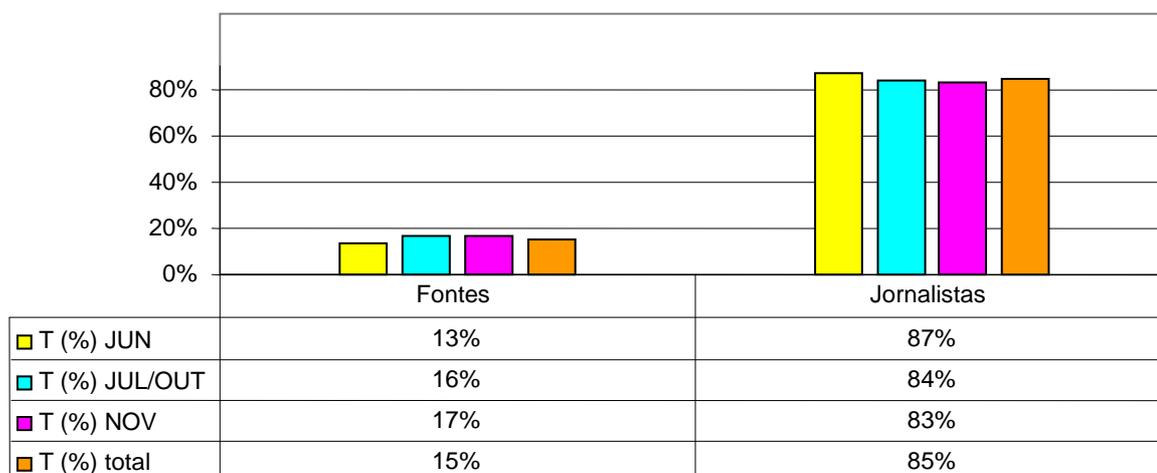
Parece existir uma proporção no tempo total das fontes e de jornalistas: de 15% para fontes e 85% para jornalistas, porque os percentuais não variaram significativamente na comparação dos três períodos. Os jornalistas falaram 77,9 horas e as fontes 14,3 horas durante os períodos somados. Considerando o tempo médio - um cálculo mais geral - de 30 minutos por edição, tem-se tempos médios de 14% para fontes e 86% para jornalistas. (Gráficos 30 e 31).

Gráfico 30 – Tempo Médio (H) por Período



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 31 – Percentual de Tempo por Período



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Esse dado revela que a existência de formatos televisivos jornalísticos, cada vez mais centrados no jornalista, encontradas por Hallin (1992)⁴⁷¹ em sua pesquisa, se verifica também no caso do *Jornal Nacional*. Para o pesquisador, esse fato demonstra que o jornalismo está cada vez mais mediado, situando o jornalista no centro do palco como intérprete dos fatos e eventos. Essa transformação no jornalismo de televisão que as notícias na TV atual são mais empacotadas [*packaged* (HALLIN, 1992, p 11)], ou enquadradas de acordo com essa pesquisa, do que as que Hallin observou em 1968.

As sonoras dos formatos televisivos jornalísticos são tratadas como material bruto, tomado à parte. Essas sonoras se integram em uma outra narrativa, a dos jornalistas, porque são combinadas com imagens e outras sonoras, colocando as fontes e suas ações em perspectiva.

Nos Estados Unidos, houve um deslocamento do que o candidato diz para o que o jornalista está dizendo sobre o candidato e sua campanha. Hallin (1992) argumentou que o surgimento da sonora de 10 segundos dificulta o acesso das pessoas à lógica dos argumentos de uma fonte, tornando mais difícil o processo através do qual elas interpretam e fazem sentido dos fatos e eventos.

Porto (2007) também situa a discussão da sonora no centro de seu modelo de *controvérsias interpretativas*. Para ele, contudo, as sonoras, ainda que curtas, oferecem atalhos para que as pessoas possam apoiar uma determinada posição sem que necessariamente elas ativem as informações que já possuem sobre o tema, de forma consciente.⁴⁷² É como se as sonoras ativassem um caminho secundário, derivado de um principal, através do qual as pessoas interpretam os eventos.

Essa hipótese discutida por Porto (2007) modifica modelos que sugerem que os enquadramentos afetam a percepção das pessoas porque ativam o conhecimento delas sobre eles, por meio da seleção e saliência de fatos e eventos.

⁴⁷¹ Hallin (1992) realizou uma extensa pesquisa sobre a cobertura das eleições na televisão, nos Estados Unidos, que abrange 20 anos, de 1968 a 1998, durante períodos de eleições presidenciais. Ele conclui que as sonoras tiveram uma redução de 43 para 9 segundos. O surgimento de sonoras de 10 segundos em média para o autor tem várias implicações para o discurso político e decorrem de mudanças técnicas, econômicas e culturais da televisão atual. Ver página 29, percurso metodológico 1. “Hallin (1992)⁴⁷¹, em uma extensa pesquisa sobre a cobertura das eleições na televisão, nos Estados Unidos, que abrangeu 20 anos, problematizou a transformação...”

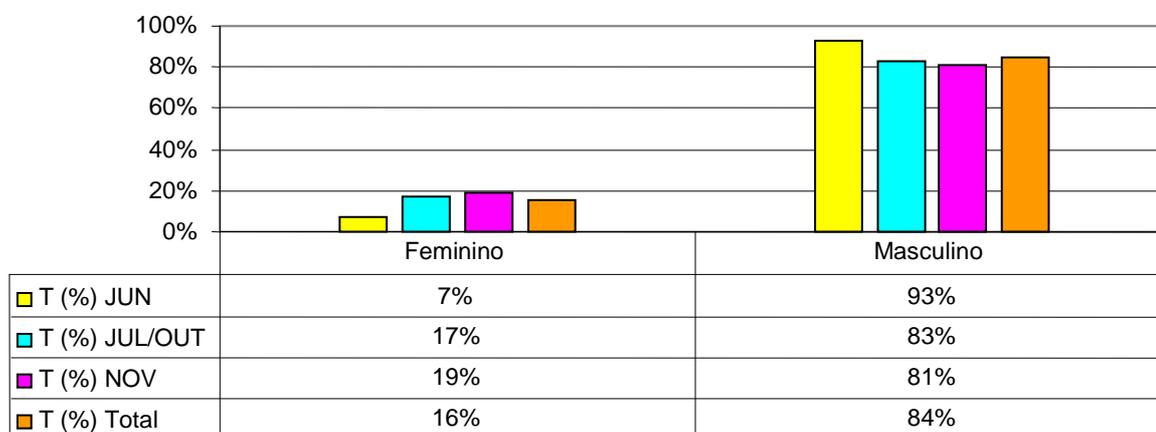
⁴⁷² Ver Capítulo Teórico, p. 18. “Porto (2007) propôs, portanto, modificar a perspectiva que explica como os enquadramentos atuam no processamento das informações (ENTMAN, 1993).”

4.4 A Relação de Gênero nas Sonoras

Essa pesquisa também investigou a relação entre os tempos de fontes de gêneros femininos e masculinos e encontrou uma grande disparidade entre eles. Os homens ocupam, no total, 84% do tempo das sonoras e as mulheres, 16%. Uma diferença de 81%. (Gráficos 32 e 33).

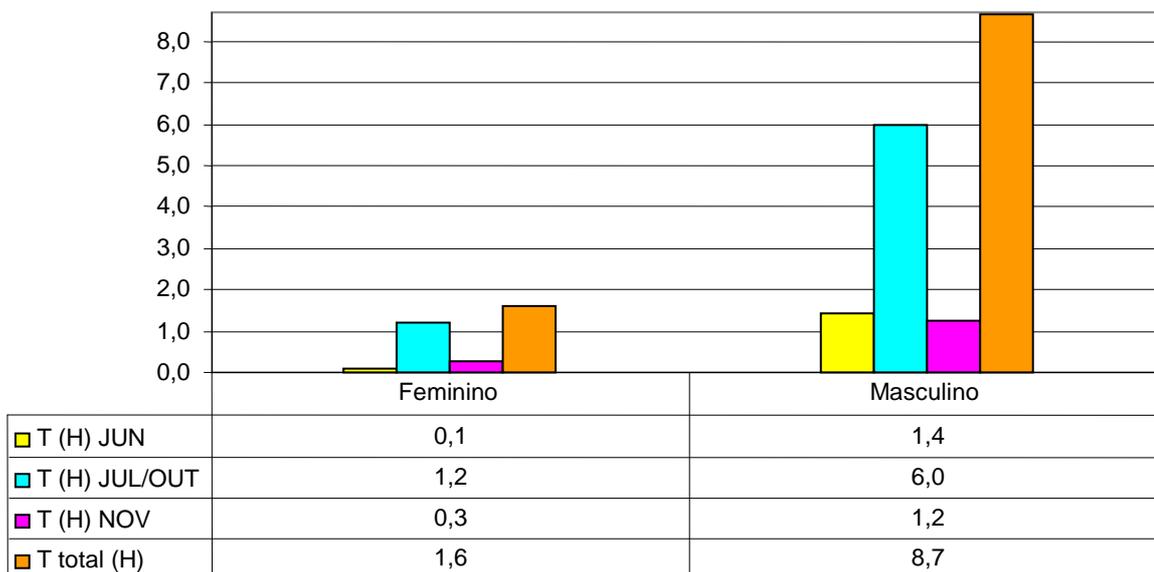
O predomínio das fontes masculinas se verificou com maior intensidade durante a Copa do Mundo quando atingiram uma desigualdade de 92,5%. Homens e mulheres falaram juntos cerca de 10,3 horas em 131 edições do *Jornal Nacional* que tiveram duração total de 64,5 horas. Homens falaram durante 8,7 horas e mulheres 1,6 horas. Esse fato pode ser verificado inclusive nas sonoras de cidadãos comuns, tipo no qual há um equilíbrio entre os gêneros no Brasil, embora esta pesquisa não possua os dados numéricos que comprovem essa afirmação. Essa pesquisa sustenta essa afirmação a partir da observação qualitativa das 131 edições do telejornal.

Gráfico 32 – Comparação de Tempo (%) por Gênero Comparação de Tempo (%) por Gênero



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

Gráfico 33 – Tempo (H) por Gênero



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa (2009).

4.5 Conclusão da Análise de Dados

A Análise de Conteúdo demonstrou que o *Jornal Nacional* sofreu alterações significativas durante o período eleitoral, embora tenha mantido características gerais que não se modificaram substancialmente. A cobertura dos assuntos políticos predominou no noticiário, demonstrando que o *JN* ofereceu para as pessoas uma cobertura substancial do mundo da política.

Os enquadramentos interpretativos representaram mais da metade do conteúdo do telejornal, durante o período eleitoral, com 56% de incidência, enquanto os noticiosos representaram 42%. Houve um aumento de 64% em relação ao primeiro período analisado. Esses enquadramentos que se sobressaíram são, de acordo com o modelo de *controvérsias interpretativas*, os que ajudam as pessoas a formarem avaliações subjetivas sobre os fatos e eventos.

Os formatos que predominaram nesse período, portanto, de acordo com o modelo, foram os que envolveram enquadramentos interpretativos: restrito (36%), plural-fechado (17%) e plural-aberto (12%), sendo que em 2% das notícias houve

dúvida se se tratava de formato plural-fechado ou plural-aberto. O restante se concentrou nas notícias episódicas e com enquadramentos noticiosos que adotam um formato descritivo e é centrado nos fatos.

