

O papel do *Jornal Nacional* nas eleições presidenciais 2006
Compolítica 2007
GT – Mídia e Eleições

Florentina das Neves Souza
Doutora pela Universidade de São Paulo
Docente da Universidade Estadual de Londrina

O papel do *Jornal Nacional* da Rede Globo nas eleições 2006

O Objetivo deste trabalho é a análise do *Jornal Nacional* no último pleito presidencial, a partir do seguinte conjunto de questões: 1) o telejornal enquadrou a eleição de acordo com o seu ponto de vista e sua linha editorial? 2) mostrou uma cobertura parcial, sendo importante no resultado das eleições? 3) o noticiário construiu cenário específico para beneficiar, privilegiar e marginalizar candidatos? Essas questões se subordinam à pergunta que fundamenta pesquisa: “- Que comportamento pôde ser observado na cobertura do *Jornal Nacional* nas eleições de 2006 e que revela a postura da emissora que hospeda o telejornal?”

A pesquisa foi realizada em 101 edições, totalizando 470 matérias gravadas no período de abril a outubro de 2006. Para a interpretação foram selecionados telejornais em 4 períodos do ano eleitoral: no 1º período: Pré-convenções; no 2º período, pós-registro de candidaturas; no 3º período, entrada do horário eleitoral até final do primeiro turno e no 4º período, 2º Turno.

A metodologia adotada tem base em classificações de enquadramentos e valências conforme definição dos principais núcleos de mídia e política das universidades brasileiras¹, e promove uma análise quantitativa das reportagens e entrevistas sobre candidatos e assuntos relacionados às eleições apresentados pelo *Jornal Nacional* no período.

O modelo da valência é utilizado pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - DOXA. O Laboratório do IUPERJ – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro - desenvolve pesquisas eleitorais em jornais. São estudos que acompanham a quantidade de vezes em que o nome de cada candidato aparece no noticiário e a valência atribuída a ele.

Os pesquisadores do DOXA classificam as valências de acordo com o seu potencial para a candidatura. Os critérios são:

¹ A metodologia aplicada no desenvolvimento da investigação dos telejornais observa os trabalhos do Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública – DOXA - do IUPERJ (Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro) da Universidade Candido Mendes que trabalha com o conceito de valência; dos Núcleos de Estudos em Artes, Mídia e Política - NEAMP - da PUC de São Paulo e Estudos de Mídia e Política - NEMP- da UNB, que utilizam, além das valências, o conceito de enquadramento.

Valência Positiva - Quando a matéria sobre determinado candidato reproduz suas promessas, programa de governo, declarações ou ataques a concorrentes. Inclui matérias que destacam os resultados favoráveis de pesquisas de intenção de voto;

Valência Negativa - Quando a matéria reproduz ressalvas, críticas ou ataques de candidatos concorrentes ou de terceiros ao candidato. Inclui matérias que destacam os resultados desfavoráveis de pesquisas de intenção de voto;

Valência Neutra - Quando a matéria se restringe a apresentar a agenda do candidato ou citações sem avaliação moral, política ou pessoal sobre os candidatos. ²

O Jornal Nacional

O Jornal Nacional é, além do telejornal mais antigo, o mais assistido do país e um dos programas de maior audiência da *Rede Globo*. Mesmo longe dos cerca de 80% de audiência que já teve em final dos anos 80, desde 2001 os índices giram em torno de 40 % na grande São Paulo, mantendo a supremacia entre os telejornais brasileiros (IBOPE,2007).

Para medir a importância do *JN*, não só para o telespectador comum, basta repetir a *fala* do presidente do PFL Jorge Bournhausen. "É preciso mobilizar para entrar no Jornal Nacional. O Álvaro [Dias, senador do PSDB Paraná]³ tem razão: nosso objetivo se chama *Jornal Nacional*. Quem ganhar no jornal Nacional ganha a eleição" (O Estado de S.Paulo, 20/07/2006)⁴. Ou de Bucci um dia depois da eleição de 2002, quando Lula foi recebido para uma entrevista

² Dentro da sistemática de trabalho para o jornal impresso, o Laboratório ainda dá a seguinte orientação: Quando uma matéria tem elementos positivos e negativos, prevalece: positiva, se há mais elementos positivos do que negativos; negativa, se há mais elementos negativos do que positivos; neutra, se há equilíbrio entre os elementos positivos e negativos. 2. Elementos editoriais de destaque, como títulos, subtítulos e legendas, por exemplo, prevalecem sobre o corpo da matéria Disponível em www.doxa.iuperj.br.

³ Álvaro Dias já foi governador do estado e está na terceira gestão como senador.

⁴ A conversa do senador (SC) e presidente do PFL, Jorge Bournhausen foi registrada no final da inauguração do comitê central da campanha de Alckmin à presidência, em Brasília, em julho de 2006.

ao vivo no *JN*. "Na viagem que leva ao poder, o *Jornal Nacional* é escala obrigatória".

Em 2006, pode-se dizer que a *Rede Globo* preparou uma cobertura movimentada das eleições, mas se destacou na autopromoção. Procurou uma abordagem quantitativamente equilibrada em nome da "ética e cidadania", no entanto, manteve a unilateralidade em vários momentos.

Algumas abordagens do *Jornal Nacional* foram determinantes na mudança de quadros e nas campanhas eleitorais. Muitas matérias serviram como espaços de denúncias permitindo enquadramentos que contribuíram na negatividade das campanhas e/ou candidatos.

Análise

O primeiro período analisado foi a época em que os partidos discutiram coligações, possíveis nomes de candidatos e definiram estes nomes em convenções. O prazo para a realização das convenções foi de 10 a 30 de junho e o último prazo para registro de candidaturas, 5 de julho, portanto a cobertura eleitoral nos telejornais se deu em torno de especulações em relação a nomes e coligações.

Número e Tempo de Matérias por Candidato – 1º Período

Candidato	Nº de matérias	Percentual do total	Tempo das matérias
Alckmin	14	16,28	16m 21
Cristovam	4	4,65	8m 25
Garotinho	11	12,79	15m 43
H.Helena	9	10,47	13m 12
Itamar	2	2,33	1m 48
Eymael	1	1,16	23s
Luciano Bivar	1	1,16	1m 7s
Lula	39	45,35	83m 26s
Pedro Simon	2	2,33	3m19s
Roberto Freire	3	3,49	23s

Como é possível perceber, por meio da tabela, as aparições de Lula são em número muito superior em relação aos outros pré-candidatos, embora ele apareça em ações do governo e não como pré-candidato. São 39 matérias sobre a pessoa ou governo Lula, quase 50% de todas as matérias relacionadas com eleições ou candidatos no período analisado.

Os pré-candidatos do PSDB, Geraldo Alckmin; do P-Sol Heloisa Helena e Anthony Garotinho, do PMDB, aparecem na seqüência com 16,12 e 10% respectivamente. Alckmin e Heloísa Helena já estavam definidos como candidatos enquanto Garotinho apareceu em 11 matérias, apenas 3 a menos que o candidato do PSDB, sem ao menos o PMDB definir se teria ou não candidato próprio.

