



**Produção jornalística em período eleitoral:**

O posicionamento da Folha de S. Paulo e Estado de São Paulo em 2010<sup>1</sup>

Michele Goulart MASSUCHIN<sup>2</sup>

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Camila Quesada TAVARES<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

Mariane NAVA<sup>4</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

**RESUMO**

O artigo analisa a cobertura jornalística feita pelos dois maiores jornais brasileiros - Folha de São Paulo e Estado de São Paulo – sobre a eleição presidencial de 2010 – mais especificamente comparando o tratamento dado aos dois principais candidatos ao cargo – Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB) – já que ambos os jornais fizeram apropriações diferentes do conceito de neutralidade durante a disputa. O objetivo é verificar se o comportamento adotado pelos jornais está de acordo com as ‘regras’ que orientaram a produção: a Folha de S. Paulo continuou defendendo um jornalismo imparcial, enquanto o Estado de S. Paulo se posicionou favorável à candidatura de José Serra. A metodologia utilizada é quantitativa de análise de conteúdo e este artigo faz parte das pesquisas desenvolvidas pelos grupos de pesquisa em “Comunicação Política e Opinião Pública” da UFPR e “Mídia, Política e Atores Sociais” da UEPG.

**PALAVRAS-CHAVE:** produção jornalística; eleições 2010; candidatos; agenda

**INTRODUÇÃO**

Os meios de comunicação são as principais fontes de informação que os cidadãos têm acesso e tem um papel importante nos períodos eleitorais, pois é o momento em que os indivíduos buscam subsídios para decidir o voto. A teoria da *agenda setting* já mostrou que em determinadas circunstâncias, eles podem agendar os temas que serão debatidos pela sociedade e influenciar na formação da opinião dos indivíduos (McCOMBS e SHAW, 1972). A mídia alcançou mais relevância no ambiente político quando as teorias da democracia incluíram o acesso a informação como um dos requisitos básicos desse tipo de governo (DAHL, 2009). Miguel (2000) ressalta que a presença dos meios de comunicação tem reconfigurado a esfera pública e modificado o acesso dos cidadãos aos campos de poder.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT –Impresso, do VII Ciclo de Debates sobre Jornalismo, nos dias 9, 10 e 11 de novembro de 2011 na UniBrasil.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e mestranda em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Membro do grupo de Pesquisa em Comunicação política da UFPR/UEPG e bolsista REUNI. E-mail: mimassuchin@hotmail.com.

<sup>3</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas também pela UEPG. Bolsista CAPES. E-mail: camila.tavares8@gmail.com.

<sup>4</sup> Graduanda do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta grossa e membro do grupo de Pesquisa em Mídia, política e Atores Sociais/UEPG. E-mail: mariane.nava@hotmail.com.



Mas, embora os meios de comunicação tenham a função de oferecer informações políticas para a sociedade, a produção de notícias é influenciada por uma série de fatores, (SHOEMAKER e VOS, 2009; McCOMBS, 2009) que são responsáveis, direta e indiretamente, pelo processo de hierarquização que ocorre durante o processo produtivo das notícias. Portanto, o objetivo deste trabalho é identificar o tratamento dado aos candidatos – a partir da valência dos textos, enquadramento, visibilidade, número de aparições, etc. Os dados utilizados são referentes a dois grandes jornais brasileiros – Folha de São Paulo e Estado de São Paulo - e foram coletados no período de julho a outubro de 2010.

Pretende-se discutir a cobertura dos dois jornais, já que houve uma diferença quanto à apropriação do conceito de imparcialidade durante as eleições. Enquanto a Folha de São Paulo manteve na sua linha editorial o princípio de imparcialidade no tratamento dos fatos políticos e candidatos, o Estado de São Paulo se posicionou abertamente - em um editorial<sup>5</sup> - favorável à candidatura de José Serra (PSDB). Contudo, isso não significa que a Folha não possa ter favorecido algum candidato. Isso é o que veremos nos próximos tópicos, quando será apresentada a análise sobre cobertura de ambos os jornais, comparando a visibilidade e valência dada aos principais candidatos à presidência de 2010. No total foram observadas 4361 entradas na Folha de São Paulo e no Estado de São Paulo, as quais foram analisadas a partir da metodologia quantitativa que categoriza os dados a partir de uma série de variáveis. A coleta de dados foi realizada pelos grupos de pesquisa em “Mídia, Política e Atores Sociais” da UEPG “Comunicação Política e Opinião Pública” da UFPR.

## **CRITÉRIOS DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA SOBRE TEMAS POLÍTICOS**

Segundo Wolf (2009) o processo de produção das notícias pode ser comparado a um funil dentro do qual se colocam inúmeros dados, mas apenas alguns conseguem ser filtrados. A escolha dos temas, inclusive dos assuntos relacionados à elite política, possuem como ponto de partida os valores notícias intrínsecos aos fatos, os quais são discutidos por diversos autores (HARCUPL e O’NEILL, 2001; GALTUNG E RUGE, 1965; SILVA, 2005; WOLF, 2009; ALSINA, 2009) e que chamamos de valores/notícia.