Logo, no período eleitoral, o *Jornal Nacional* favoreceu os formatos que privilegiaram um enquadramento dominante sobre os fatos e eventos. Isso ocorreu porque poucos enquadramentos alternativos, que poderiam se contrapor ao dominante, foram apresentados no noticiário. Os formatos plurais, somados, representam 32% do total e os restritos, 36%. O formato plural-aberto, que oferece mais interpretações que confrontam os enquadramentos dominantes e as posições entre si, foi o de menor incidência, durante o período eleitoral, respondendo por 12% do total de 64 horas.

Os cinco assuntos de maior incidência no *Jornal Nacional* durante os três períodos analisados foram: política (PO), 26,2%, (ES), com 20,1%, POPL + C 10,6%, internacional (IN), 11,6%, violência e segurança (VS), 8,6%, fatos diversos (FD), 7,5% e economia, 3,4%. Durante o período eleitoral, eles incidiram de maneira diferenciada: (PO), 30,9%, internacional (IN) 13,7%, POPL + C 11,3%⁴⁷³, (ES), com 10,9%, violência e segurança (VS), 9,2%, fatos diversos (FD), 7,3% e economia, 3,3%. Todos os outros assuntos somados ocuparam 13,4% do *Jornal Nacional* no período eleitoral. (Gráfico 21).

Em relação aos blocos de notícia, houve alterações significativas também. O primeiro bloco tende a ser o que apresenta os assuntos mais importantes do dia, é o mais *quente*, no jargão jornalístico e por isso delimitamos esta análise a esse bloco.

Os assuntos relacionados a violência e segurança (Gráfico23), tiveram um aumento de mais de 20% no primeiro bloco, durante o período eleitoral (Julho a Outubro) comparado ao 1º período (Junho). Os assuntos relacionados ao esporte, entretanto, foram os que tiveram maior aumento, 53% de ocorrência no primeiro bloco (Gráfico 12). O de fatos diversos se manteve constante e os internacionais aumentaram em 27% (Gráficos 14 e 15). Durante o período eleitoral o *Jornal Nacional* privilegiou, em seu primeiro bloco, notícias relacionadas violência e segurança, fatos diversos e internacional.

⁴⁷³ Consideramos nessa análise as Caravanas *JN* como assuntos vinculados às políticas públicas, embora essa questão seja problematizada na seção anterior.

O telejornal manteve algumas características durante o período eleitoral, comparados com os demais. A reportagem (RE), na qual, geralmente, as fontes são ouvidas, foi o formato dominante, assim como nos demais períodos, 58%. O tempo das notícias também se manteve relativamente estável. No período eleitoral verificamos que houve uma redução máxima de 20% no tempo médio das notícias, o que ocorreu no mês de setembro, anterior ao primeiro turno das eleições presidenciais.

No que diz respeito às fontes, os cidadãos comuns (CC), seguidos pelos esportistas (ES), políticos (PO), fontes oficiais (FO) e congressistas (CO) ocuparam 10%, 9,8%, 9%, 6,4% e 1,8%, respectivamente, do total de tempo dos períodos analisados.

Durante o período eleitoral, contudo, foram os políticos que ocuparam maior espaço no *Jornal Nacional*. Como mostrou o Gráfico 36, eles responderam por 5% do tempo total dedicado às fontes, seguidos dos cidadãos comuns (4%) e das fontes oficiais (2,5%) do tempo. Todas as demais fontes apresentaram tempos menores do que 0,9%. Destaque-se que entre essas outras fontes, os representantes dos movimentos das organizações da sociedade civil, como sindicatos e Organizações Não-Governamentais (ONGs), (SMS) e mesmo os sindicatos patronais tiveram juntos uma baixa incidência, de 2,8%. Os políticos, contudo, não chegaram a alcançar o maior percentual entre todas as fontes e todos os períodos: esportistas (47,5%), em Junho.

Nosso estudo verificou a relação entre o tempo do telejornal dedicado às fontes e aos jornalistas. Parece existir uma proporção no tempo total das fontes e de jornalistas: de 15% para fontes e 85% para jornalistas, porque os percentuais não variaram na comparação dos três períodos, significativamente. Os jornalistas falaram 77,9 horas e as fontes 14,3 horas durante os períodos somados. Considerando o tempo médio de 30 minutos por edição, tem-se tempos médios de 14% para fontes e 86% para jornalistas. (Gráficos 31 e 32). Tal dado revela o quanto o *Jornal Nacional* é centrado no jornalista e naquilo que ele diz sobre os fatos e eventos.

Por fim, averiguamos a proporção do tempo das fontes do *JN* na relação de gênero. Os homens ocupam, no total, 84% do tempo das sonoras e as mulheres, 16%. Uma diferença de 81%. (Gráficos 33 e 34). Houve um predomínio das fontes

masculinas durante a Copa do Mundo, quando atingiram uma desigualdade de 92,5%. Durante o período eleitoral, esse dado não se alterou expressivamente: 87% para homens e 13% para mulheres.

Homens e mulheres falaram juntos cerca de 10h e 30 min. em 131 edições do *Jornal Nacional* que tiveram duração total de 64,5 horas. Homens falaram durante 8,7 horas e mulheres 1,6 horas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os conceitos de *agendamento*, *enquadramento* e modelo de *controvérsias interpretativas*, que fundamentaram esta pesquisa, ofereceram contribuições importantes para o estudo do conteúdo de um telejornal. Eles permitem analisar tal veículo como prática social que ocorre nos processos comunicacionais da *atualidade mediática*, em cuja base se encontram os aparatos tecnológicos.

O modelo de *controvérsias interpretativas* permitiu, dessa forma, analisar os relatos jornalísticos da televisão como uma expressiva fonte de enquadramentos interpretativos que auxiliam na definição das estratégias de engajamento e inserção das pessoas na coletividade. Essas controvérsias foram observadas como disputas políticas travadas no interior dos enquadramentos interpretativos.

A proposta de definição de formatos dos conteúdos da mídia (episódico, restrito, plural-aberto e plural-fechado), do modelo, ofereceu um importante instrumento analítico para a pesquisa sobre o conteúdo e as mensagens dos relatos jornalísticos. A análise de conteúdo, desenvolvida a partir dele, permitiu a descoberta das alterações dos conteúdos jornalísticos, antes, durante e depois do período eleitoral de 2006.

Esses resultados salientaram que o *Jornal Nacional* sofreu alterações significativas durante o período eleitoral, ao mesmo tempo em que manteve algumas características. A abordagem dos assuntos políticos predominou no noticiário, demonstrando que houve uma cobertura substancial do mundo da política.

O *Jornal Nacional*, contudo, favoreceu os formatos que privilegiavam um enquadramento dominante sobre os fatos e eventos, colaborando para que um maior número de pessoas fizesse sentido deles nos termos dessas interpretações dominantes. Os formatos plurais, somados, representam 32% do total e os restritos, 36%. No telejornal, prevaleceu, portanto, o formato que não oferece enquadramentos alternativos que pudessem se contrapor ao dominante.

O formato plural-aberto, que oferece mais interpretações que confrontam aqueles enquadramentos e as posições entre si, foi o de menor incidência durante o período eleitoral, respondendo por 12%.

Os cinco assuntos de maior incidência no *Jornal Nacional* durante o período eleitoral foram: (PO), 30,9%, internacional (IN) 13,7%, POPL + C 11,3%⁴⁷⁴, (ES), com 10,9%, violência e segurança (VS), 9,2%, fatos diversos (FD), 7,3% e economia, 3,3%. No primeiro bloco predominaram os assuntos relacionados a violência e segurança, esporte, fatos diversos e os internacionais. O assunto violência sofreu um aumento de 21% de incidência no primeiro bloco, durante o período eleitoral, se compararmos com o 1º período. Os de esporte quase dobraram, 86%. A política sofreu uma redução de 21%.

Se considerarmos que, na estrutura de um telejornal, o primeiro bloco pode caracterizado como aquele que concentra os assuntos mais quentes, do dia, a política não foi enquadrada dessa forma. Os assuntos que estavam na *ordem do dia* eram a violência/segurança, os fatos diversos e os internacionais, com 73%, 54% e 40%, respectivamente.

O *Jornal Nacional*, entretanto, manteve algumas características durante o período eleitoral. A reportagem (RE) é o formato de notícia dominante, com 56%, 58% e 56%, nos três períodos, respectivamente. O tempo das notícias também se manteve relativamente estável, variando de 1,33, para 1,18 e 1,22 minutos. Não foram observadas, portanto, alterações estruturais como essas no período eleitoral.

A partir do pressuposto de que enquadramentos interpretativos são disputas entre atores pela explicação de um fato e evento, esta pesquisa privilegiou a elaboração e análise de dados relativos a tais fontes. Ao considerar esse modelo teórico, talvez fosse mais apropriado denominar esses atores que disputam os enquadramentos interpretativos por *fontes de interpretação* e não *fontes de informação*.

O próprio modelo procura superar a idéia de que a mídia é uma fonte de informação para a sociedade. Mais do que isso: ela é mediadora de disputas sobre a interpretação da realidade. Ao mesmo tempo em que a mídia constitui o mundo, ela também o constrói, em significado.

Embora se tenha coletado dados de quantidade e tempo dessas sonoras, optamos por centrar a análise no segundo aspecto. Cabe ressaltar que o cruzamento desses dois dados resultaria em informações mais completas e abrangentes.

⁴⁷⁴Considerou-se nesta análise as Caravanas *JN* como assuntos vinculados às políticas públicas,

Durante o período eleitoral os políticos ocuparam maior espaço no *Jornal Nacional* e puderam desenvolver interpretações e significados sobre a realidade e o contexto eleitoral. Eles responderam por 5% do tempo total dedicado às fontes, seguido dos cidadãos comuns (4%) e das fontes oficiais (2,5%) do tempo. Entre as fontes de interpretação, os políticos ocuparam o maior tempo, 30,5%

Destaque-se, contudo, que os políticos não chegaram a alcançar o maior percentual entre todas as fontes e todos os períodos: os esportistas com 47,5%, no primeiro período.

Os representantes dos movimentos das organizações da sociedade civil, como sindicatos e ONGs, SMS e mesmo os sindicatos patronais (SP) tiveram juntos uma baixa incidência, de 2,8%.

Este estudo encontrou uma proporção no tempo médio das fontes e de jornalistas: de 14% para fontes e 86% para jornalistas. Esses dados revelam que o conteúdo do *Jornal Nacional* é centrado no jornalista e em seus enquadramentos sobre os fatos e eventos.

A pesquisa também encontrou uma proporção do tempo das fontes do *JN* no que diz respeito aos seus gêneros. Os homens ocupam, no total, 84% do tempo das sonoras e as mulheres, 16%. Uma diferença de 81%. Há um predomínio desproporcional nessa distribuição, ao considerarmos, por exemplo, a proporção entre homens e mulheres na população brasileira. Em 2007, o IBGE⁴⁷⁵ encontrou uma proporção de 99,6 homens para cada 100 mulheres.

A revisão bibliográfica incluiu depoimentos de jornalistas da Rede *Globo*, colhidos pelo *Projeto Memória Globo* que se encontra disponível, na Internet, para consulta pública. Cabe salientar que esse Projeto contribuiu para que questões polêmicas que envolveram a cobertura do *Jornal Nacional* pudessem ser observadas, considerando o enquadramento desses jornalistas.