Foi observado também que os outros dois possíveis candidatos do PMDB: Pedro Simon e Itamar Franco embora aparecessem em menos matérias que Roberto Freire, do PPS - que acabou não concorrendo - tiveram mais visibilidade. O pré-candidato do PPS apareceu em 3 matérias, mas em apenas 23 segundos.

O telejornal dedicou 144 minutos de reportagens sobre campanhas, eleições e candidatos no período analisado e mais da metade do tempo, 83 minutos, exibiu o presidente Lula. Ele apareceu em 39 matérias, mas falou em menos da metade delas, enquanto Geraldo Alckmin falou em 12 das 14 vezes em que apareceu, cerca de 94 %.

O *Jornal Nacional* também deu voz a Heloísa Helena em quase 90% das matérias em que apareceu - das 9 em apenas uma ela não teve visibilidade. Pedro Simon, pré-candidato do PMDB, falou nas duas oportunidades citadas pelo *JN* no período, e Cristovam Buarque deu entrevista em todas as reportagens e chegou a ter duas sonoras em uma mesma matéria.

Número e Tempo de Sonoras por Candidato 1º Período

Candidato	Matérias	Sonoras	% do número total nas matérias	Tempo das sonoras	% do tempo total nas mat.
Alckmin	14	12	85,71	3m26	21
Cristovam	4	5	125	1m30s	10
Garotinho	11	4	36,36	1m	8
H.Helena	9	8	88,89	2m14s	16
Itamar	2	1	50	6s	2
Eymael	1	1	100	13s	2
Luciano Bivar	1	1	100	11s	2
Lula	39	15	38,46	5m12s	30
Pedro Simon	2	2	100	24s	4
Roberto Freire	3	1	33,33	20s	2

Fonte: dados da pesquisa

Valência das Matérias por Candidato – 1º Período

Candidato	Valência das Matérias					
	Positiva		Negativa		Neutra	
Alckmin	7	50%	2	14,29%	5	35,71%
Cristovam	2	50%	0		2	50%
Garotinho	0		11	100%	0	
H.Helena	5	55%	0		4	44,94%
Itamar	0		0		2	100%
José Maria	0		0		1	100%
Luciano Bivar	0		0		1	100%
Lula	14	35,90%	24	61,54%	1	2,56%
Pedro Simon	2	100%	0		0	
Roberto Freire	1	33,33%	0		2	66,67%

Fonte: dados da pesquisa

Pelo critério da valência a pesquisa demonstrou que o enfoque negativo foi para o pré-candidato Anthony Garotinho. Todas as matérias em que apareceu, ou foi citado, foram com conteúdo relacionado a denúncias, ecoando negativamente para a campanha.

No dia 24 de abril, quando o PMDB ainda discutia a candidatura própria, o *Jornal Nacional* começou a veicular suspeitas de que empresas que colaboravam financeiramente na campanha de Garotinho eram falsas. A matéria durou 2 minutos e oito segundos. No dia seguinte outra reportagem com mais dois minutos e uma nota ao vivo com 22 segundos. Começou o efeito cascata e toda a imprensa passou a fazer a mesma cobertura. No *Jornal Nacional* foram 12 dias com matérias de mais de 2 minutos sobre denúncias de irregularidades nas doações para a campanha.

Na sexta feira, 28 de abril, a matéria foi de denúncias contra ONGS que supostamente estariam contribuindo na campanha de Garotinho. O candidato foi ouvido em uma entrevista, mas a fala foi selecionada para que o repórter pudesse completar e enfatizar que o candidato admitiu ter empresas que colaboraram com ele e que trabalharam para o governo do Rio.

A análise evidenciou que em relação aos outros candidatos e mesmo pré-candidatos do PMDB e do PPS, as “cabeças” das matérias e as reportagens traziam outros enfoques mostrando a campanha, depoimentos sobre economia e políticas do governo, além de críticas ao presidente Lula, enquanto com Garotinho ficava clara a campanha para que a candidatura não se efetivasse.

Em relação à cobertura do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, é perceptível uma atuação ruim em termos de agenda do seu governo. Como praticamente não houve matéria diretamente sobre a campanha à reeleição, subentende - se nas matérias de governo que a própria candidatura estava sendo avaliada.

O estudo das Valências comprovou que das 39 matérias em que o candidato apareceu, em 24 a abordagem foi negativa, 10 a mais que as positivas.

A pesquisa exibiu o *JN* também destacando o momento de crise entre Brasil e Bolívia em relação à Petrobrás e à comercialização do Gás. Foi um período em que se afloraram as denúncias de licitações irregulares em compra de

ambulâncias, chamada pela Polícia Federal de *Operação Sanguessuga*⁵ - e mais tarde, pela imprensa, de *máfia das sanguessugas* - e o depoimento do ex-secretário geral do PT Sílvio Pereira nas CPIs que investigavam a compra de votos no Congresso: o “mensalão”. Constantemente, o *JN* enfatizava a repercussão do assunto ouvindo membros de partidos de oposição.

O *JN* divulgou diariamente estas matérias que, de certa forma, contribuíam para desqualificar o atual governo, mas também apregoavam qualidades em relação ao crescimento do PIB, sucesso dos projetos sociais e redução do trabalho infantil. Entretanto, diante de cada matéria de cunho otimista, um analista fechava a reportagem com ressalvas. Houve também a discussão em torno da análise, pela OAB, de um possível *impeachment* de Lula.

Nos telejornais do final de abril e começo de maio a negatividade para o governo Lula ficou por conta da confusão criada por ele ao polemizar com o presidente da Petrobrás, que recusou novas negociações com a Bolívia na comercialização do gás e nacionalização da produção. No dia 4 de maio o *JN* repetiu a entrevista do presidente da Petrobrás do dia anterior e colocou um trecho de Lula em contradição.

No dia 8 de maio, cinco matérias do telejornal fizeram críticas ao governo - três só em torno da convocação para o depoimento de Sílvio Pereira. O telejornal destacou também uma entrevista do ex-secretário do PT ao jornal *O Globo*. Na forma como são usadas as palavras pelos editores e apresentadores, é possível associar o candidato do PT como mandante do crime “mensalão”.

O telejornal repercutiu a entrevista de Sílvio Pereira também com os candidatos à presidência, orientando os repórteres a fazerem perguntas oportunas: “Os candidatos à presidência afirmaram hoje que as declarações de Sílvio Pereira reacenderam a crise causada pelo escândalo do *mensalão*. Eles cobraram explicações do governo; a candidata do P-Sol, Heloísa Helena, disse que os petistas deveriam apoiar novas investigações”.