Dentro das diversas categorizações, algumas estão relacionadas a elementos que estão constantemente presentes na produção jornalística de temas políticos. Silva (2005) destaca que alguns ajudam a explicar as potencialidades dos fatos políticos: é o grupo que a autora

---

<sup>5</sup> O editorial d'O Estado de S. Paulo onde o jornal declara apoio a Serra pode ser acessado em <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,editorial-o-mal-a-evitar,615255,0.htm>



define como governo, que vai ao encontro da definição acima. Nele está incluído o interesse nacional, decisões e medidas, inaugurações, eleições, viagens e pronunciamentos, etc. E dentro da proposta apresentada inicialmente por Galtung e Ruge (1965) e re-elaborada por Harcup e O’Neill (2001) há também elementos que salientam para a facilidade dos assuntos políticos em ganhar espaço nos jornais. O primeiro deles é poder de elite, pois segundo os autores, os textos que tratam das ações da elite são mais importantes do que as atividades de outros atores sociais. Isso mostra que há uma tendência em aparecer textos sobre política nos jornais em função também da relevância e da magnitude que os fatos possuem.

Mas além de olhar para as características dos fatos, é preciso fazer escolhas. Como propõe Silva (2005) trata-se de critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos. Neste momento é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar (SILVA, 2005). Esse processo define as características com que os temas aparecem no jornal, interferindo e produzindo efeitos no processo de agendamento dos temas. Dentre os quesitos que influenciam no processo de agendamento estão: o espaço, a visibilidade, o enquadramento, a localização, etc.

Essas características são resultados de escolhas dos jornalistas e dos demais fatores que interferem na produção. E, segundo McCombs (2009), o que influencia na saliência dos temas transferidos para o debate público é a forma com que ele aparece. Segundo Weaver, McCombs e Spellman (1975) é a forma de valorização dos temas pelos jornais, através do tamanho do título e da sua localização em termos de paginação, que definem grande parte do impacto no debate. Os tópicos enfatizados por meio dessas características é que ganham mais destaque e conseqüentemente tornam-se mais importantes também para o público (McCombs, 2009). Sendo assim, os candidatos presentes nestes espaços são beneficiados pelas características da cobertura.

Shoemaker e Vos (2009), por meio da Teoria do Gatekeeping, explicam quais são os fatores que influenciam no processo produtivo. Os autores destacam o papel dos jornalistas, das rotinas produtivas, da audiência, das fontes, do setor econômico, da política, do sistema social, das regras do jornalismo, entre outros fatores. Por outro lado, há também os critérios de noticiabilidade na visão dos fatos, que diz respeito às escolhas que levam em consideração os fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo, que compreende os conceitos de verdade, objetividade, interesse público e imparcialidade (SILVA, 2005), os quais os veículos se apropriam para nortear a sua produção.

Apesar de os jornais brasileiros, de maneira geral, terem como um de seus princípios editoriais a imparcialidade política e ideológica, em muitos casos fica evidente que a forma



com que tratam os fatos de campanha, demonstra certas preferências, resultado das predisposições dos jornalistas e dos donos das empresas. Embora a normalidade seja da presença desses princípios editoriais, nada impede que os jornais se declarem abertamente posicionados em favor de um candidato, no entanto isso deve ficar claro para os seus leitores. Pretende-se identificar dessa forma, se mesmo os jornais que se propõem como imparciais (Folha de São Paulo), podem, por meio das características das notícias, produzirem suas notícias favorecendo determinado candidato. Pode-se ainda observar como que um jornal que toma posição abertamente em favor de um candidato se comporta durante a campanha eleitoral (Estado de São Paulo).

### **PROCESSO DE AGENDAMENTO DE TEMAS E ATRIBUTOS DOS FATOS**

O processo de agendamento midiático é decorrente de vários fatores, como apontam alguns autores (SHOEMAKER e VOS, 2009; McCOMBS, 2009). De acordo com Rogers, Dearing e Bregman (1993 apud SOUSA, 2008), a sociedade é dividida em três esferas: a esfera política, pública e midiática. Assim, na esfera política são debatidos assuntos de interesse político; na pública estão os assuntos debatidos pela sociedade e na midiática os assuntos pautados pela mídia. Essas três agendas estão em constante conformação, já que uma pauta a outra e vice-versa. No caso da agenda midiática, acredita-se que é de onde se formam as agendas políticas e públicas (MCCOMBS e SHAW, 1972 apud SOUSA, 2008), mas que também é influenciada por elas. Para este trabalho o que mais interessa é a agenda midiática, já que se busca identificar o tratamento que cada jornal deu aos candidatos.