Dessa forma, foi possível realizar um diálogo entre os enquadramentos interpretativos desses jornalistas com as pesquisas acadêmicas sobre esses períodos. Esses relatos se inseriram no contexto das disputas pelas análises e

embora essa questão seja problematizada na seção anterior.

⁴⁷⁵IBGE. Contagem da População 2007. IBGE: Rio de Janeiro, 2007. ISBN 978-85-240-3994-2 (meio impresso).

explicações dos fatos e eventos. Pode-se dizer, portanto, que eles participaram de *controvérsias interpretativas* nesse estudo.

A opção por analisar também esses relatos fez parte de um conjunto de escolhas metodológicas realizadas no percurso da pesquisa. O diálogo com os saberes anteriormente produzidos, com os professores e com os estudos específicos sobre o *Jornal Nacional* foram instrumentos importantes de vigilância crítica e epistemológica ao longo dos estudos.

O modelo de *controvérsias interpretativas* aliado ao método de análise de conteúdo cooperou para um distanciamento necessário do pesquisador com o seu contexto de pesquisa. As inferências e deduções lógicas com base em indicadores evitaram uma compreensão espontânea dos fatos porque afastaram o pesquisador da familiaridade com o seu objeto de estudo. Isso propiciou a superação de determinadas incertezas e enriqueceram a leitura dos dados.

A disciplina da Comunicação, na qual as técnicas de análise ainda estão se constituindo, bem como sua problemática de base (delimitação como campo de estudo), o modelo e o método foram produtivos como demonstrou essa pesquisa.

A análise de conteúdo, apresentada no Capítulo 4 (Análise dos Dados), demonstrou que o *Jornal Nacional* proporcionou enquadramentos interpretativos para a população durante o período eleitoral. Nesses enquadramentos, contudo, prevaleceu o formato restrito, que colabora para uma interpretação dominante sobre a realidade. A incidência de formatos plural-aberto, que promovem enquadramentos alternativos ao dominante, representou 12% do total.

Os políticos, ao ocuparem 30,5% do total de tempo das fontes nas edições do telejornal, foram protagonistas das *controvérsias interpretativas* ocorridas durante o período eleitoral. Mas esse protagonismo foi menor, contudo, do que o dos esportistas durante a Copa do Mundo de Futebol. Estes ocuparam 47,5% do tempo do telejornal dedicado às fontes.

A predominância de *fontes de interpretação* classificadas como políticos, cidadãos comuns, fontes oficiais e esportistas revelam que esses foram os atores que mais participaram de *controvérsias interpretativas* na *atualidade mediática*.

Por outro lado, organizações da sociedade civil, como sindicatos de trabalhadores e patronais, ONGs e movimentos sociais, que em geral confrontam os

enquadramentos de fontes oficiais e de políticos, tiveram um espaço reduzido, 2,8% do total de tempo das fontes.

Os pesquisadores e especialistas, os empresários e os artistas também pouco participaram das controvérsias interpretativas do *Jornal Nacional*. Eles responderam 2,6%, 2,2% e 1,9%, respectivamente. Essas *fontes de interpretação* foram as que menos puderam promover suas interpretações sobre a realidade.

As mulheres também ocupam um espaço reduzido na disputa das controvérsias interpretativas. Elas responderam por 14% do total das sonoras, enquanto homens, 86% do espaço.

Os atores que mais ocupam espaço no conteúdo do telejornal foram os próprios jornalistas. Os seus enquadramentos, noticiosos ou interpretativos, dominam 15% do total do espaço das edições. Enquanto as *fontes de interpretação* que realizam as controvérsias respondem por 85%. Esse dado revela que os padrões de cognição, interpretação, seleção, ênfase da realidade estão centrados nos enquadramentos dos jornalistas e não das *fontes de interpretação*.

O que é a *atualidade mediática*, portanto, é definido por seleções, ênfases, saliências, avaliações e omissões dos jornalistas, o que remete para a importância da formação desse profissional, principalmente no que diz respeito ao uso limitado de *fontes de interpretação*. Um maior intercâmbio de experiências entre pesquisadores e profissionais pode ser um caminho para suscitar discussões sobre a pluralidade de interpretações dos jornalistas em seus enquadramentos.

Na operacionalização do modelo de *controvérsias interpretativas* encontramos algumas dificuldades que podem ser exploradas em pesquisas futuras. As duas principais questões foram: a) os limites que determinam o enquadramento de uma notícia como noticioso ou interpretativo, e b) os limites nos quais se encontram as classificações plural-fechado e plural-aberto.

Em relação aos enquadramentos, quando classificamos uma notícia como enquadramento noticioso e formato episódico esses não deixam de produzir efeitos sobre o entendimento de fatos e eventos. Eles também colaboram para que as pessoas façam sentido da realidade que as cerca, embora não possuam fontes de interpretação, porque selecionam, salientam e avaliam fatos e eventos.

O enquadramento, como defende o próprio modelo, não pode ser neutro e isento de juízos de valor pela implicação da própria linguagem em quem observa e registra os acontecimentos. Por isso, o trabalho dos *enquadramentos noticiosos* e formatos episódicos pode ser um espaço privilegiado para a observação de enquadramentos dominantes promovidos pelos jornalistas.

Outra questão, ainda relativa aos enquadramentos e ao formato episódico, diz respeito à incidência de *fontes de interpretação* com menos de dois segundos de duração. Pelo modelo, mesmo que essas sonoras sejam pequenas, elas atuam nas *controvérsias interpretativas*. Contudo, nos casos das notícias nas quais as fontes aparecem apenas para ilustrar um enquadramento do jornalista, com sonoras de menos de 2 segundos, elas, ainda assim, deveriam ser consideradas como produtoras de controvérsias?

No caso dessa pesquisa, há uma diferença entre os percentuais dos enquadramentos noticiosos (pelo modelo deveriam apresentar apenas formatos episódicos) e os formatos restritos. Eles apresentam percentuais de 44% e 34%, respectivamente. E pode ser observada com maior intensidade no 1º. período (Junho), com um percentual de 65%.

Esta pesquisa realizou um estudo que abrangeu todos os assuntos durante o período escolhido e, ao contrário do modelo, não se restringiu aos vinculados à política. Dessa forma, uma grande quantidade de sonoras *ilustrativas* e com baixo tempo ocorreram nos períodos analisados. O caso do primeiro período é interessante porque a cobertura se concentrou na Copa do Mundo de Futebol. Com isso, ocorreram muitas sonoras desse tipo acima descritos. Há casos em que grupos de torcedores aparecem e as fontes não disseram frases, mas apenas palavras.

Por isso, classificou-se esse tipo de enquadramento como noticioso, embora contivesse sonora. Esse procedimento foi realizado com o cuidado de observação das imagens. Em alguns casos, até mesmo o silêncio de uma fonte pode ser mais representativo do que sua fala. Nesta pesquisa, esses casos foram classificados, portanto, considerando essa relação tempo de sonora e imagem.

No que diz respeito aos formatos plurais (aberto e fechado) sua classificação parece depender de uma observação que apure em um prazo mais longo os enquadramentos noticiosos, mas dominantes, promovidos pelos programas

analisados. No limite da definição entre esses dois formatos pode-se encontrar enquadramentos promovidos nos formatos episódicos, nos quais predominam as interpretações dos jornalistas.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. A Campanha presidencial no *Jornal Nacional*: observações preliminares. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 23-40, 1994.
- ALDÉ, Alessandra. As eleições presidenciais de 2002 nos jornais. *In: Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- AMORIM, Paulo Henrique; PASSOS, Maria Helena. **Plim, Plim**: a peleja de Brizola contra a fraude eleitoral. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2005.
- ANÚNCIO DO BANCO BOA VISTA. **Veja**, São Paulo, n. 1557, p. 21-22, 29 jul. 1998.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. *In: HOHLFELDT*, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (orgs). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- ARCÁDIO RESPONDE A DENÚNCIAS. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 21, Rio de Janeiro, 28 nov. 1982.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
- BOURDIER, Pierre. A representação da política: elementos para a uma teoria do campo político. *In: BOURDIER*, Pierre. **O poder simbólico**. 11. ed. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2007, p. 63.
- BRASIL. **Ato Complementar nº 4**, de 20 de novembro de 1965. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-02-65.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.
- _____. **Ato Institucional nº 1**, de 27 de outubro de 1965: outorgado a nação pelos comandantes-em-chefe do exército, da marinha e da aeronáutica, representando o comando supremo da revolução, que modifica a constituição de 1946, na parte relativa aos poderes do presidente da república. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-01-64.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.
- _____. **Ato Institucional nº 2**, de 27 de outubro De 1965. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-02-65.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.
- _____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 2 abr. 2009.
- _____. **Decreto n. 89.566, de 19 de abril de 1984**: dispõe sobre o estabelecimento de Medidas de Emergência na área do Distrito Federal e nos municípios que indica do Estado de Goiás e dá outras providências. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/legislacao/legin.html/textos/visualizarTexto.html?ideNorma=439992&seqTexto=1&PalavrasDestaque=>>>. Acesso em: 21 jan. 2009.

BRASIL. **Emenda Constitucional nº 22, de 29 de junho de 1982**: altera e acrescenta dispositivos à Constituição Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc_anterior1988/emc22-82.htm>. Acesso em: 21 jan. 2009.

_____. **Instrução nº 86. Resolução nº 22.249. Brasília – DF**. Publicada no *DJ* de 10.7.2006 e republicada no *DJ* de 17.7.2006. Relator: Ministro Gerardo Grossi. Disponível em http://www.tse.gov.br/institucional/biblioteca/instrucoes_do_tse/inst_86.htm. Acesso em: 17 jul. 2008.

_____. **Lei n. 6.683, de 28 de agosto de 1979**: concede anistia e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6683.htm>. Acesso em: 1 jan. 2009.

BRASIL. **Lei nº 8.624, de 4 de fevereiro de 1993**: dispõe sobre o plebiscito que definirá a forma e o sistema de governo e regulamenta o art. 2º do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, alterado pela Emenda Constitucional nº 2. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8624.htm>. Acesso em: 27 jan. 2009.

_____. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**: estabelece normas para as eleições. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/web/codigos/eleitoral/eleit.htm#E22E1>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

_____. **Lei nº 9504 de 30 de setembro de 1997**: estabelece normas para as eleições. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/Leis/L9504.htm>>. Acesso em: 1 mar. 2009.

BRITO, Antonio; CUNHA, Luiz Cláudio. **Assim morreu Trancredo**. Porto alegre: L&PM, 1985.

BRIZOLA SÓ TEM MEDO DA FRAUDE **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 4, 19 nov. 1982.

BUCCI, Eugênio; Kell, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

CANDIDATO TUCANO PEGA CARONA NO *JN* NACIONAL. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Nacional, 10 set. /2006.

CANDIDATOS PERDEM VOTOS. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 29 nov. 1982.

CHARADEAU, Patrick; MANGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

COELHO, Marcelo. Vitória política, só a do *JN*. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Brasil, 12 ago./2006.

COHEN, 1963 *apud* TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

COLLING, Leandro. O conceito de espetáculo e o telejornalismo. A seca e os saques no nordeste no *Jornal Nacional* e as eleições de 1998. In: RUBIM, Antônio Carlos Canelas (Org). **Mídia e eleições 1998**. Salvador: Editora Universitária/UFPB, Facom/UFBA. 2000, p. 57-88.

_____. Os estudos sobre o *Jornal Nacional* nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002. In: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004, p. 53-78.