⁵ Grupo que operava em nível nacional para desviar dinheiro público destinado à compra de ambulâncias. Em 4 de maio de 2006 a PF deflagrou a Operação Sanguessuga para desarticular o esquema. Segundo a PF havia a participação de deputados que apresentavam emendas individuais para conseguir recursos na compra de ambulâncias para municípios. As licitações eram fraudadas e a compra superfaturada dividindo o lucro entre os participantes da fraude.

Este estudo confirmou que no final de maio o *JN* mudou a “paginação” e amenizou o discurso político. Começava com as matérias da “Copa do Mundo,” deixando a política em segundo plano. Os destaques políticos e de campanha deste período foram as alianças. O telejornal destacou que PSDB e PT seriam os “dois principais partidos” para as eleições de 2006, já lançando uma possível vitória de um dos dois. Alckmin confirmou a candidatura.

Dentre as matérias que deram 50% de visibilidade positiva a Geraldo Alckmin estão as que destacaram projetos da campanha e a pesquisa divulgada no telejornal de 30/06 que começou “na cabeça” dando vantagem para o candidato: “O Datafolha divulgou mais uma pesquisa sobre as eleições presidenciais deste ano. O candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, subiu sete pontos percentuais em relação à pesquisa divulgada no mês passado e caiu a diferença entre ele e o presidente Lula”.

A chamada destacou uma informação que causava expectativas e movimentava a campanha de Alckmin. Só no conteúdo da nota coberta é que os apresentadores explicam: “O Datafolha esclareceu que não é possível fazer comparação entre as duas pesquisas porque houve mudança na lista de candidatos apresentada aos eleitores”. Mesmo fazendo o alerta, a própria “nota” faz a comparação. “A diferença entre Lula e Alckmin, que era de 23 pontos percentuais em maio, caiu para 17 pontos percentuais”.

2º Período – Pós-Convenção - julho – agosto

O 2º período seletivo com 28 telejornais se refere à ocasião em que os candidatos tiveram suas candidaturas confirmadas e com os registros encaminhados ao TSE. As eleições de 2006, particularmente, ainda eram um momento conturbado para os candidatos Ana Maria Rangel e Rui Costa Pimenta, que estavam com as candidaturas impugnadas e lutavam na Justiça pela possibilidade de disputa.

Com o número de candidatos maior que em 2002 e candidaturas isoladas de partidos pequenos, o *JN* acabou por fazer um acordo, já citado no

capítulo anterior, comprometendo-se a dar espaço aos candidatos “nanicos”. Portanto, começava a época de acompanhamento diário das agendas. Sete candidatos estavam autorizados, até então, a fazer campanha e puderam ser contemplados.

O momento analisado antecede o início do Horário Eleitoral pelo rádio e pela televisão e mostrou o espaço dado pelo telejornal nas entrevistas “ao vivo”. A divulgação de pesquisas passou a ser semanal e tiveram início as matérias sobre o dia dos candidatos. Entre os assuntos de política o destaque foi a CPI da *máfia das ambulâncias*.

Cristovam Buarque - que até então não aparecia, já que pouco se cogitava sobre sua candidatura teve a disputa confirmada e apareceu com o tratamento igual aos dos outros principais candidatos já que o seu partido, o PDT, tem boa representatividade no Congresso.

A pesquisa do 2º período incluiu igualmente as reportagens especiais veiculadas no projeto *Caravana JN* e observou que o projeto em muitas oportunidades destacou mais a própria cobertura do que os problemas brasileiros. Fez uma espécie de *espetáculo* enfatizando matérias de bastidores e repercutindo com candidatos as matérias levantadas pela produção.

O estudo do segundo período confirmou a predominância no noticiário de um equilíbrio no tratamento dos candidatos no que diz respeito ao número de matérias. A tabela a seguir revela que os principais candidatos tiveram uma diferença de duas ou três reportagens apenas.

Número e Tempo de Matérias por Candidato – 2º período

Candidato	Nº de matérias	Percentual do total	tempo das matérias
Alckmin	30	20,83	35 m 40s
Cristovam	26	18,06	20 m 27s
H.Helena	28	19,44	30 m 48s
José Maria Eymael	13	9,03	12 m 06s
Luciano Bivar	12	8,33	8 m 57s
Lula	30	20,83	42 m 05s
Rui Costa Pimenta	5	3,47	5 m 25s

Fonte: dados da pesquisa

O resultado demonstra que Lula e Alckmin foram os mais beneficiados quantitativamente. Eles tiveram exibidas 30 matérias cada um com quase 60 % do tempo dedicado as campanhas. Heloísa Helena não ficou muito atrás com 28 e Cristovam Buarque teve 26. No entanto números iguais não significaram tempos iguais. Com a responsabilidade de dar o mesmo espaço para todos, o *Jornal Nacional* tentou observar também os tempos, mas a diferença já aumentou. De Lula para Alckmin a diferença foi de 7 minutos, 5 entre Alckmin e Heloísa Helena e 10 minutos entre ela e Buarque.

É uma diferença acentuada em pró de Lula se considerarmos que ele teve 12 minutos a mais que o quarto candidato com uma média de 1 minuto e meio para cada telejornal analisado. Em compensação a visibilidade em torno do candidato do PT pode ter sido bem inferior já que ele teve o mesmo número de reportagens que Alckmin, mas com menos da metade de depoimentos conforme mostra a tabela que quantifica as sonoras.

Número e Tempo das Sonoras por Candidato- 2º Período

Candidato	Matérias	Sonoras	% do número total nas matérias	tempo das sonoras	% do tempo total nas matérias
Alckmin	30	26	86,67	6m 23s	17,90
Cristovam	26	25	96,15	6m 03s	29,58
H.Helena	28	24	85,71	5m 56s	19,26
José Maria Eymael	13	7	53,85	1m 53s	15,56
Luciano Bivar	12	6	50,00	1m 30s	16,76
Lula	30	11	36,67	2m 47s	6,61
Rui Costa Pimenta	5	2	40,00	27s	8,31

Fonte: dados da pesquisa

Alckmin, Heloísa Helena e Cristovam Buarque tiveram praticamente o mesmo número de entrevistas. Os dados demonstram, por exemplo, que Buarque só não deu entrevista em uma reportagem e Heloísa Helena e Alckmin foram ouvidos em cerca de 86 % das matérias. Mas o que chamou a atenção foi o número reduzido de sonoras para Lula em relação ao número de matérias. Das 30 matérias ele só deu entrevista em 11, com menos de 3 minutos de espaço, enquanto os outros candidatos tiveram o dobro do tempo nas sonoras.

Embora tenha tido elevada exibição nas reportagens, o presidente não deu entrevista na maioria das vezes. Lula teve apenas um minuto a mais que os candidatos de partidos pequenos como Luciano Bivar e José Maria Eymael. A diferença pode ser explicada pela abordagem das matérias em torno do governo e não da candidatura Lula.

No estudo das valências observamos que o candidato do PT obteve um equilíbrio, mas ainda com predominância de reportagens negativas. Alckmin esteve em situação inversa com 63 % de matérias positivas (19 de 30) e as negativas representaram 20 %. Situação mais confortável foi a de Heloísa Helena, que no período teve bem menos matérias negativas que Buarque e Alckmin. José Maria Eymael, do PSDC, teve ao todo 13 matérias e nenhuma negativa.