Os estudos sobre agendamento ganharam destaque depois da pesquisa realizada por McCombs e Shaw, em 1972, sobre a influência dos meios de comunicação na decisão do voto dos eleitores (TRAQUINA, 2001). Várias hipóteses surgiram, entre elas a de que os meios de comunicação pautam os assuntos que são debatidos na esfera pública. Sousa (2008) resume que a teoria do agendamento “demonstra que a mídia pode ter efeitos diretos (não mediados) sobre as pessoas, tendo, nomeadamente, o poder de ‘dizer’ às pessoas *sobre* o que pensar (Cohen, 1963: 120)” (SOUSA, 2008, p. 8). Desta forma, os meios direcionam o assunto que as pessoas devem pensar e/ou debater, mas não possuem o poder de dizer como devem refletir sobre determinado tema. Colling (2001), baseado em Wolf (1982), defende que a compreensão que as pessoas têm da realidade social é, em grande parte, fornecida pela mídia, principalmente em épocas eleitorais. Nestes períodos, os eleitores recebem através dos veículos de comunicação a maior parte das informações sobre a campanha, mas nem todos



são capazes de interpretar de maneira satisfatória os pontos de vista apresentados (MCCOMBS e SHAW, 1972 apud SOUSA, 2008). – já que isso depende da formação individual de cada um. No caso dos jornais, como coloca Wolf (2009), as notícias são selecionadas sob diferentes critérios até serem publicadas. A teoria do agendamento se aplica no sentido de que o que está estampado nos jornais será aquilo em que as pessoas vão refletir - pelo menos num determinado tempo (o que é chamado na literatura por *time frame*), pois a mídia é uma das fontes de informação a que as pessoas mais têm acesso.

A partir da teoria do agendamento podemos concluir que aquilo que está na mídia tem mais destaque, já que passaram por todas as barreiras propostas pelos jornalistas (PENA, 2005; WOLF, 2009; SILVA, 2005). No entanto, a maneira como essas notícias são abordadas e dispostas nos jornais são diferentes e refletem o atributo que este fato possui. Cada fato é abordado de maneira distinta pelos jornalistas, e interpretado sob diferentes pontos de vista pelos leitores, mas não é algo voluntário, e sim inconsciente (KOENIG, 2004 apud LEAL, 2011). Deste modo, o tratamento que o jornalista dá aos fatos é na maioria das vezes involuntário ou até mesmo apresenta-se incorporado pelas rotinas produtivas, principalmente nos momentos de eleições em que trata-se de escrever sobre candidatos, sendo que a cobertura pode ter impacto no processo de recepção dos eleitores. De acordo com a metodologia utilizada pelo grupo de pesquisa Mídia, Política e Atores Sociais, da UEPG, os textos jornalísticos podem ser classificados em textos com valência positiva, negativa ou neutra para identificar o tratamento recebido pelos candidatos. Bezerra (2005) argumenta que os meios de comunicação podem dar ou não visibilidade aos candidatos de uma eleição, e informar de acordo com várias possibilidades discursivas, entre elas acusar, interrogar, elogiar, lamentar, vetar, julgar, sensibilizar a esperança e o medo.

### **VISIBILIDADE E TRATAMENTO DADO AOS PRINCIPAIS CANDIDATOS**

O objetivo da análise empírica é identificar como que os veículos trataram os dois principais candidatos – Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB) – ressaltando que o Estado de São Paulo declarou apoio a candidatura de Serra, diferente da Folha de São Paulo que manteve seu discurso de imparcialidade perante seus leitores. Aqui será analisada a presença do candidato nos textos e nos títulos – visto que o título tem destaque – assim como a valência dos textos para os candidatos e distribuição ao longo do tempo. A tabela seguinte mostra o percentual do total de textos em que os candidatos foram citados.



TABELA 1 - Presença dos Candidatos nas notícias

<b>Turno</b>	<b>Candidato</b>	<b>Jornal</b>	<b>No de Entradas</b>	<b>% de aparição</b>
1º Turno	Dilma Rousseff	Estado de SP	1235	42,1
		Folha de SP	1728	<b>72,3</b>
	José Serra	Estado de SP	876	51,1
		Folha de SP	1425	<b>59,6</b>
2º Turno	Dilma Rousseff	Estado de SP	542	69,9
		Folha de SP	671	<b>82,9</b>
	José Serra	Estado de SP	107	<b>13,8</b>
		Folha de SP	537	66,4
Total	Dilma Rousseff	Estado de SP	1777	<b>71,4</b>
		Folha de SP	2399	75,0
	José Serra	Estado de SP	983	39,5
		Folha de SP	1962	<b>61,3</b>

Fonte: Grupos de Pesquisa UEPG/UFPR

Sobre o percentual de aparição dos candidatos destaca-se que ambos foram mais citados na cobertura feita pela Folha de São Paulo do que pelo Estado de São Paulo. Dilma aparece em 71,5% sobre eleições no Estadão e em 75% na Folha. Já José Serra aparece em 39,5% e 61,3%, respectivamente. O percentual dos dois é maior para a Folha de São Paulo. Mas, embora ambos tenham sido mais citados na Folha de São Paulo, destaca-se a maior aparição para a candidata do PT, pois nos dois jornais houve mais aparição para ela do que para seu adversário se comparados os percentuais entre os candidatos. Mesmo que o Estado de São Paulo tenha se posicionado favorável ao candidato do PSDB, este não foi o que mais obteve visibilidade, em termos de aparição na cobertura feita pelo jornal.