CONCLUSÕES DA PERÍCIA DO SERPRO. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 5 nov. 1982.

CONTI, Mário Sérgio. Carta a Ali Kamel. **No Mínimo**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp0710200393.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2008

COORDENADOR DO TRE RECEIA DIFICULDADES NA APURAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 4, 16 nov. 1982.

COTA, Pery. **Jornal Nacional, 35 anos**: parceiros da ditadura. Observatório da Imprensa. 14/09/2004. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=294AZL002>>. Acesso em: 26 jan. 2009.

CUNHA, Luiz Cláudio. A confissão do ministro cai do céu. **Correio Braziliense**, 2 set. 1994

DIRETAS NO VÍDEO: as emissoras saem a campo na cobertura do comício do Rio de ganham prontos preciosos de audiência. **Veja**, São Paulo, n. 815, p. 92, 18 abr. 1984.

DOMINGOS, João; MADUEÑO, Denise. Alckmin quer aparecer mais no '*Jornal Nacional*'. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Nacional, 20 jul./2006.

ELEIÇÃO DEFINE COLÉGIO ELEITORAL. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, capa, 15 nov. 1982.

EMPRESA TAMBÉM PRESSIONOU O PDT. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 4, Primeiro Caderno, 27 nov. 1982.

ENTMAN, Robert. **Framing**: toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication*, n. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

FAUSTO NETO, Antônio. Inclusões e apagamentos. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente**: televisão é política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

_____. Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

FESTA DO REAL TEM CUSTO DE R\$150 MIL. **Folha de São Paulo**, Caderno Brasil, p. 5. São Paulo, 2 jul. 1998.

FIBE, Lílian Witte. Lílian Witte Fibe **Folha de S. Paulo**, 8 mar. 1998. Em entrevista ao ombudsman da Folha de S. Paulo.

FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, 24 jun. 1996. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_24jun1996.htm>. Acesso em: 2 jan. 2009.

G1. Disponível em: <http://www.globo.com>. Acesso em: 1 mar. 2009.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching**: mass media in the making e unmaking of the new left. Berkeley: University of California Press, Ltd, 1980.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**: an essay on the organization of experience. Boston: Northeastern, 1986.

GOVERNO FAZ OFENSIVA NO HORÁRIO NOBRE. **Folha de São Paulo**, Caderno Brasil, p. 5, São Paulo, 4 jul. 1998.

GUAZINA, Liziane Soares. **Alinhados com o poder**: um estudo sobre a cobertura política do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* (março-agosto/98). Brasília, Universidade de Brasília, 2001. Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

HACKETT, Robert A. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson, (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

HALLIN, Daniel C. Sound bite news: television coverage of the elections, 1968-1988. **Journal of Communication**, v. 42, 1992.

HERNANDES, Milton. **A mídia e seus truques**: o que o jornal, a revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

IBGE. **Contagem da População 2007**. IBGE: Rio de Janeiro, 2007. ISBN 978-85-240-3994-2 (meio impresso).

IBGE. Pesquisa **Nacional por Amostra de Domicílios 2007**. Mais de 50% dos trabalhadores contribuem para a previdência. 18/09/2008. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1230&id_pagina=1. Acesso em: 1 abr. 2009.

IBGE. **Tabela 1.1.20 - População recenseada e estimada, segundo os municípios - São Paulo - 2007**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem_final/tabela1_1_20.pdf>. Tabela 1.1.19 - População recenseada e estimada, segundo os municípios - Rio de Janeiro - 2007 http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem_final/tabela1_1_19.pdf. Acesso em: 6 abr. 2009

IBOPE. **Almanaque Ibope**. TV Semanal SP. Disponível em: <<http://www.almanaqueibopecom.br/asp/index.asp>>. Acesso em: 12 nov. 2008.

INSTITUTO DATAFOLHA. **Evolução da intenção de voto para presidente.** Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=101>. Acesso em: 1 jan, 2009.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 29 nov. 1982.

JORNAL NACIONAL: a notícia faz história. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005, p. 110.

JOSÉ SARNEY DÁ O SEU MAIOR SALTO. **Veja**, São Paulo, n. 863, p. 44-45, 20 mar. 1985.

JOSE, Emiliano. **Imprensa e poder: ligações perigosas: a CPI do PC, do Collor e do Orçamento numa análise inédita.** Salvador: Ed Univ Fed Bahia, 1996. Estudos brasileiros n. 31.

JUIZ IRONIZA COMPUTAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 27 nov. 1982.

KAMEL, Ali. *Globo* sobre o caso Proconsult. **Observatório da Imprensa.** Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=283JDB007>>. Acesso em: 26 jan. 2009.

LEIA E OUÇA, COM NITIDEZ E NA ÍNTEGRA, CONVERSA DO DELEGADO DO CASO DOSSIÊ COM REPÓRTERES. **G1**, 19/10/2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1317305-5601,00.html>>. Acesso em: 3 maio 2008.

LEVANTAMENTO MOSTRA EQUILÍBRIO NO NOTICIÁRIO. **Folha de São Paulo**, Caderno Eleições, São Paulo, 20 set. 1998. Nota: No total, a cobertura das eleições presidenciais da Folha de S. Paulo ocupou 248,16 páginas e do Estado de S. Paulo, 177,47%, 38,8% menos.

LIMA, Venício Arthur de Lima. *Televisão e Política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989.* In: **Comunicação e política**, São Paulo, p. 29-55, abr./jun. 1990.

_____. *Globo e política: “tudo a ver”.* In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (orgs). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.** São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **Mídia: teoria e política.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. *Televisão e poder: a hipótese do “cenário de representação política” (CR-P).* In: **Comunicação e Política**, v. 1, n. 1, p. 5-22, 2003.

_____; GUAZINA, Liziane. **Política eleitoral na TV: um estudo comparado do *Jornal Nacional (JN)* e *Jornal da Record (JR)* em 1998 (Relatório Preliminar).** (Texto apresentado ao GT Mídia, Opinião Pública e Eleições. XXII Encontro Anual da ANPOCS, em outubro de 1998, Caxambu, MG).

MANGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise de discurso.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

MARTINO, Luiz C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. *In*: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (orgs). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

McCOMBS, Mawell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado das idéias. Coimbra: Minerva, 2000.

MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas Históricas. Debate Lula X Collor (1989)**. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21752,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

_____. **Polêmicas históricas. Proconsult 1982. Show das Eleições**, 18/11/1982. Entrevista com Leonel Brizola. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21750,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

MIGUEL Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano Editora, 2002.

_____. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. *In*: RUBIM, Antônio Carlos Canela (Org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004. p 91-105.

_____. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano Editora, 2002.

_____. A descoberta da política: a campanha de 2002 na Rede *Globo*. *In*: **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

_____. Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede *Globo*. **Dados**, v. 42, n. 2, Rio de Janeiro, 1999.

_____. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano Editora, 2002.

MIRO ADMITE DERROTA E ANUNCIA QUE FICA NA POLÍTICA E PDT DENUNCIA IRREGULARIDADE NA APURAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 2º Clichê, p. 2, 18 nov. 1982.

MOISÉS, José Álvaro. Democratização e cultura política de massa no Brasil. **Lua Nova**, número 26, 1992.

MOREIRA FRANCO RECONHECE VITÓRIA DE BRIZOLA: Tancredo diz que é a vez de Figueiredo falar. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 24, 24 nov. 1982.

NEVES, Flora. **Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais**. São Paulo: Editora Summus, 2008.

NICOLAU, Jairo. **Governador de Estado**: Eleições de 198: votação total por candidato. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/jairo2006/port/cap4/eleitorado/cap4_1982p.htm>. Acesso em: 1 fev. 2009.

_____. **Presidente da República:** Eleições de 1960. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/4762/presidente_e_vice/brancos-presidente/1960.htm>. Acesso em: 24 fev. 2009.

NICOLAU, Jairo. Votos **obtidos pelos candidatos:** 1994. Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/jairo2006/port/cap1/votos/Cap1_1994>.htm. Acesso em: 24 fev. 2009.

_____. **Votos obtidos pelos candidatos: 1960.** Disponível em: <http://jaironicolau.iuperj.br/4762/presidente_e_vice/votos-presidente/1960_.htm>. Acesso em: 24 fev. 2009.

NO SHOW DAS ELEIÇÕES, UM PESADELO. **Veja**, São Paulo, n. 742, p. 92, 24 nov. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

O COMPUTADOR INIMIGO. **Veja**, São Paulo, 1 dez. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

O DIA QUE MUDOU O BRASIL. **Veja**, São Paulo, n. 742, 24 nov. 1982. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

O QUE É: PROCONSULT UMA EMPRESA DE COMPUTAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno eleições, p. 8, 26 nov. 1982.

O TENENTE-CORONEL HAROLDO LOBÃO CURSOU ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS E POSSUÍA A MEDALHA DE 20 ANOS DE BONS SERVIÇOS PRESTADOS. Deixou o exército em 1981 e foi contratado pela Procunsult para desenvolver o programa para apuração de votos. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, 29 nov. 1982.

OLIVEIRA, Dante; LEONELLI, Domingos. **Diretas Já:** 15 meses que abalaram a ditadura. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004, p. 343.

OLIVEIRA, Michele; SAMPAIO, Paulo. Nanicos ganham segundos de fama no "*Jornal Nacional*": Eymael e Bivar usam figurantes para simular "movimento eleitoral" em gravações. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 6 jul./2006.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **Texto na TV:** o manual do telejornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

PARTIDOS FISCALIZAM COMPUTAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 2, 22 nov. 1982.

PODERES REDUZIDOS: a campanha comprova que a eleição não faz a cabeça do eleitor, enquanto a imprensa se dedica a apontar os erros dos candidatos **Veja**, n. 1105, p. 74-76, 15 nov./1989.

POLÊMICAS HISTÓRICAS: **Proconsult 1982: Show das Eleições, 18/11/1982.** Entrevista com Leonel Brizola. Disponível em: <<http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21750,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

PORTO, Mauro Pereira. Novos apresentadores ou novo jornalismo? O *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. *In: Comunicação e Espaço Público*, v. 5, n. 1-2, 2002, p. 70.

_____. Telenovelas e política: o CRP da eleição presidencial de 1994. *In: Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, p. 55-76, abr./jul. 1995.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. *In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004, p. 20.*

_____. Novas Tecnologias e Política no Brasil: a Globalização em uma Sociedade Periférica e Desigual. **II Colloquium on Communication and Cultural Industries in NAFTA and MERCOSUR**, University of Texas, Austin, 1-2 de junho de 1999. Disponível em: <http://www.tulane.edu/~mporto/glob2.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2008.

_____. Novos apresentadores ou novo jornalismo? O *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. *In: Comunicação e Espaço Público*, v. 5, n. 1-2, 2002.

_____. Telenovelas e Política: o CR-P da Eleição Presidencial de 1994. **Comunicação & Política**, Nova Série, Vol. 1, n. 3, abril-julho 1995, pp. 55-76.

_____. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

_____; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo; BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. *In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004.*

PRESIDENTE DO TRE DIZ QUE PROBLEMAS CONTINUAM; TRE do Rio reconhece erro na computação. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Primeiro Caderno, p. 7-8, p. 2, 24 nov. 1982.

PROCONSULT QUIS INFLUIR NA APURAÇÃO DA RJB E DO JB. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 4, Primeiro Caderno, 27 nov. 1982.

PROPAGANDA OFICIAL DO REAL É AUTORIZADA. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Caderno Brasil, p. 7, 17 jul. 1998.