Valência das Matérias por Candidato - 2º Período

Candidato	Valência das matérias					
	Positiva		Negativa		Neutra	
Alckmin	19	63,33%	6	20%	5	16,67%
Cristovam	8	30,77%	10	38,46%	8	30,77%
H.Helena	17	60,71%	5	17,86%	6	21,43%
José Maria Eymael	5	38,46%	0		8	61,54%
Luciano Bivar	2	16,67%	1	8,33%	9	75,00%
Lula	14	46,67%	12	40%	4	13,33%
Rui Costa Pimenta	0		3	60%	2	40%

Fonte: dados da pesquisa

A tabela demonstrou também que os candidatos de partidos menores, se não tiveram tanta visibilidade positiva, também não tiveram negativa e o destaque foi sua própria exibição, mesmo em uma abordagem neutra. A exceção ficou por conta de Rui Costa Pimenta que teve a candidatura impugnada no meio do período, portanto, com poucas aparições e ainda negativamente.

O que chamou atenção na análise do período é que os quatro principais candidatos tiveram enquadramentos diferentes no *Jornal Nacional*. O candidato à reeleição, embora tivesse o mesmo número de aparições que o candidato do PSDB, teve o dobro de valências negativas. A candidata Heloísa Helena viveu um momento privilegiado com aparições e sonoras que elevaram sua positividade em quase 70% das matérias e o candidato Cristovam Buarque teve um momento de equilíbrio entre as matérias positivas e neutras.

Na linguagem, seleção, edição de imagens e de *falas* destes 28 telejornais é possível perceber a cobertura com enquadramentos diferentes que levam a uma percepção também díspar por parte do público eleitor. Nos exemplos que se seguem é possível confirmar o estudo que quantificou as valências negativas e positivas.

Cristovam Buarque, por exemplo, aparecia constantemente em Brasília e falando sobre Educação. Existia uma predisposição em questionar isso dele, insinuando repetição e desinteresse: "Antes de deixar a região, Cristovam Buarque disse **mais uma vez** (grifo nosso) como pretende federalizar a educação".

Os dados da pesquisa mostraram que a valência negativa para Buarque se dava no uso de frases questionadoras em relação às propostas do candidato. Eram frases como: "... só não explicou de onde viriam as verbas".

Novamente dois pesos e duas medidas: se Alckmin ou Lula falavam em propostas ou promessas, a reportagem não exigia satisfação como no caso de Buarque.

Alckmin foi mostrado apresentando projetos e fazendo promessas: prometeu água para o Nordeste, e um projeto de distribuição de remédio gratuito para todos os usuários do SUS.

Os dados que demonstram 63% de valência positiva para Alckmin têm base também nos textos de cobertura da agenda. Observou-se a diferença no tratamento do discurso. Os textos usaram termos como: “Planos de Geraldo Alckmin”, “vai investir no transporte coletivo”: “Alckmin disse que se eleito quer reduzir juros e dar incentivos aos produtores rurais e aos assentamentos”.

A pesquisa demonstrou também que outras palavras usadas para caracterizar as promessas do candidato do PSDB assinalaram positivamente: Incentivos, vai investir, vai combater a informalidade, falou do combate ao crime organizado, orçamento total para a segurança, planos para a política externa, reforma tributária: “Nós vamos melhorar a saúde, nós vamos melhorar a renda, nós vamos recuperar..., educação e criação de empregos e reforma política, e é menos Brasília e mais Brasil” - foram algumas das frases exibidas pelo *JN*.

A candidata Heloísa Helena foi quem menos teve valências negativas, apesar de ainda estar em desvantagem em relação Alckmin, que teve mais visibilidade com um número superior de reportagens. No início da campanha de rua, no começo de julho, a candidata viveu um momento muito positivo no *Jornal Nacional*, com um enquadramento exibindo imagens simpáticas, contato direto com o povo, passeatas, carreatas e frases contundentes, porém sem promessas ou demagogia - ao menos esta foi a seleção do *JN*.

Logo no primeiro dia de campanha nas ruas, a candidata já foi exibida fazendo caminhadas, recebendo flores e abraços de pessoas humildes. A edição do dia 6 de julho privilegiou um depoimento de Heloísa Helena no qual ela dizia que seria a primeira mulher na presidência e que não toleraria a vigarice e a traição.

No início da campanha na rua, quando Heloisa Helena aparecia no *corpo a corpo* com eleitores, ao falar da candidata o *JN* usava constantemente verbos como: *defender, pretender, falar, esclarecer, afirmar*, sem questioná-la. Depois de alguns dias, no final de julho e culminando com a

entrevista ao vivo no começo de agosto, o noticiário mudou a retórica e passou a questionar a candidata ou apontar demagogia nas “falas”. Em uma das sonoras chegou a enfatizar sua irritação, tornando a visibilidade negativa.

No dia 7 de julho, segundo dia de campanha nas ruas, a matéria negativa do candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi uma crítica à nomeação pelo Ministério das Comunicações para a direção dos correios. Mas a matéria era sobre a agenda do candidato e a liberação de dinheiro da operação **Tapa Buracos**, no entanto desde a “cabeça” já tomou outro rumo.

A entrevista do candidato ficou em segundo plano e a matéria para qual a imprensa foi chamada também. O *JN* exibiu novamente as imagens do funcionário do correio recebendo propina, o estopim da crise que começou em 2005, e ouviu o senador Arthur Virgílio, líder do PSDB no Senado. “O presidente Lula está tentando arranjar, graças à máquina pública - e isso pra mim é crime - está tentando arranjar votos”.

No dia 10 de julho o telejornal exibiu duas matérias com 3 minutos, sem visibilidade para o candidato Lula e sem entrevista. Os outros candidatos tiveram divulgadas as agendas normalmente. A pesquisa revela que as matérias foram consideradas negativas porque usavam argumentos antipáticos para o trabalhador doméstico e aposentados.

A matéria foi tendenciosa porque deu como única informação a de que o governo deveria vetar o Fundo de Garantia. As explicações do repórter e do Ministro que falavam de outros benefícios ficaram dissolvidas no meio da matéria e sem ênfase.

Na reportagem sobre o veto do aumento de 16 % para os aposentados, o *JN* apresentou a justificativa do presidente, embora na fala do repórter e destacou o discurso da oposição.

As entrevistas de estúdio *ao vivo* com os quatro principais candidatos também marcaram o período. Em 2006 foi só uma série no primeiro turno . A ordem das entrevistas foi escolhida por sorteio. As entrevistas foram de 7 a 10 de agosto. Todos tiveram 11 minutos e meio e mais prorrogação de 30 minutos.