Destaca-se ainda que a presença de Dilma cresce quando comparados os dois turnos, chegando a 82% de aparição nos textos sobre eleições publicados pela Folha e a quase 70% no Estado de São Paulo. Ou seja, no mês de outubro a candidata tende a aparecer mais nos dois jornais. No entanto o mesmo não corre para o seu adversário. Serra mostra crescimento no percentual de citação na Folha de São Paulo se comparados os dois turnos, mas há um processo inverso no Estadão: enquanto apareceu em 51,1% das matérias no primeiro turno, no segundo o número foi de apenas 107 entradas, o que equivale a 13,8% dos textos sobre o processo eleitoral. Isso significa que o candidato José Serra (PSDB) teve menor visibilidade neste jornal com a proximidade da data da eleição final. De modo geral, percebe-se maior presença dos candidatos na Folha, sendo que Dilma aparece mais do que Serra em ambos os jornais. Enquanto a presença de Dilma cresce com a proximidade das eleições, o processo inverso ocorre com Serra no Estadão, que aparece menos no segundo turno. Para complementar essas informações, a tabela seguinte apresenta o percentual de aparição dos



dois candidatos no título das matérias, que é um local de maior visibilidade, pois embora os leitores não leiam todas as matérias, geralmente obtém as informações presentes nos títulos, dessa forma a presença neste espaço é estratégica.

TABELA 2 – Presença dos Candidatos nos títulos das notícias

<b>Turno</b>	<b>Candidato</b>	<b>Jornal</b>	<b>No de Entradas</b>	<b>% de aparição</b>
1º Turno	Dilma Rousseff	Estado de SP	253	14,8
		Folha de SP	489	<b>20,5</b>
	José Serra	Estado de SP	225	13,1
		Folha de SP	435	<b>18,2</b>
2º Turno	Dilma Rousseff	Estado de SP	120	15,5
		Folha de SP	141	<b>17,4</b>
	José Serra	Estado de SP	98	12,6
		Folha de SP	119	<b>14,7</b>
Total	Dilma Rousseff	Estado de SP	373	<b>15,0</b>
		Folha de SP	630	<b>19,7</b>
	José Serra	Estado de SP	323	<b>13,0</b>
		Folha de SP	554	<b>17,3</b>

Fonte: Grupos de Pesquisa UEPG/UFPR

Da mesma forma que na tabela anterior, destaca-se maior aparição no título das notícias da Folha de São Paulo – 19,7% para Dilma e 17,3% para Serra – do que no Estadão – 15% para Dilma e 13% para Serra. Mas observa-se que nos títulos há uma diferença menor entre os dois candidatos, ou seja, os percentuais de presença são mais próximos, não acompanhando as diferenças maiores entre os dois candidatos quanto à presença deles nos textos. Já que esse é o espaço mais visível se comparado com o corpo do texto, identifica-se que a diferença entre os candidatos quanto à visibilidade não é tão grande e isso vale para os dois jornais. Quanto a comparação entre os dois turnos, os dados indicam uma diminuição da presença de Dilma e Serra nos títulos das notícias da Folha de São Paulo, passando de 20,5% para 17,4% no caso da candidata do PT e de 18,2% para 14,7% para seu adversário do PSDB. No Estado de São Paulo as diferenças entre os períodos são muito pequenas, embora tenha havido um leve aumento de Dilma e uma queda de Serra.

Os dados apresentados até aqui, que medem a presença dos candidatos na produção do jornal, mostram que não há grandes diferenças no comportamento dos dois jornais, visto que se esperava que pelo alinhamento do Estado de São Paulo com a candidatura de Serra, houvesse maior destaque para este do que para a candidata Dilma. No entanto, ambos os jornais dão mais destaque para Dilma Rousseff e há um declínio da cobertura de Serra no próprio Estadão durante o segundo turno, ou seja, Dilma tende a aparecer mais que seu



adversário. Isso significa que apenas observando o número de aparição dos dois candidatos não é possível concluir que, por ter tomado posição em favor do candidato do PSDB, o Estadão tenha feito uma cobertura favorável ao candidato. Para avançar nesta análise, a próxima tabela apresenta os dados referentes às valências – positiva, negativa, neutra e equilibrada – para os candidatos em cada um dos jornais. Dessa forma é possível perceber, para além da simples presença ou ausência dos candidatos, qual foi o tratamento que eles receberam por parte dos jornalistas e colunistas que produziram o conteúdo das notícias.