RECEITA LÍQUIDA DA GLOBO TEM AUMENTO DE 14% EM 2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1060042-9356,00.html>. Acesso em: 1 mar. 2009.

REDE BANDEIRANTES DE TELEVISÃO. **Band**: sinônimo de tradição em debates políticos. Disponível em: <<http://www.band.com.br/grupo/jornalismo.asp>>. Acesso em: 5 jan. 2008.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. Departamento comercial. **O mais respeitado e duradouro telejornal do País.** Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/JNac5_intro.php>. Acesso em: 15 abr. 2009.

REESE, Stephen; GANDY JR., Oscar; GRANT, August (Eds). **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world**. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.

RODRIGUES, Fernanda. Imagem dupla fez Lula vencer, diz marqueteiro. **Folha de São Paulo**, São Paulo, capa, 5 nov./2006.

ROSSI, Clovis. Acabou o ciclo autoritário; Tancredo é o 1º presidente civil e de oposição desde 64. **Folha de São Paulo**, 26 abr. 1984. Disponível em: http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_16jan1985.htm. Acesso em: 10 nov. 2008.

_____. Use preto pelo Congresso Nacional: a nação frustrada! Apesar da maioria de 298 votos, faltaram 22 para aprovar *Diretas*. **Folha de São Paulo**, 26 abr. 1984. Disponível em: http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_26abr1984.htm. Acesso em: 10 nov. 2008.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. As imagens de Lula presidente. *In*: FAUSTO NETO, Antônio; VERON, Eliseo (orgs). **Lula presidente: televisão é política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

_____. Caleidoscópio midiático-eleitoral de Fernando a Fernando II: 1994. *In*: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Mídia e política no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1999a.

_____; AZEVEDO, F. Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. **Lua Nova**, São Paulo, n. 43.

_____; COLLING, Leandro. Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo. *In*: CORREIA, João Carlos (Org). **Comunicação e política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 11-44. Série Estudos em Comunicação.

SÁNCHEZ, Homero Icaza. Playboy entrevista: Homero Sánchez. Entrevista concedida a Vitu do Carmo. **Revista Playboy**, São Paulo, n. 94, p. 117, maio 1983.

TANKARD, James. The empirical approach to the study of media framing. *In*: REESE, Stephen; GANDY JR., Oscar; GRANT, August (Eds) **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world**. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.

TEIXEIRA, Ariosto; CUNHA, Luiz Cláudio. Procurador pede a impugnação de Silvio Santos. **O Estado de São Paulo**, capa, 8 nov. 1989.

TELEJORNALISMO. **Jornal Nacional**. Rio de Janeiro: Rede *Globo* de Televisão. 2/09/1994. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=70eGz3g7h2g&feature=related>. Acesso em: 28 jan. /2009.

TELEJORNALISMO. **TJ Brasil. São Paulo**: Sistema Brasileiro de Televisão. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=r_4TtpvkSWE. Acesso em: 28 jan. 2009.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

_____. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística**. Florianópolis: Insular, 2005.

TRE ATRIBUI ATRASO À INCOMPETÊNCIA NA DIGITAÇÃO DOS VOTOS. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 3, 18 nov. 1982.

TRE DÁ VITÓRIA A BRIZOLA POR 178 MIL VOTOS. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 14, Rio de Janeiro, 14 dez. 1982.

TRE DO RIO DEFENDE MÁQUINA DE VOTAR. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4, Rio de Janeiro, 14 dez. 1982.

TRE DO RIO RECONHECE ERRO NA COMPUTAÇÃO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 8, 26 nov. de 1982.

TRE pede que a polícia federal investigue Proconsult; Serpro confirma pedido e Boletins ainda têm erros. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 4 e 21, Rio de Janeiro, 28 nov. 1982.

TRE promete corrigir erro. **Jornal do Brasil**, Primeiro Caderno, p. 5, Rio de Janeiro, 27 nov. 1982.

TRE SÓ DIGITOU 52 URNAS E NÃO DEU VOTOS NULOS. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno eleições, 2º Clichê, p. 4, 18 nov. 1982.

TUCHMAN, Gaye. **Making news**: a study in the construction of reality. New York Free Press, 1978.

UM SONHO ADIADO. **Veja**, São Paulo, 2 de maio de 1984, n. 817, p. 26-31.

UMA CONFUSÃO CHAMADA SILVIO SANTOS: o dono do SBT anuncia sua candidatura à presidência e vira a sucessão de cabeça para baixo. **Veja**, São Paulo, n. 1.104, p. 34-41, 8 nov. 1989.

VANTAGEM DE BRIZOLA DEVERÁ ATINGIR 173 MIL VOTOS. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno Eleições, p. 8, 24 nov. 1982.

VANTAGEM DE BRIZOLA É DE 119 MIL VOTOS. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 3, 20 nov. 1982.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ANEXOS

ANEXO 1 - EXERCÍCIO DE LEVANTAMENTO DE AMOSTRA, SEGUINDO MODELO DE CONTROVÉRSIAS INTERPRETATIVAS E MANTENDO CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS (proporção de enquadramentos noticiosos e interpretativos, desvio padrão e erro máximo)

Enquadramento s noticiosos	Enquadramento s interpretativos	Desvio padrão	Erro máximo	Quantidade de notícias (universo)	Amostra	Porcentagem do universo
63%	37%	3	3%	100	96	96%
63%	37%	3	3%	250	226	90%
63%	37%	3	3%	500	412	82%
63%	37%	3	3%	1000	700	70%
63%	37%	3	3%	1500	913	61%
63%	37%	3	3%	2000	1077	54%
63%	37%	3	3%	2500	1207	48%
63%	37%	3	3%	3000	1312	44%
63%	37%	3	3%	3500	1399	40%
63%	37%	3	3%	4000	1473	37%
63%	37%	3	3%	4500	1536	34%
63%	37%	3	3%	5000	1590	32%

ANEXO 1 - TRANSCRIÇÃO DOS DEBATES ENTRE OS CANDIDATOS LUIS INÁCIO LULA DA SILVA E FERNANDO COLLOR DE MELO APRESENTADOS NO JORNAL HOJE E JORNAL NACIONAL DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO.⁴⁷⁶

JORNAL NACIONAL

Apresentador **Cid Moreira**: A campanha eleitoral no segundo turno teve seu momento mais importante na noite de ontem. Foi o duelo entre os candidatos pela televisão. O debate durou quase três horas e foi transmitido por um pool formado pelas principais quatro emissoras redes de TV. Reveja agora alguns momentos do debate:

Lula: (14"): É preciso saber de antemão que desde 1980, portanto já há dez anos, atrás, o partido dos Trabalhadores, ele foi fundado na base da liberdade política, na base da liberdade de autonomia sindical, na base do pluralismo político.

Collor: (29"): De um lado está a candidatura do centro democrático, por mim representada, do outro lado está uma candidatura que esposa teses estranhas ao nosso meio, teses marxistas, teses estatizantes, teses que não primam pelos princípios democráticos consagrados na nova carta constitucional, até porque o partido daquele que é meu adversário se negou a assinar, ou não a assinar, mas votou contra o texto constitucional.

O Tratamento das Greves (locução em off do apresentador e inserção de arte)

Lula: (10"): E nós vamos tentar criar instrumentos para que essas categorias essenciais passem a ser tratadas como categoria essencial do ponto de vista do salário que cada um vai receber.

Collor: (26"): Agora, há um outro tipo de greve, que é a greve política, que é a greve patrocinada pela CUT, que a greve patrocinada pelo braço sindical do outro candidato. Essa greve política é feita apenas para realçar, colocar no noticiário as

⁴⁷⁶MEMÓRIA GLOBO. **Polêmicas Históricas. Debate Lula X Collor (1989)**. Disponível em: <http://memoriaGlobo.Globo.com/MemoriaGlobo/0,27723,5270-p-21752,00.html>. Acesso em: 7 fev. 2009.

suas lideranças. E este grevismo político já recebeu uma resposta drástica, uma resposta negativa da sociedade, que não aceita mais este grevismo político.

A Questão do Nordeste (locução em off do apresentador e inserção de arte)

Lula: (13"): O problema do Nordeste não é um problema de cerca, de seca, é um problema de cerca. Daí porque defendi a reforma agrária, senão morreriam milhões e milhões de nordestinos, como está aí a imprensa dizendo e o IBGE afirmando que é possível até nascer uma sub-raça.

Collor: (21"): Eu quero de alguma maneira repelir essa insinuação de que nós sejamos sub-raça, até porque sub-raça eu não sou, como também acredito que meu adversário não seja sub-raça somente pelo fato de ter nascido no Nordeste. A prova de que não somos sub-raça, deputado, é que nós estamos aqui disputando a eleição presidencial, duas pessoas com origens no Nordeste.

A Violência na Campanha (locução em off do apresentador e inserção de arte)

Collor: (23"): Nós nunca fomos intolerantes, baderneiros e bagunceiros para irmos lá e fazer o que eles fazem e o que fizeram nos nossos comícios. Agora mesmo, fora de uma manifestação, numa passeata, a jogadora de basquete, a Norminha, foi agredida, agredida covardemente por seis marmanjos, que brandiam a bandeira vermelha, com a foice e o martelo do PT. Isso é uma atitude democrática?

Lula: (30"): Eu, que durante várias vezes, o meu partido foi acusado de violência, eu acredito que pouca gente nesse país foi vítima de violência como o foi o *Lula* em toda a sua vida política. Portanto, eu estou tranquilo que cumpri com meu dever cívico enquanto candidato, estou tranquilo que cumpri com meu dever cívico enquanto a pessoa preocupada em elevar o nível de consciência do nosso povo, e estou tranquilo de que essa contribuição será e foi ouvida pelo nosso povo.

Salários (locução em off do apresentador e inserção de arte)

Lula: (17''): A pergunta que eu queria fazer ao meu adversário é o seguinte: quais as medidas concretas que você tomaria caso um político seu, um político do seu partido, tentasse legislar em causa própria, tentasse fazer uma legislação para tirar proveito pessoal do seu projeto de lei?

Collor: (38''): Eu tenho um caso concreto. Recentemente, o deputado Renan Calheiros, líder do PRN na Câmara dos Deputados, encaminhou um projeto de lei para congelar os salários já polpudos dos senhores deputados federais e dos senhores senadores da República, que, como disse há pouco, como o deputado do PT passa a ganhar 200 mil cruzados novos, mais de 100 vezes, mais de 100 vezes o salário mínimo no país. Que tem mordomias, como operações em hospitais caríssimos. E esse projeto de lei, foi solicitada urgência urgentíssima a todos os partidos. O PT se negou a assinar.

Os Acordos Políticos (locução em off do apresentador e inserção de arte)

Collor: (28''): O ex-governador Leonel Brizola afirmou que o vice do outro candidato, afirmou com letras maiúsculas, que o vice do outro candidato é corrupto. Eu queria saber do outro candidato: o ex-governador Brizola está mentindo ou o seu candidato a vice-presidente e realmente corrupto?

Lula: (24''): Brizola disse que o Bisol contraiu um empréstimo que ele considera imoral e o Bisol disse que o empréstimo é correto e que vai processar o Brizola. Ora, obviamente que eu, quando eu fiz a aliança com o Brizola, eu não pedi pro Brizola passara a gostar do Bisol e não pedi para o Bisol passar a perdoar o Brizola. O que eu pedi era para que os dois se entendessem e que o momento maior era ganhar as eleições.