O candidato à reeleição Luiz Inácio Lula da Silva, foi triplamente privilegiado na série de entrevistas “ao vivo”. Além de ser, pelo sorteio, o último entrevistado, ainda se manteve no ambiente de trabalho, sem precisar se deslocar para os estúdios da *Globo* no Rio, e acabou tendo mais tempo - 12 minutos e 17 segundos - embora as perguntas tenham sido maiores e os entrevistadores tenham usado mais tempo nas questões.

Os entrevistadores se mostraram mais receptivos nas “falas” e gesticulações. Na primeira pergunta Bonner falou da “quadrilha dos quarenta”, mas se retratou dizendo que era a palavra do Procurador. Com os outros candidatos fez perguntas em tom mais ríspido, com o presidente foi mais ameno, mas falou mais. Só na primeira pergunta foi gasto um minuto e o apresentador chegou a ler um trecho.

Os candidatos Luciano Bivar e José Maria Eymael não deram entrevistas *ao vivo* no noticiário, mas participaram de entrevistas gravadas pelo repórter Tônico Ferreira, com pouco mais de 2 minutos cada.

3º Período: Horário Eleitoral e 1º Turno – agosto – setembro

Da entrada do horário eleitoral - na segunda quinzena de agosto - até o final do primeiro turno foram analisados 34 telejornais, quase 90 por cento dos exibidos no período. No mês de setembro praticamente todas as edições foram estudadas. Os principais destaques foram: a entrada da propaganda eleitoral na televisão, e, faltando 15 dias para o encerramento do primeiro turno, a “enxurrada” de matérias sobre a tentativa de compra de um dossiê com denúncias contra candidatos do PSDB.

Neste período, o telejornal foi mais curto e a exibição de pesquisas começou a ser mais assídua. A tabela a seguir revela que os candidatos “nanicos” tiveram no máximo 4 aparições em 34 telejornais. Os outros candidatos, com exceção de Lula, apresentaram participação equilibrada com 34 ou 35 vezes. Conforme os critérios, já citados, cada vez que o candidato é citado

ou relacionado na matéria, mesmo que não apareça na imagem ou não dê entrevistas é contada uma valência.

Foi por meio deste critério que se verificou uma visibilidade para Lula bem superior aos outros candidatos com uma média de mais de 2 aparições por telejornal. Na inserção ainda não se levou em conta as *notas ao vivo*, somente as notas cobertas por imagem, reportagens ou entrevistas. De acordo com os números descritos, Lula teve 73 momentos de exibição nos telejornais analisados, mais que o dobro do segundo colocado.

Número e Tempo de Matérias por Candidato- 3º Período

Candidato	Número de matérias	Percentual do Total	Tempo das matérias
Alckmin	35	18,91%	18min 51s
Ana Maria Rangel	2	1,08%	9s
Cristovam	34	18,37%	16min 22s
H.Helena	34	18,37%	16min 55s
José Maria Eymael	4	2,16%	16s
Luciano Bivar	2	1,08%	15s
Lula	73	39,45%	127min 5s
Rui Costa Pimenta	1	0,54%	6s

Fonte: dados da pesquisa

As reportagens ou notas cobertas que apresentavam o nome ou relacionavam o candidato Lula representaram quase 40 % do total de matérias e o tempo de exibição também foi elevado, com 70% do tempo total dos VTs. Foram computados os tempos totais das reportagens com enfoques e repórteres diferentes embora sobre o mesmo assunto.

No início do período, o número de matérias e os tempos ficaram equilibrados, mostrando o governo positivamente e os outros candidatos falando de projetos. Porém na segunda quinzena de setembro, o destaque sobre Lula foi

bem superior. Foram várias matérias sobre as denúncias de um dossiê contra o candidato do PSDB ao governo de São Paulo, José Serra.

Número e Tempo das Sonoras por Candidato – 3º período

Candidato	Matérias	Sonoras	% do número total nas mat.	Tempo das sonoras	% do tempo total nas mat.
Alckmin	35	28	80	7m 6s	37,67
Ana Maria Rangel	2	0			
Cristovam	34	27	79,41	6m 39s	40,63
H.Helena	34	27	79,41	6m 26s	38,03
José Maria Eymael	4	0			
Luciano Bivar	2	1			
Lula	73	15	20,54	5min 10s	4,07
Rui Costa Pimenta	1	0			

Fonte: dados da pesquisa

O número de sonoras exibido na tabela demonstra o total equilíbrio entre os candidatos Alckmin, Heloísa Helena e Cristovam Buarque. Mais uma vez Alckmin teve um momento a mais de visibilidade com uma sonora de vantagem em relação aos dois candidatos. A exemplo das matérias - teve 35, enquanto os candidatos do P-Sol e do PDT tiveram 34.

O desequilíbrio está no candidato Lula que, apesar de ter tido o nome apresentado em 73 matérias, somente em 20% delas deu entrevista. Os outros candidatos deram entrevista em cerca de 80 por cento das matérias. O tempo das sonoras é que foi equânime para todos, com uma média de pouco mais de 6 minutos.

A tabela seguinte evidencia a desvantagem do candidato à reeleição por meio dos resultados das valências. A diferença foi expressiva principalmente antes do primeiro turno, na segunda quinzena de setembro.

Valência das Matérias por Candidato – 3º Período

Candidato	Valência das matérias					
	Positiva		Negativa			Neutra
Alckmin	24	68,57%	3	8,33%	8	22,22%
Ana Maria Rangel	2	100%	0		0	
Cristovam	18	52,94%	4	11,76%	12	35,29%
H.Helena	21	61,76%	2	5,88%	11	32,35%
José Maria Eymael	0		0		4	100%
Luciano Bivar	1	50%	0		1	50%
Lula	12	16,43%	51	69,86%	10	13,69%
Rui Costa Pimenta	0		0		1	100%

Fonte: dados da pesquisa

Lula teve um período muito ruim, com 51 valências negativas contra apenas 3 de Alckmin, 2 de Heloísa Helena e 4 de Cristovam Buarque. O desequilíbrio prevaleceu também na valência positiva, pois, o candidato do PSDB teve exatamente o dobro de matérias consideradas positivas em relação ao do PT.

A pesquisa aponta que houve uma construção desfavorável do cenário eleitoral pelo *Jornal Nacional* no 3º período. Esta unilateralidade fica evidente na interpretação do resultado quantitativo exibido antes.

Nos primeiros telejornais analisados no período – final de agosto e começo de setembro - o panorama era bem diferente daquele que foi surgindo com matérias que mostravam apenas o dia-a-dia dos candidatos e ações do governo. Neste período Luiz Inácio Lula da Silva acumulou valências equiparadas com outros candidatos com muitas matérias sugerindo neutralidade - basta observar que os quatro principais candidatos tiveram, conforme a tabela, quase o mesmo número de valências neutras, embora algumas matérias sobre os problemas do Brasil como as da *Caravana* evidenciassem a negatividade para o governo.