TABELA 3 – Valência dos textos para os candidatos

Turno	Candidato	Jornal	% de Valência			
			Positiva	Negativa	Neutra	Equilibrada
1º Turno	Dilma Rousseff	Estado de SP	<b>5,8</b>	<b>18,5</b>	72,5	3,2
		Folha de SP	10,6	<b>18,2</b>	64,4	6,7
	José Serra	Estado de SP	0,8	0,9	97,7	0,4
		Folha de SP	1,1	2,5	95,6	0,9
2º Turno	Dilma Rousseff	Estado de SP	-	0,2	99,8	-
		Folha de SP	<b>5,1</b>	<b>18,0</b>	68,7	8,2
	José Serra	Estado de SP	-	-	100	-
		Folha de SP	-	0,4	99,6	-
Total	Dilma Rousseff	Estado de SP	<b>4,1</b>	<b>12,9</b>	80,8	2,2
		Folha de SP	<b>9,1</b>	<b>18,2</b>	65,6	<b>7,1</b>
	José Serra	Estado de SP	0,7	0,8	<b>98,0</b>	0,5
		Folha de SP	0,8	1,9	<b>96,7</b>	0,7

Fonte: Grupos de Pesquisa UEPG/UFPR

Observando-se a relação dos candidatos com a valência dos textos, identificam-se algumas diferenças entre eles. Embora ambos os jornais estivessem mais próximos da imparcialidade com índices de mais de 80% de textos com valência neutra, o que significa que ambos tentaram produzir as notícias sobre as eleições a partir do princípio da neutralidade quanto aos candidatos, houve também aparições de textos com valências positivas e negativas, onde se podem notar diferenças entre Serra e Dilma.

Sobre o tratamento dado à candidata Dilma, percebe-se que a produção foi mais tendenciosa na Folha de São Paulo do que no Estadão, diferente do que se imaginava anteriormente, pois se acreditava que por apoiar o candidato do PSDB, haveria um descrédito para a candidata do PT. O que ocorreu foi o contrário, pois enquanto no Estadão mais de 80% dos textos tiveram valência neutra para Dilma, na Folha foram apenas 65,6%. Além disso, tanto a valência positiva (9,1%) e negativa (18,2%) estiveram mais presentes na Folha do que no Estadão também. Isso mostra que a Folha de São Paulo, embora tenha um discurso de





imparcialidade, produz determinadas imagens sobre a candidata a partir da produção que faz sobre os fatos do processo eleitoral.

Já no caso de Serra, os dados mostram para um posicionamento muito próximo entre os jornais. Embora eles não tenham feito uma produção positiva em relação ao candidato, há um percentual bem maior de textos neutros: 98% no Estado de São Paulo e 96,7% na Folha. Dessa forma destaca-se que o tratamento dado a candidata do PT foi mais tendencioso do que aquele feito sobre José Serra, pois a candidata obteve percentuais de valência negativa, o que pode ter impacto na construção da sua imagem. No entanto isso não está relacionado com o fato de o Estadão ter se mostrado favorável a Serra, já que essa construção negativa estava mais presente na Folha de São Paulo. Ou seja, embora aparece mais, tende também a ter textos desfavoráveis para sua candidatura.

De maneira geral, ambos os jornais tenderam a apresentar valências neutras, no entanto elas apareceram mais no Estadão do que na Folha de S. Paulo. Analisando a posição dos jornais para cada candidato, identifica-se que tanto um quanto outro foram mais tendenciosos na cobertura de Dilma, apresentando altos percentuais de textos negativos para a candidata do PT, o que não tende a ocorrer com o seu principal adversário, José Serra. Esses dados mostram que embora a Folha de São Paulo tenha se posicionado imparcial quanto à disputa eleitoral, nota-se que a forma com que o jornal aborda os candidatos – neste caso, a candidata do PT – é diferente do discurso apropriado pelo veículo. Já o Estado de São Paulo, mesmo apresentando aos leitores sua posição favorável a Serra, teve uma produção neutra para esse candidato – muito próxima daquela feita pela Folha de São Paulo – o que demonstra que mesmo tomando posição é possível demonstrar certa neutralidade para tratar do candidato. De fato, nesta análise, os dados mais emblemáticos estão relacionados à candidata do PT. Para complementar esses dados e finalizar a análise, a tabela que segue mostra a reação das valências com a visibilidade dos textos, já que dependendo da visibilidade a notícias pode ser mais ou menos lida. Sendo assim, o impacto maior é quando as valências positivas ou negativas, por exemplo, aparecem em textos de alta visibilidade.