Collor: (20''): É rigorosamente inacreditável. O ex-governador Brizola chama o candidato a vice do adversário de corrupto e o candidato acha que é perfeitamente normal. Apenas pede aos dois que não se digladiem, que não se xinguem nesse período para tirar proveitos eleitorais, para que não afete a questão eleitoreira.

Alexandre Garcia (15''): (entre os dois candidatos, durante o debate): Estamos iniciando a última parte do último debate desta campanha eleitoral. Para as últimas palavras dos dois candidatos. Por sorteio, vai falar em primeiro lugar o candidato Fernando **Collor** de Mello e, por último, o candidato Luiz Inácio **Lula** da Silva.

Collor. (26'') Eu gostaria de transmitir a todos vocês a minha enorme confiança de que continuaremos juntos no próximo dia 17. Sim, no dia 17 nós vamos dar um basta definitivo à bagunça, à baderna, ao caos, à intolerância, à intransigência, ao totalitarismo, à bandeira vermelha. Vamos dar sim à nossa bandeira. Essa que está aqui (aponta para o peito), a bandeira do Brasil, a bandeira verde, amarela, azul e branca.

Lula: (30'') Nós, que pertencemos à classe trabalhadora, sabemos perfeitamente bem que a nossa luta titânica é para escapar da fome, é para escapar do desemprego, é para escapar da favela ou de baixo de uma ponte. Em função não de méritos pessoais, mas em função da competência de uma categoria profissional, em função da competência de milhares de brasileiros, em função da competência dos partidos com que eu me orgulho de estar aliado, eu estou hoje disputando a Presidência da República para ganhar as eleições no dia 17.

Cid Moreira: E quem venceu o debate? O Instituto Vox Populi fez esta pergunta a 490 telespectadores em 114 municípios. 22% dos entrevistados acharam que o debate foi ótimo; 39,5% o consideraram bom; o debate foi regular na opinião de 28% dos telespectadores; e 7,7% disseram que o encontro ficou entre ruim e péssimo.

Veja agora a avaliação do desempenho dos candidatos:(vinhetas com locução de Cid Moreira)

Melhor desempenho: Collor: 44,5%,Lula: 32%

Idéias mais claras: Collor: 45%, Lula: 34,1%

O mais preparado para governar: Collor: 48%, Lula: 30%

Melhores planos de governo: Collor: 45,9%, Lula: 33%

Quem atacou mais o adversário?: Collor: 33%, Lula: 30,8%

Alexandre Garcia (no estúdio): O debate dos candidatos teve um alto índice de audiência e o público superou o do debate anterior. Ao transmitir o encontro dos presidenciáveis, a televisão cumpriu mais uma vez o seu papel na democracia.

JORNAL HOJE

Apresentadora **Márcia Peltier**. Um dos momentos mais esperados da campanha, neste segundo turno, aconteceu ontem à noite: o último debate entre Collor e Lula, transmitido em *pool* pelas quatro principais redes de televisão do País. O debate que teve quase três horas de duração, muito tenso na maior parte do tempo, os dois candidatos falaram sobre os problemas brasileiros e não deixaram de trocar farpas sobre a violência na campanha. Reveja agora alguns dos principais momentos do debate.

Lula: É preciso saber de antemão que deste 1980, portanto já há dez anos atrás, e quando foi fundado o Partido dos Trabalhadores, ele foi fundado na base da liberdade política; na base da liberdade da autonomia sindical; na base do pluralismo político. Nós sempre entendemos que não haveria sindicalismo possível se não houvesse uma sociedade democrática, se não houvesse os partidos políticos.

Collor: De um lado está a candidatura do centro democrático, por mim representado. Do outro lado está uma candidatura que esposa teses estranhas ao nosso meio; teses marxistas; teses estatizantes, teses que não primam pelos princípios democráticos consagrados na nova carta constitucional, até porque, o partido daquele que é meu adversário se negou a assinar, ou não a assinar, mas arrogou contra o texto constitucional.

Os dois candidatos disseram como pretendem enfrentar a inflação
(locução em off da apresentadora e inserção de arte)

Collor: Nós temos que fundamentalmente equilibrar as contas nacionais. A inflação que ai está, ela é causada em primeiro lugar pelo desequilíbrio

das contas, ou seja, o governo gasta mais que arrecada. A mesma que um assalariado. Se ele chaga no final do mês gastando mais do que ele recebeu como salário, ele vai ter que, ou buscar dinheiro emprestado, ou tomar fiado ou comprar fiado na venda, ou tomar fiado de um companheiro seu, mas em algum dia ele vai ter que pagar. Então a primeira coisa é adaptar os nossos gastos *ao nosso* a nossa arrecadação no caso do Estado, no caso do governo brasileiro. Como isso não acontece, como o governo é perdulário, é corrupto; como o governo gasta demasiadamente e gasta mal, ele vai ter que se endividar sempre. É o que vem fazendo: se endividando no exterior; se endividando internamente e isto é uma bola de neve: vai aumentando, os juros aumentam, aumenta o volume, aumenta o volume, vai pagando somente os juros dessa dívida. Então para nós resolvermos essa questão é fundamental que a gente equilibre o nosso orçamento, equilibre as nossas contas e a partir daí nós teremos recursos suficientes para fazer face a este programa social que eu tenho aqui.

Lula: Não é possível e não é verdade que você consiga recuperar o poder aquisitivo da classe trabalhadora fazendo uma política de investimento com esse tipo de renda se você não mexer claramente naqueles que são responsáveis pelo empobrecimento, que são os governos brasileiros; grandes latifundiários; os donos deste país; aqueles que vivem da especulação do ouro e do dólar. Se você mexer com esses setores, se você adotar uma política fiscal capaz de taxar herança; capaz de taxar ganho de capital e colocar fiscais na rua para evitar que as pessoas continuem sonegando, eu acho que arrumaremos dinheiro para investir no social.

As greves vão ser tratadas assim, segundo os candidatos (locução em *off* da apresentadora e inserção de arte)

Lula: Eu acho que a existência de greves, elas se devem possivelmente ao pouco tempo que as pessoas dedicam a negociação, às vezes a falta até de experiência de negociação e porque não dizer, às vezes até a intolerância na negociação; porque existe uma coisa colocada até como uma questão de honra que não leva a nada no processo de negociação e nos vamos tentar criar instrumentos

para que essas categorias essenciais passem a ser tratadas como categoria especial do ponto de vista do salário que cada uma vai receber.

Collor: É fundamental que a gente combata a inflação para ter condições de elevar o salário real do trabalhador e aí fazer sim, fazê-lo condigno e fazê-lo respeitado porque se paga um salário correto a ele de acordo com o trabalho que ele vem prestando. Agora, há outro tipo de greve que é a greve política; que é a greve patrocinada pela CUT; que é a greve patrocinada pelo braço sindical do outro candidato. Essa greve política é feita apenas para realçar, para colocar no noticiário as suas lideranças e esse grevismo político já recebeu uma resposta drástica, uma resposta negativa da sociedade que não aceita mais esse grevismo político.

A violência da campanha esquentou o debate (locução em off da apresentadora e inserção de arte)

Lula: Eu espero que a gente – todos os brasileiros – temos aprendido com essas eleições. Espero que essa é apenas o início de um processo que a nossa sociedade está aprendendo a viver democraticamente e eu aqui durante várias vezes o meu partido foi acusado de violência. Eu acredito que pouca gente nesse País foi vítima de violência como foi o Lula em toda a sua vida política. Portanto eu estou tranquilo que cumpro como o meu dever cívico enquanto candidato, estou tranquilo que cumpro o meu dever cívico enquanto a pessoa preocupada em elevar o nível do processo político do nosso povo. Estou tranquilo que essa contribuição será e foi ouvida pelo nosso povo.

Collor: Nós nunca fomos intolerantes, baderneiros e bagunceiros para irmos lá para fazermos o que eles fazem e o que fizeram nos nossos comícios. Agora mesmo e fora de uma manifestação, numa passeata, a jogadora de basquete, a Norminha, foi agredida, agredida covardemente por seis marmanjos que brandiam a bandeira vermelha com a foice e o martelo do PT. Isso é uma atitude democrática? O que eu vivi nestes momentos em todos os instantes que fiz comícios neste Brasil eram sempre eles intolerantes, jogando pedras, jogando ovos, jogando garrafas. Isto não é correto.

Mediador **Alexandre Garcia**: Estamos iniciando a última parte do último debate dessa campanha eleitoral para as últimas palavras dos dois candidatos. Por sorteio, vai falar em primeiro lugar o candidato Fernando Collor de Melo e por último o candidato Luiz Inácio Lula da Silva.

Collor: Eu gostaria de transmitir a todos vocês a minha enorme confiança de que continuaremos juntos no próximo dia dezessete. Sim, no dia dezessete nos vamos dar um não definitivo à bagunça, à baderna, ao caos, à intolerância, à intransigência, ao totalitarismo, à bandeira vermelha! Vamos dar sim à nossa bandeira. Essa que está aqui. A bandeira do Brasil. A bandeira verde, amarela, azul e branca. Vamos cantar o nosso Hino Nacional e não a internacional socialista. Vamos fazer deste Brasil um país digno dos seus filhos que trabalham, que querem prosperar, que querem a justiça social que nós iremos alcançar, minha gente!

Lula: Eu jamais imaginei chegar onde cheguei. Eu jamais sonhei poder disputar as eleições para Presidente da República, porque *nois* que pertencemos à classe trabalhadora sabemos perfeitamente bem que a nossa luta titânica é para escapar da fome; é para escapar do desemprego; é para escapar da favela ou debaixo da uma ponte, em função não de méritos pessoais, mas em função da competência de uma categoria profissional; em função da competência de milhares de brasileiros; em função da competência dos partidos políticos com que eu me orgulho de estar aliado, eu estou hoje disputando a Presidência da República para ganhar as eleições dia dezessete.

Apresentador: Sai a primeira pesquisa sobre o último debate de ontem entre os dois candidatos. Ela foi feita pelo instituto Vox Populi. Os resultados são os seguintes:

Melhor desempenho: Collor 44,6%; Lula 32,0%; Os dois: 5,5%; Nenhum: 8,2%; Não sabem: 9,8%.

A outra pergunta foi sobre quem expôs as idéias mais claras. Collor: 45,0%; Lula: 34,1%; os dois: 1,0%; Nenhum: 9,7%; Não sabem: 9,3%.

Apresentador: A questão sobre quem está mais preparado para governar o Brasil, Collor ficou com 48% e Lula ficou com 30%. A pesquisa também perguntou que tem os melhores planos de governo. Nessa questão Collor teve 45% e

Lula 33%. A pesquisa do Vox Populi foi feita pelo telefone durante e depois do debat
Foram entrevistadas 490 pessoas em 114 municípios.

ANEXO 2 - ENTREVISTA COM A JORNALISTA LÍLIAN WITTE FIBE REALIZADA PELA OMBUSDMAN DA FOLHA DE S. PAULO, RELATA LO PRETE.⁴⁷⁷

Lillian Witte Fibe

(Jornalista, 44 anos)*

São Paulo, domingo, 8 de março de 1998

Quanto de informação e quanto de entretenimento devem compor um telejornal?

Entreter, divertir ou distrair nunca foi tarefa jornalística. Seria patético se a imprensa optasse por reportagens adornadas com "efeitos especiais" apenas para aumentar a tiragem ou a audiência. Já pensou se resolvêssemos que a gravação da novela das oito é notícia e que, portanto, merece espaço num noticiário?