Ainda no final de agosto as pesquisas revelaram a queda da candidata Heloísa Helena. Ela - que no final de julho e começo de agosto

conseguiu subir cerca de 4 pontos - teve queda depois do início do horário eleitoral. Mesmo assim, apresentou valência positiva em mais de 61% das matérias. Diariamente, no quadro “agenda do candidato”, Heloísa Helena foi exibida sorrindo, “fazendo festa”, abraçando e beijando as pessoas, tocando pandeiro e muito afetiva, com uma faceta carismática, ao contrário de alguns adversários.

Para Alckmin, as valências positivas se deram no dia-a-dia, já que a maioria das matérias mostrava uma imagem otimista do candidato. Ele foi exibido com uma postura firme, como se já tivesse sido eleito - a mesma de José Serra em 2002. Ao contrário de Heloísa Helena, destacada no meio do povo, Alckmin falava em entidades, instituições e até fora do país em tom austero usando verbos como pretendo: “Esse pólo todo, industrial, ele pode crescer. **Pretendo liberar** rapidamente os recursos da Suframa, para a infra-estrutura na região” (25-08); Vou: **Eu vou mexer no código penal, código do processo, lei de execuções penais**, que é tudo federal (30-08). O país não cresce desse jeito. **Nós vamos fazer o contrário** (31/08). Simplificando, desburocratizando e apoiando o pequeno, o micro e pequeno empresário. **É isso que nós vamos fazer** (21/08).

As pesquisas ainda mantinham Alckmin abaixo de Lula, em final de agosto. No dia 29, o Instituto *Datafolha* divulgou que Lula apresentava 50 % das intenções de voto e Alckmin 17%. As informações das pesquisas eram divulgadas sem qualquer destaque, por *notas cobertas* e sem chamadas, como aconteceu em julho quando houve ascensão de Alckmin em 30 de junho.

Ainda no dia 29 de agosto houve uma edição negativa para Lula embora neutra para Alckmin, já que não estimulou positividade à sua candidatura. O *JN* deu espaço para o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso como se ele fosse o candidato do PSDB. A matéria era sobre um encontro com almoço por adesão para arrecadar dinheiro para a campanha de Alckmin. A *fala* do ex-presidente durou 32 segundos e foi destacada a frase repetida por Fernando Henrique por várias vezes. “Eu não sou igual a ele” (Lula).

No período analisado, o candidato Cristovam Buarque foi mostrado, na maioria das vezes, com grupos pequenos e em ambientes fechados. Em todas as entrevistas ele manteve a proposta voltada para a educação. Nos dois primeiros períodos analisados chegou a ser tratado com ironia por causa disso; no terceiro Buarque teve a campanha mais estagnada dentre os principais candidatos, tanto que as exposições foram consideradas neutras em quase 40% das matérias.

A mostra da cobertura do *Jornal Nacional* no momento revela o aumento das valências negativas para o governo culminando com a alteração no quadro das pesquisas eleitorais e a realização do segundo turno. Como os dados coletados nesses últimos quinze dias foram bem diferentes dos dados apresentados no início do período, eles foram distribuídos em tabelas específicas para uma melhor explicação.

O período de denúncias e matérias negativas começou com intensidade no dia 13 de setembro, quarta-feira. Do dia 13 até o dia 30, foram 43 matérias sobre Lula, contra 17 de cada um dos outros 3 principais candidatos. Alckmin, Heloísa Helena e Cristovam Buarque mantiveram a média de uma matéria por dia e estiveram entre a positividade e a neutralidade.

A partir do dia 13 de setembro os editores passaram a inserir no noticiário matérias de denúncias que envolviam diretamente o partido do governo. Foram produzidas reportagens de, no mínimo, 1 minuto e meio e de até 7 minutos sobre as denúncias. Os editores chegaram a formatar o telejornal de maneira inédita com uma “cabeça” para várias reportagens sobre o mesmo assunto, repetindo imagens, mas buscando abordagens diferentes.

Houve dia em que as matérias sobre as denúncias tomaram quase 80 por cento do telejornal - é como se não acontecesse mais nada no país.

Já não falavam mais “presidente Lula” e sim “Lula”, “os amigos de Lula”, “máfia do Planalto”, “centro do escândalo”, “o escândalo do dossiê”, “a máfia do dossiê”, “dinheiro sujo”, “lavagem de dinheiro”, “submundo do crime”, “explosão da máfia”, “personagens obscuros” e “emissários do PT”. A cobertura mudou

também para pessoas que estavam supostamente envolvidas: aquelas ligadas ao PT eram chamadas de petistas; as ligadas a outros partidos, de empresários.

Em quase todos os noticiários do período o assunto do dia foram as denúncias e suas repercussões com os demais candidatos. Para Lula houve 4 matérias positivas, segundo o critério adotado, já identificado na Metodologia. Foram matérias sobre ações do governo. Dois exemplos:

As matérias negativas para o candidato do PT começaram com a denúncia de irregularidades na produção de uma revista que teria sido paga com dinheiro público. A matéria teve 1 minuto e 22 segundos.

15 e 16- 09

No dia 15 foi veiculada uma única matéria sobre o dossiê e sobre a prisão dos acusados. A matéria durou 1m33. Não foi citada qualquer ligação com o candidato à reeleição a não ser por que um dos detidos, Waldebran Padilha, segundo a reportagem, era filiado ao PT no Mato Grosso. Quem fez a primeira matéria para o *JN* foi Rodrigo Vianna. Ele conta que a partir dali a cobertura começou a ficar “estranha “.

No sábado, 16, o tempo destinado à cobertura do caso dobrou e foram duas matérias que apresentaram negatividade para Lula e Alckmin. O dossiê foi a primeira matéria e, com mais impacto, destacou a imagem dos homens dizendo que: “são filiados ao PT do MT e arrecadadores de recursos do partido para o candidato a prefeitura de Cuiabá, em 2004”. A matéria se referiu a respostas e sugestões do PT e PSDB, mas deu voz apenas a José Serra, candidato ao governo de São Paulo pelo PSDB.

18-09

O *Jornal Nacional* começou com 5 manchetes do caso do dossiê. William Bonner mudou totalmente o aspecto daquele que fazia a apresentação da *Caravana*. Os textos também passam a ser mais bruscos. “Os homens do presidente Lula estão no centro do escândalo da compra dos

dossiês”, numa referência ao filme *Todos os Homens do Presidente*, que relatava o caso Watergate nos Estados Unidos. O caso provocou a renúncia do presidente Richard Nixon em 8 de agosto de 1974⁶.

A primeira matéria causou impacto, mostrou o assessor do presidente, Freud Godoy, como o maior suspeito de encomendar a compra do dossiê. Foram dois textos como *cabeças* em que o apresentador mudou de câmera (um recurso para o texto longo não ficar cansativo e chamar mais a atenção) antes de chamar a reportagem. Depois o mesmo recurso foi utilizado para outras notas e *cabeças* longas.