Tabela 4 – Relação entre Valência e Visibilidade dos Candidatos

		M baixa		Baixa		Média		Alta		Total
		%	R.P	%	R.P	%	R.P	%	R.P	%
Dilma	Positivo	5,00%	-1,3	38,10%	<b>2,0</b>	43,60%	-1,6	13,30%	1,1	100,00%
	Negativo	15,10%	<b>5,9</b>	24,00%	<b>-2,5</b>	44,20%	<b>-2,0</b>	16,70%	<b>3,8</b>	100,00%
	Neutro	5,90%	<b>-2,1</b>	32,10%	1,0	53,70%	1,4	8,30%	0,3	100,00%
	Equilibrado	4,20%	-1,5	25,00%	-1,3	55,40%	0,8	15,50%	1,9	100,00%
Total		7,4%		30,70%		51,2%		10,8%		100,00%



Folha de São Paulo	Serra	Positivo	0,0%	-1,1	53,3%	1,4	33,3%	-0,9	13,3%	0,4	100,00%
		Negativo	18,9%	<b>2,3</b>	24,3%	-0,9	51,4%	0,1	5,4%	-0,9	100,00%
		Neutro	7,8%	-0,3	32,3%	0,0	49,8%	0,0	10,0%	0,1	100,00%
		Equilibrado	15,4%	0,9	23,1%	-0,6	53,8%	0,2	7,7%	-0,3	100,00%
		Total	8,0%		32,3%		49,7%		9,9%		100,00%
Estado de São Paulo	Dilma	Positivo	2,80%	<b>-2,5</b>	23,60%	-0,7	59,70%	<b>2,0</b>	13,90%	-0,2	100,00%
		Negativo	44,30%	<b>12,7</b>	15,70%	<b>-3,5</b>	30,00%	<b>-3,2</b>	10,00%	-1,9	100,00%
		Neutro	9,50%	<b>-4,2</b>	29,80%	1,4	45,20%	0,8	15,50%	0,7	100,00%
		Equilibrado	2,60%	-1,9	33,30%	0,7	46,20%	0,2	17,90%	0,5	100,00%
		Total	13,6%		27,80%		43,90%		14,80%		100,00%
Estado de São Paulo	Serra	Positivo	42,9%	<b>3,0</b>	28,6%	0,0	28,6%	-0,7	0,0%	-1,0	100,00%
		Negativo	50,0%	<b>3,9</b>	37,5%	0,4	12,5%	-1,4	0,0%	-1,1	100,00%
		Neutro	8,3%	-0,6	29,1%	0,0	47,0%	0,1	15,6%	0,3	100,00%
		Equilibrado	0,0%	-0,7	,0%	-1,2	100,0%	1,7	,0%	-0,9	100,00%
		Total	8,9%		29,0%		46,9%		15,3%		100,00%

Serra: Estado de São Paulo (Q-quadrado 35,513/ sig. 0,000) Folha de São Paulo (Q-quadrado 12,654/ sig 0,179)

Dilma: Estado de São Paulo (Q-quadrado 222,324/ sig. 0,000) Folha São Paulo (Q-quadrado 98,882/sig. 0,000)

Fonte: Grupos de Pesquisa UEPG/UFPR

A tabela acima apresenta, além dos percentuais, os resíduos padronizados. O objetivo de acrescentar esse dado estatístico é que ele mostra as relações mais fortes de tendência, o que é medido pelos valores que estão acima ou abaixo de +- 1,96. Embora estejamos trabalhando com o total de dados do período, os resíduos mostram também essa relação entre as categorias das variáveis. O teste de Q-quadrado foi significativo – abaixo do limite crítico de 0,05 – em todos os casos, exceto na relação entre a distribuição das valências de Serra e a visibilidade dos textos na Folha de São Paulo. Observado então os dados significativos, identifica-se que na Folha de São Paulo há relação significativa entre a valência negativa de Dilma e com várias categorias da visibilidade como mostram os valores altos dos resíduos. Destaca-se que há tendência na valência negativa aparecer ora em textos de pouquíssima visibilidade, ora em textos de alta visibilidade, não havendo tendência de aparecerem em textos de baixa ou média visibilidade (os valores são negativos). Esses dados mostram que, embora muitos textos negativos sobre a candidata apareçam em baixa visibilidade, também há um bom percentual (16,7) que aparece em textos de alta visibilidade.

Uma possível hipótese para esses dados é que grande parte das entradas de pouca visibilidade para textos negativos de Dilma se deve aos textos do leitor, que geralmente são críticas à candidata. Pode-se citar como exemplo o texto “Eleições” (FSP – 4 de outubro de 2010), escrito por um leitor fazendo crítica a candidatura de Dilma. Isso ocorreu com frequência, pois dos 71 textos dos leitores, 29 tinham valência negativa para a candidata. E para os textos de alta visibilidade e negativos uma possível explicação é o conteúdo escrito



pelos convidados do jornal, que tenderam a criticar a candidata em seus artigos assinados. Os artigos ocupam espaço grande na página, são bastante lidos pelos leitores e estão quase sempre nos quadrantes superiores. Exemplo disso é o texto da Eliane Castanhêde, “Um dia, a Casa Civil cai” de 16 de setembro de 2010. Dos 182 artigos assinados, 55 continham conteúdo negativo para Dilma, o que significa mais de 30%. Embora não seja conteúdo jornalístico informativo, mas sim opinativo, é um espaço relevante do jornal. Já o candidato Serra não apresenta relação significativa das valências com as determinadas visibilidades.