Está provado que jornalismo se alimenta, vive e sobrevive de independência e credibilidade.

A notícia vem perdendo espaço para o que os americanos chamam de "infotainment"?

Você já pensou na tragédia que seria se passássemos a nos pautar pelo que o telespectador quer ver, e não pelo que ele precisa ver?

Os institutos de pesquisa descobrem que o leitor da **Folha** quer mais bichinhos e mulher nua e menos políticos, porque está aborrecido com os parlamentares e a imagem do Congresso não é boa. Diante disso, o diretor do jornal obedece à "receita de bolo" e baixa a ordem: não se fala mais em partidos, políticos e alianças eleitorais. Nada de pacote fiscal assunto chato esse!

A democracia não poupa seus cidadãos de decisões difíceis. E, para decidir com responsabilidade, as pessoas precisam ter acesso a todo tipo de informação, mesmo a desagradável. Nem todas as empresas de comunicação se deram conta de que a era do jornalismo escapista ficou para trás. Nos tempos do Médici, imperava o jornalismo chapa-branca e a Copa do Mundo. E olhe que não era

⁴⁷⁷ FIBE, Lillian Witte. Lillian Witte Fibe **Folha de S. Paulo**, 8 mar. 1998. Em entrevista ao ombudsman da Folha de S. Paulo.

culpa dos jornalistas. Isso felizmente acabou. A responsabilidade da imprensa na democracia é infinitamente maior.

Existe algum modelo de telejornalismo que você persegue?

Persigo, há 25 anos, o interesse do público (não o desejo dele). Gostaria de não ter dado a notícia do Plano Collor, por exemplo. Mas era um fato, e mudaria a vida dos brasileiros. Daí em diante, procurei me pautar unicamente pelo que era do interesse de quem estava me vendo na TV. Tenho procurado fazer isso sempre. Se não puder ser assim, não há graça. No dia em que nos esquecermos do interesse do público para atender a esse ou a aquele político, ao governo ou a algum ramo empresarial, estaremos todos fritos.

O que é mais importante: transmitir credibilidade ao público ou estabelecer empatia com ele?

Pelo que sempre ouvi dos especialistas, no jornalismo de TV o importante é a credibilidade. Empatia é fundamental nas novelas e na linha de shows. O que não significa que o apresentador de um telejornal tenha o direito de ser arrogante e antipático.

O jornalista pode privar o público da notícia?

Não, não, não. Seria uma grande burrice. Mas a notícia tem que ser bem apurada e responsável. Quando todo mundo no mercado sabe que um banco está quebrado, você tem o direito de anunciar isso? Sim, e é sua obrigação, mas você precisa estar documentado ou ter depoimentos que não dêem margem à dúvida, o que não é fácil. Sou a favor de uma lei de imprensa com punições rigorosas para a notícia leviana. Em contrapartida, gostaria que tivéssemos independência e isenção absoluta para trabalhar.

ANEXO 3 – DEGRAVAÇÃO DA CONVERSA ENTRE O DELEGADO EDMILSON BRUNO E REPORTERES

Vide: LEIA E OUÇA, COM NITIDEZ E NA ÍNTEGRA, CONVERSA DO DELEGADO DO CASO DOSSIÊ COM REPÓRTERES. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1317305-5601,00.html>. Acesso em: 3 maio 2008.

Delegado Bruno:

- Aqui tá a gravação de todo o dinheiro que tá no Banco Central, de todo o dinheiro que tá na Caixa Econômica. Eu fui fazer a perícia no dia. Os peritos tiraram as fotos e eu também tirei. Então aqui tem mais ou menos umas doze fotos. Só que não pode aparecer nem o pessoal do Banco Central, que dá para ver uma coisinha, e nem a Protege. A Protege pediu para preservar o nome dela, que se dane. Para provar que o dinheiro é dele, porque vai aparecer um monte de dinheiro sem saber de onde é, porque as cintas são tudo da Caixa, não é mais as cintas dos bancos. E aqui prova que é um milhão cento e sessenta e oito, ó, Caixa Econômica Federal. Não...

Voz feminina de repórter:

- O que é isso?

Delegado Bruno:

- Isso aqui é o dinheiro, ó, que tá na custódia de Caixa Econômica, ó... Isso aqui é da Protege, que tá aqui à disposição da Polícia Federal. Caixa Econômica Federal, ó. É custódia, ó. Fonte custódia, que é o dinheiro...

Voz feminina de repórter:

- Um milhão...

Delegado Bruno:

- Cento e sessenta e oito, que é o dinheiro da, do...

Voz de repórter-homem:

- É o real isso daí.

Delegado Bruno:

- São os reais. Então, aqui... vocês tiram aqui... tiram o nome da Protege.

Voz de repórter-mulher:

- Tá...

Voz de repórter-homem:

- Tá.

Delegado Bruno:

- Para não saber que tá na Protege, vocês fazem uma edição. Eu tenho outros documentos que fala assim PAB Polícia Federal. Se vocês quiserem, eu trago para vocês... porque aqui, ó, Caixa Econômica Federal. E tem outro que tá escrito PAB

Polícia Federal, que é de trezentos em trezentos mil os depósitos. Aí eu fiz juntar num malote só... e tem a foto desse malote. Então isso prova que é o dinheiro. Tá. Então tá aqui.

Voz masculina de repórter:

- São quantas fotos? Doze fotos?

Delegado Bruno:

- Tem um monte.

Voz masculina de repórter:

- Isso é cópia, doutor?

Delegado Bruno:

- Não, esse aqui é original. Vocês precisam me trazer duas cópias de volta. Esse é original, ó. E do Banco Central, como é que tá? Tá os dólares... e aí eu coloquei um envelope atrás do Banco Central que tá no meu nome, assim. É... duzentos e cinquenta e oito mil dólares – interessado: Edmílson Pereira Bruno, para provar que é o dinheiro dos dólares, porque quando eu fiz o depósito, eu fiz em meu nome no Banco Central. Inclusive, nos dólares, tem notas novas e velhas. Nas velhas, tem carimbo de doleiro, que a gente vai fazer a perícia para descobrir. Vocês têm que me trazer isso aqui antes do meio-dia, vocês têm que ir em algum lugar tirar cópia...

Voz masculina de repórter:

- Alguém sabe onde a gente pode tirar cópia?

Delegado Bruno:

- Não sei, tem essas duas mídias. Vocês podem passar para essas mídias aqui. E aí, vocês precisam me devolver...

Voz feminina de repórter:

- Aqui não tem nada?

Delegado Bruno:

- Não tem nada. Vocês precisam me devolver.

Voz feminina de repórter:

- Então, vamos levar nessa mídia aí, né?

Delegado Bruno:

- Eu preciso que vocês me devolvam pelo menos uma. Vocês tiram mais cópia para vocês. Eu só tenho uma para vocês todos.

Voz feminina de repórter:

- Não, beleza, a gente...

Delegado Bruno:

- Agora, ele não, que é rádio, né?

Voz masculina de repórter:

- É, eu não preciso.

Delegado Bruno:

- Você não pode divulgar isso até as seis da tarde.

Voz feminina de repórter:

- Não, não.

Delegado Bruno:

- Porque isso aí... alguém que roubou e deu para vocês. Isso aí só vai sair amanhã.

Vozes misturadas de repórteres:

- Melhor ir agora já tirar.

- Agora, é.

- Quer ir, Tati?

- Quem tá de carro aqui para poder pegar um carro?

- Eu tô de carro, mas eu tô sozinha aí.

- Então, eu tô sem carro e ela tá sozinha.

Delegado Bruno:

- Vocês têm que ir em lugar perto.

Voz feminina de repórter:

- Tudo bem, porque eu...

Voz masculina de repórter:

- Eu não tenho cd, doutor...

Delegado Bruno:

- Esse cd, só imagem.

Voz feminina de repórter:

- Então vamos fazer isso, beleza. Eu copio lá.

Outra voz feminina de repórter:

- Ótimo.

Voz masculina de repórter:

- Como é que vai fazer?

Voz feminina de repórter:

- Eu vou no carro dela...

Voz masculina de repórter:

- Isso é cópia, doutor?

Delegado Bruno:

- Não, isso aqui é mídia...

Voz masculina de repórter:

- Não, o papel...

Delegado Bruno:

- Isso aqui é o papel das... isso aqui é minhas cópias.

Voz masculina de repórter:

- Pode pegar algum desse? Eu tô dobrando aqui...

Delegado Bruno:

- Então... isso aqui vocês tiram cópia para vocês.

Voz feminina de repórter:

- De repente, você consegue mandar por e-mail para a gente isso, né?

Delegado Bruno:

- Pega mais uma cópia disso aqui.

Voz feminina de repórter:

- Gente, vou copiar a mídia, porque é garantia, entendeu?

Delegado Bruno:

- Vou confiar em vocês. O que vai aparecer? Que alguém roubou e vazou na imprensa.

Voz feminina de repórter:

- Tá.

Delegado Bruno:

- Porque, no início... vai cair matando, só eu que tenho isso aí. Eu e os peritos. Mais ninguém tem, ninguém. Nem o superintendente tem, nem a delegacia tem...

Voz feminina de repórter:

- Dá um para mim...

Voz masculina de repórter:

- Não... vai tirar cópia.

Delegado Bruno:

- Vocês tiram cópia.

Voz feminina de repórter:

- Ah, não, tá.

Delegado Bruno:

- Quando vocês passarem na TV... ó, tira o nome da Protege, tira essa data aqui, ó.

Voz masculina de repórter:

- Tá, 28 do 9.

Voz feminina de repórter:

- Tira a data...

Delegado Bruno:

- Não, a data até pode deixar.

Voz feminina de repórter:

- É...

Delegado Bruno:

- Quer pôr a Protege, quer pôr a Protege?

Voz feminina de repórter:

- Por que tirar a Protege?

Voz masculina de repórter:

- Deixa... Foda-se...

Delegado Bruno:

- Porque na realidade foi furtado e a Protege tem um monte de imagem, depois se isso aí vazar, pelo amor de Deus. E no Banco Central, falou assim, essa aqui é a foto da Globo, que eles colocaram todo o dinheiro, só o dinheiro e pronto. Aí tem um envelope... escrito Banco Central, e todos os dados do dinheiro, dos dólares e meu nome embaixo. Agora, vocês têm que fazer um photoshop, porque tem fotos que aparece...

Voz masculina de repórter:

- As pessoas do Banco Central...

Delegado Bruno:

- Não, não... da Protege... do lado, contando o dinheiro, porque eu fui dentro...

Voz masculina de repórter:

- Ah...

Voz feminina de repórter:

- É só isso mesmo, doutor? Porque a gente já vai correndo para lá...

Voz masculina de repórter:

- E como é que a gente faz para entregar para o senhor depois?

Delegado Bruno:

- Você aí me liga: ó doutor, tô levantando.

Voz masculina de repórter:

- Tá.

Delegado Bruno:

- E eu não sei de nada. Aí eu desço, venho neste mesmo lugar e você me entrega o original e mais uma cópia. E essa cópia que vocês fizeram para vocês, vocês abrem... não, podem até ficar com o original, mas a que vocês entregarem para mim, vocês abrem para ver se tem tudo normal.

Voz feminina de repórter:

- É... porque a original sumiu.

Outra voz feminina de repórter:

- E dá para abrir? Não tem senha, nada?