Em todas as matérias, as imagens das fotos espalhadas foram repetidas e os textos reproduziram palavras como “**escândalo**” e “**negociata**”. As duas primeiras matérias duraram 7m42 e não foram usadas as palavras “Partido dos Trabalhadores” como usavam antes. Nestes dias passaram a usar “PT” em tom de descaso. O texto ainda dizia que o material serviria para **atacar** o candidato do PSDB e: “o dossiê contra José Serra, contra o PSDB”. Diferenciou o tratamento aos dois partidos.

A entrevista de Freud Godoy foi antes de seu depoimento na PF e da forma como o repórter questionou era como se o acusado prestasse depoimento a ele.

Na narração, um dos repórteres falou que Freud confessou que conhecia um dos detidos e que já se encontrou com ele por quatro vezes, mas na entrevista não aparecem tais afirmações. As reportagens também parecem incoerentes quando uma mostra que: “Na secretaria particular da presidência da República, em Brasília, trabalha um Freud Godoy, que, como disse Gedimar no depoimento, tem uma empresa de segurança”.

Outra já tem como afirmação que o Freud Godoy assessor do presidente é o acusado: “Freud Godoy, acusado de mandar entregar quase R\$ 2 milhões pela entrevista e pela montagem de um dossiê contra José Serra, se apresentou à Polícia Federal no meio da tarde, em São Paulo”.

⁶ Watergate, um dos maiores escândalos políticos dos Estados Unidos, foi o caso de escuta ilegal na sede do partido democrata, no edifício Watergate em Washington por pessoas ligadas ao governo Nixon e denunciado pelos jornalistas o Washington Post, Bob Woodward e Carl Bernstein.

No mesmo dia ainda foram exibidas reportagens repercutindo o dossiê com o TSE, com os partidos de oposição e com os candidatos. Todos pediram para investigar se havia envolvimento do presidente Lula. O *JN* ainda expôs o presidente do PFL Jorge Bornhausen dizendo que não confiava na imparcialidade do Ministro da Justiça, Márcio Thomás Bastos.

Em outra matéria o apresentador chamou o assessor de funcionário. Foi a primeira vez que se ouviu falar em funcionário de presidente. É um termo que demonstra um relacionamento mais íntimo e cumplicidade e foi usado como forma de fortalecer o envolvimento entre Godoy e Lula.

A palavra “funcionário” e outras que descaracterizaram o episódio e os envolvidos talvez não estivesse nos textos originais dos editores ou repórteres. Ela pode ter sido inserida no fechamento ou durante a apresentação do telejornal, já que situações de ordem e de mudanças assim, já ocorreram. Em 5 de abril de 2004, por exemplo, o editor-chefe do telejornal William Bonner exigiu que a repórter Beatriz Castro, repórter nacional da emissora de Recife, regravasse uma passagem⁷ em uma matéria sobre “sem terra” trocando a palavra “ocupantes” por “invasores”. A reportagem não foi exibida naquele dia, só no dia seguinte como uma nota coberta.⁸

O telejornal do dia 18 de setembro teve, sem comerciais, 24 minutos e 15 segundos. Foram 12 minutos e 44 segundos sobre o dossiê, ou seja, mais de 50% do telejornal.

19 – 09

O telejornal deste dia teve 24m e 42s e foi praticamente todo sobre o dossiê. Nas manchetes foram 21 segundos de chamadas sobre o caso e 9 segundos sobre outros assuntos. O primeiro bloco do noticiário teve 15m 59s e apresentou 6 matérias sobre o dossiê sem contar as notas ao vivo. O telejornal teve mais 3 blocos com 3m59, 2m26, 2m18. Ao todo, as matérias representaram

⁷ Passagem do repórter. Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria. A passagem reforça a presença do repórter no assunto que ele está cobrindo e, portanto, deve ser gravada no desenrolar do acontecimento.

⁸ Fato presenciado pela pesquisadora e um grupo de alunos de jornalismo durante a reunião de pauta do JN na redação da TV Globo no Rio.

65 % do telejornal. Além das reportagens e a repercussão com os candidatos houve apenas uma nota da pesquisa *do Datafolha*, o *VT* do tempo, a *caravana do JN* e um bloco com notas internacionais incluindo a Petrobrás e a Bolívia. Ou seja, fora o que já era obrigatório no telejornal: pesquisa, tempo e *Caravana*, foi um telejornal sobre as denúncias. É possível comparar a cobertura deste dia só com a do dia 15 de maio de 2006, em que quase todo o telejornal apresentou matérias relacionadas aos os ataques em São Paulo e rebeliões em presídios pelo Brasil.

Nas matérias do dia 19 as informações foram as mesmas dos outros dias e acabaram se repetindo juntamente com as imagens, mas o viés procurado pelo noticiário foi a ligação dos envolvidos com o presidente Lula. O telejornal falou em “pessoas ligadas à campanha de Lula”, “**Amigo** de Lula”, Jorge Lorenzetti e Osvaldo Bargas, “**ligações estreitas**”; “Mais uma pessoa ligada na **intriga**”. Disse ainda que “o caso esta revelando ao Brasil uma lista de personagens **obscuros** da política nacional”.

20 -09

As manchetes do telejornal do dia 20 de setembro duraram 29 segundos - foram 5 chamadas foram sobre o dossiê e uma sobre a CPI das ambulâncias. O primeiro bloco (13m13s) tratou do dossiê. Foram 7 matérias, variando de 56 segundos até 3 minutos. Os outros 3 blocos tiveram ao todo 9m e 17segundos, isto significa que mais da metade do noticiário foi novamente sobre o dossiê. Mais uma vez o telejornal apresentou além das matérias sobre o dossiê somente notas internacionais, tempo, o dia dos candidatos, a *Caravana* e o último bloco com 1m e 13s, só sobre o basquete brasileiro na semifinal do campeonato mundial.

Nesse dia o telejornal foi pautado por matérias que mostraram que os envolvidos tinham alguma relação qualquer com o governo: uma matéria de uma Fundação ligada ao Ministério do Trabalho que teria como sócio um dos acusados; a demissão do diretor do Banco do Brasil, Expedito Afonso Veloso, acusado de envolvimento, e a saída de Ricardo Berzoini da coordenação da campanha de Lula.

21-09

As matérias sobre o dossiê somaram 13m13s e foram 5, um número menor comparado aos outros dias. O destaque foi a reportagem sobre as pessoas ligadas ao governo e que foram afastadas. O tom do texto é pejorativo, sem a carga de seriedade histórica que carrega o telejornal. É uma narrativa que lembra um filme de ficção.

A matéria de Pedro Bial na *Caravana* também foi negativa para o candidato à reeleição, mostrou crise na agricultura com juros altos e dólar baixo nos últimos 4 anos.

22-09

Na sexta feira, 22 de setembro, o telejornal - pela quinta vez consecutiva - colocou as manchetes em torno do dossiê. O primeiro bloco foi sobre o episódio, com 3 VTs tendo ao todo 9m20. As matérias tinham de 2m10 a 3 minutos e apareceram acusações também contra o PSDB em depoimentos. No entanto, a forma como o telejornal tratou de nomes fala de nomes como Abel Pereira e o ex- Ministro da saúde, Barjas Negri que substituiu Serra em 2002, não foi de forma vulgar, como se referia a outros envolvidos.