No caso do jornal Estado de São Paulo, identifica-se relação significativa para ambos os candidatos, mas com diferenças para a Folha. No Estadão as valências positivas de Dilma tendem a estar em textos de média visibilidade (geralmente em colunas assinadas), enquanto os textos negativos só apresentam relação significativa com a baixa visibilidade. Ou seja, a formação negativa da imagem da candidata do PT não é tão visível quanto na FSP que aparece em textos maiores e mais lidos. E isso também é resultado dos textos dos leitores criticando a candidata, pois 77 dos 167 que possuem críticas à Dilma, como o exemplo “Vamos ter de engolir” (FSP – 20 de setembro de 2010), onde o leitor insinua que a candidata e Lula sabiam dos problemas envolvendo o Ministério da Casa Civil são opiniões deles, presentes na parte inferior da página. Percebe-se que nos dois jornais há tendência de críticas à Dilma pelos leitores dos dois jornais. Mas ressalta-se que no Estadão as críticas à Dilma estão mais restritas aos leitores e não aos convidados a escreverem artigos no jornal. Já no caso de Serra, as valências positivas e negativas ficaram em textos de visibilidade bem baixa, além de terem sido em pequena quantidade, diferente da candidata do PT.

Em resumo, os dados mostraram que a candidata Dilma apareceu mais vezes na cobertura feita pelos dois jornais, quando comparado a seu adversário. No entanto, embora haja maior presença da Dilma nas matérias e nos títulos das notícias, isso não significa que é positivo para a candidata, já que ela aparece de forma negativa em muitos casos nos dois jornais, mas em maior quantidade na Folha de S. Paulo. Serra aparece menos, mas em compensação não possui muitas críticas. Destaca-se que comparando os jornais, o Estadão, embora tenha tomado posição política, não significou prejuízo de informação para o leitor. Pelo contrário, as notícias do Estadão foram mais “imparciais” do que aquelas produzidas pela Folha de São Paulo, embora essa última mantenha nos seus manuais de redação o discurso de neutralidade e imparcialidade na produção noticiosa. Além disso, na FSP as valências negativas de Dilma se concentram em textos mais visíveis do que no Estadão.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**



Apesar de determinados meios de comunicação terem como pressuposto nas suas redações os princípios de neutralidade e imparcialidade, estes conceitos não são observados na prática diária do jornalismo, principalmente se tratando de temas políticos, como a campanha eleitoral de 2010, tema deste artigo. Com esta análise foi possível apresentar um panorama da cobertura que os dois principais jornais que circulam no Brasil fizeram durante o período eleitoral, principalmente observando o tratamento dado ao tema eleições e aos principais candidatos em disputa – Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB) – identificando diferenças na cobertura dos dois jornais quanto ao tratamento dado aos dois candidatos.

Enquanto o Jornal O Estado de São Paulo tomou posição e declarou apoio ao candidato do PSDB, a Folha de São Paulo manteve seu discurso de imparcialidade durante a disputa eleitoral. No entanto, o que se observou a partir da análise das notícias é que a cobertura do primeiro jornal esteve mais próxima dos conceitos de imparcialidade e neutralidade do que do segundo, conforme mostraram as tabelas no texto, mesmo a FSP declarando esses pressupostos como ponto de partida da sua produção. Enquanto o Estadão apresentou 80% dos textos com valência neutra para Dilma, na Folha esse percentual foi de apenas 65%, – o que não se esperava, já que o primeiro jornal expressou sua posição política publicamente. Já para o candidato Serra esse percentual foi de 98% para o Estadão e 96,7% para a Folha. Isso significa que veículos que declaram posição política podem fazer a cobertura de todos os candidatos de forma equilibrada e que nem sempre declarar-se imparcial significa que é esse tipo de informação que se está oferecendo ao leitor.

Os estudos que analisam a cobertura eleitoral sobre as eleições partem do pressuposto que os meios de comunicação ocupam um papel relevante na esfera pública, pois se considera que eles são as principais fontes de informação a que os indivíduos têm acesso. E a partir do processo de agendamento os meios oferecem aos eleitores os assuntos e também os atributos destes fatos, principalmente porque ao produzir seus textos, tendem a apresentar determinadas abordagens e tratar os candidatos de forma diferenciada. E por meio dessas características presentes na produção é que a mídia tem a possibilidade de influenciar na formação da opinião dos indivíduos a respeito dos candidatos.