Delegado Bruno:

- Não, é direto.

Voz masculina de repórter:

- Aí você entrega uma cópia para ele.

Voz feminina de repórter:

- Tá... tá...

Delegado Bruno:

- É... uma mídia comum. Vocês selecionam as melhores fotos...

Voz feminina de repórter:

- Eu ligo para o senhor mais tarde.

Delegado Bruno:

- Isso não vai sair hoje, né? Vai sair no jornal de amanhã.

Vozes misturados dos repórteres:

- É... no jornal de amanhã, na tv, né?

Voz masculina de repórter:

- Isso, o senhor fez um reporte de que foi furtado?

Delegado Bruno:

- Não, agora eu estou desesperado. Vai chegar à tarde, pro superintendente... apavorado. vou falar: doutor, me furtaram, tô com medo que isso vaze.

Voz feminina de repórter:

- É legal porque vazou para a imprensa inteira.

Delegado Bruno:

- Falei: já falei com os repórteres. Eles estão levantando para mim. Ninguém sabe de nada, mas eu tô desconfiado. Sabe como é, não dá para confiar em repórter. Não dá mesmo.

(risos de um repórter).

(voz feminina de repórter diz: puta sacanagem...)

Delegado Bruno:

- Agora, eu conto com vocês, hein? Sabe por quê? Vocês não podem me vender, porque isso aí vai abrir uma sindicância contra mim e um processo, porque isso é segredo de justiça.

Voz feminina de repórter:

- Mas quem o sr. vai apontar que teria roubado?

Delegado Bruno:

- Não sei! Quando cheguei na minha sala, não tava. Êne pessoas pode ter entrado na minha sala. faxineiras...

Voz feminina de repórter:

- Tá, então não fala que foi repórter, senão...

Delegado Bruno:

- Eu vou falar que eu não sei... porque eu tive acesso ontem, eu tirei essas cópias cinco horas da tarde.

Voz feminina de repórter:

- Mas teve repórter que entrou na sala do senhor?

Delegado Bruno:

- Não, não sei... Eu tô falando assim, que vazou...

Voz masculina de repórter:

- Porque senão, não vai ficar... foi o Tralli...

Voz feminina de repórter:

- Tralli?! (risos)

Delegado Bruno:

- Eu não tô falando que os repórteres, que alguém deu para os repórteres, mas todos os repórteres tão falando para mim que não sabem de nada.

(o delegado está aqui ensaiando como conversaria com seu chefe sobre o sumiço das fotos).

Voz feminina de repórter:

- Ah, tá... entendi. Não, beleza, beleza.

Delegado Bruno:

- não dá para confiar neles, se eles estão falando a verdade para mim ou não... porque eu estou ligando para vocês, o telefone tá grampeado, o telefone que eu ligo.

Voz masculina de repórter:

- É.. por isso que o sr. ligou daquele jeito.

Delegado Bruno:

- Desesperado... até para a "Veja" eu liguei.

Voz feminina de repórter:

- Vamos lá. depois a gente volta.

Delegado Bruno:

- Agora é o seguinte, qual a televisão que eu divulgo? Eu preciso divulgar para uma tevê.

Voz masculina de repórter:

- Precisa sair numa tv... bom, na Globo ou no SBT...

Delegado Bruno:

- Tem alguém da TV Globo aí?

Voz masculina de repórter:

- tem o Bocardi, o Bocardi!

Voz feminina de repórter:

- Eu tenho, eu posso passar lá pela minha chefia, pelo Globo

Voz masculina de repórter:

- Ah, é! ela é do Globo

Delegado Bruno:

- Então, tem alguém da Globo aqui? da TV, para eu entregar isso daqui? Não é o Tralli? O Tralli tá muito visado...

Aí eu vou ligar para o Tralli e vou dizer, pô Tralli.....

Vozes misturadas de repórteres:

- Deixa o Bocardi, deixa o Bocardi então, pode ser?

- tem ... da Band, também, meu amigo, gente finíssima.

- ah, é...

Delegado Bruno:

- Mas eu não tenho mídia para todo mundo.

Vozes dos repórteres:

- Tudo bem, a gente dá um jeito...

- Pode deixar, eu vou copiar

- Eu falo com o Rodrigo Bocardi
- Vamos falar com o Rodrigo Pinho e com o Bocardi. Aí ele fala com o Pinho, você fala com o Bocardi

Delegado Bruno:

- Você tira cópia, então. Vocês vão ser honestos comigo? Sabe por quê? Não pode divulgar para um só, que vira aquele furo que só um tem, aí vira fonte única. Quando espalha para todo mundo...

Voz feminina de repórter:

- Tá certo, o legal é botar a informação....

Voz masculina de repórter:

- Só que é o seguinte: isso só pode sair amanhã na tv, né?

Delegado Bruno:

- Não, pode sair hoje à noite na tv.

Voz feminina de repórter:

- Pode sair hoje à noite.

Voz masculina de repórter:

- Jornal da meia-noite, jornal da meia-noite.

Delegado Bruno:

- Não, tem que sair hoje. não, tem que sair no jornal da Globo no primeiro horário. Não pode sair é à tarde.

Voz feminina de repórter:

- É gente, também porque nós estamos os três jornais, né?

Delegado Bruno:

- Tem que sair no "*Jornal Nacional*". Se for o SBT, Ana Paula Padrão. Isso daí vazou ontem, me furtaram ontem, isso espalhou hoje de manhã, o que não pode é sair agora...

Voz feminina de repórter:

- Sumiu que nem o chip?

Delegado Bruno:

- Que nem o chip. Agora, é o seguinte, tem que entrar no jornal logo no primeiro horário da noite, não pode chegar agora e sair no Jornal Hoje.

Voz feminina de repórter:

- Você tem uma cópia do chip da agenda?

Delegado Bruno:

- Do chip sumiu mesmo, mas já levantaram os telefones.

Voz feminina de repórter:

- Mas e a agenda? Não, né?

Voz masculina de repórter:

- Quem é esse André, que o senhor falou ontem?

Delegado Bruno:

- Este nome aqui já divulgou, ó, André De Noce...

Voz feminina de repórter:

- Eu acabei de falar com ele...

Delegado Bruno:

- Esse cara aqui, esses dois, venderam a Danone, por milhões e milhões. Toda vez que o PT precisa de dinheiro, o Zé Dirceu vai lá, eles dão dinheiro para o PT.

Voz masculina de repórter:

- Vicente Bittar De Noce?

Delegado Bruno:

- E o filho dele, o André De Noce. Isso aqui... tem umas pessoas investigando para mim.

Voz feminina de repórter:

- Ele tem empreiteira também, né?

Delegado Bruno:

- Isso. O que acontece? Toda o PT precisa de dinheiro, eles dão dinheiro para o PT, e depois como o PT quando faz as tramóias dele, devolve.

Voz masculina de repórter:

- A polícia está atrás disso então, desses nomes?

Delegado Bruno:

- Nãaa! Isso aqui, não sei se tá. Eu estou.

(vozes misturadas dos repórteres: "já falei com ele", "eu sei porque eu ouvi de outro")

Delegado Bruno:

- Joga esse nome André De Noce, porque eu tô achando que os reais, uma parte dos reais, foi o André De Noce que deu. lembra quando um fala que uma empresa entrou de sócio, que era da revista? Eu estou achando que este André era um dos... tudo o que o PT precisa de grana, grana que não pode sair do PT, esse cara dá. E quando o PT consegue dinheiro por fora, devolve para ele.

Voz masculina de repórter:

- E ele é o quê? que que ele faz?

Delegado Bruno:

- Vendeu, acho que por quatrocentos milhões...

Voz feminina de repórter:

- uma empresa de consultoria.

Delegado Bruno:

- E eles venderam a Danone, donos da Danone no Brasil, a Danone francesa. Eles venderam a parte deles.

Voz masculina de repórter:

- Mas por que o senhor acha que são eles, tem algum grampo?

Delegado Bruno:

- Não... porque tem uma pessoas investigando para mim e tão desconfiado que o Zé Dirceu...

Voz masculina de repórter:

- Qual o (inaudível) disso?

Delegado Bruno:

- É um nome que você pode jogar para ser investigado. As pessoas tão achando... não é gente da Polícia Federal, é gente de fora... tão achando que... toda vez que o PT tá precisando de dinheiro, o PT (inaudível)... o dinheiro que pode, vem por fora... o PT tá com a grana lá fora e não dá tempo. Ó, a grana tá vindo, mas o De Noce banca, depois eles devolvem pro De Noce.

Voz feminina de repórter:

- Eles emprestam do De Noce.

Delegado Bruno:

- Isso... como se fosse um agiota.

Voz feminina de repórter:

- Então, tá....

Delegado Bruno:

- Então, gente, não preciso me preocupar com a Globo, nem com a Band?

Repórteres:

- Não, não.

Delegado Bruno:

- É certeza? Se eu não ver isso, eu vou (inaudível).

Voz feminina de repórter:

- Pode ficar sossegado

Outra voz feminina de repórter:

- A gente vai passar, a gente vai passar. De repente, se eles não quiserem dar...

Voz masculina de repórter:

-A gente vai passar pro Rodrigo Hidalgo...

Delegado Bruno:

- Pode sair no primeiro horário da noite. Não pode é sair agora ao meio dia.

Voz feminina de repórter:

- No primeiro horário da noite, não, no último horário...

Delegado Bruno:

- Sabe por quê?

Voz feminina de repórter:

- No horário da noite, não! No último horário da noite!

Delegado Bruno:

- Não, tem que ser o primeiro horário, gente... porque eu vou fazer o alarde agora com o superintendente que vazou... que me furtaram agora de manhã.

Voz feminina de repórter:

- Tá, tudo bem...

Delegado Bruno:

- Se sair no último horário, quem que vai assistir o jornal à meia-noite?

Voz feminina de repórter:

- Ta, ta

Delegado Bruno:

- Eu quero que o povo todo veja, você entendeu? Porque me tiraram, vocês sabem que me tiraram. Então, não é que é uma vingança minha... Me sacanearam! Esse pessoal que tá sendo ouvido... sabia que foram lá no Banco Central antes de mim e tiraram fotos antes e deram para o FBI? Fizeram isso... e no meu nome, pegaram o meu protocolo no meu nome... Vieram me procurar falando que era perito. Quando que fui falar com os peritos, "Não ninguém veio me chamar para tirar foto!". Então, agora nós vamos fazer a perícia. Peguei, eu mesmo fotografei e estou passando para vocês.

Vozes femininas de repórteres:

- Tá... vamos lá...

Voz masculina de repórter:

- Aí eu ligo para o senhor.

Delegado Bruno:

- Então, Band e Globo eu fico tranqüilo?

Repórteres:

- Pode ficar, pode ficar...

Delegado Bruno:

- Qual o horário do "*Jornal Nacional*"? Oito da noite?

Repórteres:

- Sete e...

- Oito e meia...

Delegado Bruno:

- O da Band é sete?

Repórteres:

- É...

Delegado Bruno:

- Vou ligar a tv neste horário, hein?

Voz masculina de repórter:

- Tá.

Voz feminina de repórter:

- Pode ficar sossegado.

Delegado Bruno:

- E a fonte... jamais. Não sou mártir, não. Não sou Tiradentes para ser esquartejado.

Repórteres:

(risos)

- Tchau, doutor.

- Eu ligo pro senhor.

- Tchau.

(Ruído de caminhão passando na rua).

Fim.