De maneira geral, partindo-se das informações apresentadas no texto sobre o tratamento dos candidatos, ambos os jornais tenderam a apresentar uma cobertura mais parcial sobre a candidata Dilma Rousseff (PT), com maior quantidade de textos negativos quando comparado ao seu oponente (12,9% no ESP e 18% na FSP). Já Serra apareceu menos nos dois jornais, mas também não teve muitos textos negativos (0,8% no ESP e 1,9% na



FSP). Os dados tornam-se ainda mais claros quanto ao tratamento negativo da candidata do PT quando observada a relação da valência com a visibilidade dos textos. As notícias de alta visibilidade na Folha tenderam a ser negativas para a candidata, sendo que isso não ocorre com o outro candidato, em que poucas foram negativas ou positivas e ficaram restritas à baixa visibilidade, principalmente em textos com a opinião do leitor, uma coluna diária no jornal, mas que é pouco lida e aparece na parte inferior da página. Ou seja, os textos que a partir das suas características tendem a ser mais lidos, tiveram mais informações negativas sobre Dilma, o que demonstra um tratamento desigual entre os dois candidatos.

Mesmo que a candidata Dilma tenha vencido as eleições no segundo turno, isso não significa que não tenha havido impacto da cobertura, mas mostra que para além das informações presentes nos jornais, outros fatores influenciaram no voto dos eleitores. E embora este trabalho apresente apenas a análise dos dados coletados nos jornais, diversas pesquisas (McCOMBS, 2009) já mostram que a cobertura que os jornais fazem tem efeito na opinião do público, principalmente dos eleitores em períodos de campanha. A análise da cobertura demonstra como que os meios de comunicação, que ocupam espaço de destaque nos governos democráticos (DAHL, 2009), têm produzido informações parciais sobre os candidatos. Isso não condiz com os princípios jornalísticos que deveriam nortear a produção e demonstra uma relação de aproximação entre determinados atores políticos com os veículos de comunicação, enquanto outros tendem a ser “desqualificados” a partir do tratamento que recebem na cobertura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, M. R. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BEZERRA, H. D. **Adversarismo e Lugares Narrativos: Proposta de um Modelo Analítico**. 2005.

CERVI, E. U. **A cobertura da imprensa e as eleições presidenciais 2002**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Portugal, v. 1, p. 01, 2003.

COLLING, L. **Agenda-setting e o framing: reafirmando os efeitos limitados**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, n. 14, 2001.

DAHL, R. **Sobre a Democracia**. Editora: UNB: 2009.



ENTMAN, R. M. (1993). **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm**. Journal of Communication, 43(4), 51–58.

FERREIRA JUNIOR, J. **Capas de Jornal: A primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo: Senac, 2002.

FOG, A. **The supposed and the real role of mass media in modern democracy**. Working paper, 2004.

GALTUNG, J; RUGE, H. **The structure of foreign news. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers**. Journal of International Peace research, 64-91, 1965.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. **What Is News? Galtung and Ruge revisited**. Journalism Studies, 2001, 261-280.

LEAL, P.M.V. **Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso**. Compolítica, 2008.

MASSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q. **Convergência de temas entre as agendas da mídia, dos políticos e do público durante a campanha eleitoral de 2010**. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, 2011.

McCOMBS, M. **A Teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Vozes, 2009.

McCOMBS, M; SHAW, D. **The Agenda-Setting Function of Mass Media**. In: Public Opinion Quarterly 36, p. 176-87, 1972.

MEDINA, J. L. Bomfim. **“Gêneros jornalísticos: repensando a questão”**. Revista Symposiu Ano 5, nº 1, janeiro-junho 2001.

MELO, M de. **“A opinião no jornalismo brasileiro”**. Petrópolis : Vozes, 1985.

MIGUEL, L. F. **Um ponto cego nas teorias da Democracia: os meios de comunicação**. Revista Brasília de Informação bibliográfica em Ciências Sociais, n. 49, 2000.

MOREIRA, D. J. **11 de setembro de 2001: Construção de uma catástrofe nas primeiras páginas de jornais impressos**. Dissertação de Mestrado, 2004. Disponível em: [http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=825](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=825).



PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PORTO, M. "A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal **Folha de S. Paulo**". Cadernos do CEAM, Ano II, n. 6, 2001, pp. 11-32.

SHOEMAKER, P.; VOS, T. **Gatekeeping Theory**. 1st edition. New York: Routledge, 2009.

SILVA, G. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, 2005.

SILVA, R. S. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1995.

SOUSA, J.P. **A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Portugal, v. 1, 2008.

TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

WEAVER, D; McCOMBS, M.; SPELLMAN, C . **Water gate and the media: a case study of Agenda-setting**. In: American politics quarterly. Vol 3. 1975.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Editora: Presença, 2009.