Neste telejornal houve ainda uma matéria positiva para o candidato Lula que durou 1m 25: "A Fundação Getúlio Vargas divulgou, hoje, um estudo baseado em números do IBGE, que mostra a queda do nível de pobreza no Brasil nos três primeiros anos do governo Lula".

25 -09

A edição do dia 25 o editor chefe William Bonner foi encerrar a *Caravana* no Centro - Oeste, estado de Goiás, mas o caso do dossiê ainda foi destaque. O telejornal repercutiu uma palavra usada por Lula em 38 segundos de entrevista - foi quando ele falou em *bando de alopados*.

A frase foi usada durante uma semana em evidência no JN. Percebe-se se aqui o poder da edição, seleção e enquadramento. Ficou marcado

que o presidente chamou os ex - companheiros de *aloprados*, mas a frase: “esse dossiê deve ter coisa do *arco da velha*”, inserida na mesma entrevista não foi mencionada nas chamadas.

Uma outra matéria negativa para o candidato do PT, no mesmo dia, foi sobre a *máfia dos vampiros* que condenou o ex-Ministro da saúde, Humberto Costa. No meio da matéria de quase dois minutos há apenas uma *fala* que diz que “há indícios de que o problema tenha começado no governo passado”, mas a frase ficou “pulverizada” e o telespectador não teve tempo para assimilar sobre “governo passado”.

26-09

A primeira chamada do telejornal foi sobre o *dossiê* e o destaque foi a origem e a necessidade de mostrar o dinheiro. A primeira matéria revelou que os dólares que seriam usados na compra do dossiê entraram legalmente no País. A reportagem se concentrou em torno de “emissários” do PT e acusações ao Ministro da Justiça, Thomas Bastos, envolvendo o candidato do PT e o partido.

A segunda reportagem do mesmo dia sobre o dossiê falou de Abel Pereira ligado a Barjas Negri, mas não usou o nome do PSDB e nem de Fernando Henrique Cardoso disse apenas “Ministro da Saúde do governo anterior”.

Ainda neste texto o repórter enfatizou e lembrou que as pessoas presas estavam envolvidas com o presidente Lula e tirou conclusões, dizendo: “**Provavelmente** no dia 14, dia em que foi preso, Valdebran mandou mensagem para Expedito”.

É possível observar como são persuasivas as expressões e o modo como o repórter utiliza as frases relacionando o candidato com os acusados. As palavras mais fortes são as que permanecem na memória do telespectador já que a característica da televisão é a *instantaneidade*.

A agenda dos candidatos foi como nos outros dias, chamando o escândalo do dossiê: “O escândalo da compra do dossiê e a proximidade das

eleições elevaram o tom das declarações dos candidatos à presidência e dos aliados”.

Na reportagem do PSDB destaque para Fernando Henrique Cardoso dizendo que Lula é o demônio. Alckmin está dando entrevista para jornalistas estrangeiros, mas é estimulado a falar sobre o dossiê e repete que Lula não consegue saber de onde vem o dinheiro.

29 - 09

O telejornal do dia 29 foi o primeiro depois do término do horário eleitoral, portanto foi maior e pôde extrapolar o horário. Foram mais de 40 minutos *líquidos* de jornal e mesmo assim a direção optou por não dar uma palavra sobre o maior acidente aéreo do Brasil.

A alegação foi que a emissora não tinha informações confirmadas, mas no dia seguinte, a reportagem de Delis Ortiz contradisse: ela informou que por volta das 18 horas já se sabia que o avião tinha desaparecido.

Neste dia a maioria das reportagens foi em torno da própria emissora; foram matérias sobre o debate com os candidatos, promovido no dia anterior, e sobre a conquista da imagem dos dólares que seriam usados na compra do dossiê. Os principais candidatos tiveram em média 1 minuto de aparição. Para Lula foram mais de 7 minutos e sempre com citações em relação ao escândalo do dossiê.

O apresentador abriu o telejornal com um semblante amistoso ao falar do debate e depois, mais sisudo, disse que Lula não compareceu. As matérias sobre os candidatos mostraram flashes, sorrisos e uma cadeira vazia.

Mostrou também eleitores por todo o Brasil “atentos” - a *Globo* gravou em locais públicos que tinham aparelhos de TV. A ausência do candidato Lula foi criticada pelos presidenciáveis Alckmin, Heloísa Helena e Cristovam Buarque em 27 segundos de entrevistas, embora dentro das regras do debate estivesse claro que trechos não poderiam ser usados em telejornais para que não se repetisse o que aconteceu em 1989 no debate entre Collor e Lula.

As fotos do dinheiro foram o destaque da edição. Os dólares e reais foram exibidos repetidas vezes em todas as matérias sobre o dossiê.

Houve uma reportagem sobre a repercussão da imagem do dinheiro. Foram ouvidos o presidente do PFL, do PSDB, o coordenador da campanha do presidente Lula e o Ministro da Justiça.

A divulgação das fotos também foi repercutida com os candidatos. Os repórteres estavam pautados para perguntarem sobre a exibição do dinheiro.

O *Jornal Nacional* utilizou, em suas edições gravações de denúncias. Utilizou também, no caso do dossiê, mas na revelação da liberação das fotos o telejornal se omitiu conforme Vianna:⁹

O delegado chama os quatro jornalistas: *Estadão, Folha, Globo e rádio Jovem Pan* e fala: “eu estou aqui com as fotos” e aí tem toda aquela conversa que alguns desses quatro jornalistas gravaram e ele deixa claro “ eu vou fazer de conta que foi roubada da minha mesa, chegou a vocês , não se sabe como”. (...) a gravação do delegado não sai, as circunstâncias nas quais o delegado vazou as fotos, não sai. A *Globo* tinha essa gravação.

30- 09

No dia 30, o telejornal deu maior cobertura ao acidente aéreo do que ao dossiê, mesmo assim repetiu a imagem do dinheiro e informou que o delegado assumiu a responsabilidade por ter divulgado as imagens. A matéria foi repercutida com os candidatos .

O último telejornal antes da eleição enfatizou o resultado das últimas pesquisas do *IBOPE* e *Datafolha*, que informavam sobre a possibilidade de segundo turno.

Lula caiu, em duas semanas, de 51% das intenções de votos para 45, e Alckmin subiu de 27 para 34.

A amostra do período revela que a cobertura persuasiva com textos unilaterais contribuiu, como outras mídias, para o resultado da eleição em primeiro turno. Esses quinze dias mudaram não o eleitorado inteiro, mas o

⁹ Rodrigo Vianna em entrevista à autora. São Paulo, 28 de fevereiro de 2007.

candidato do PT perdeu eleitores. O suficiente para levar a eleição para o segundo turno.

4º Período: 2º Turno – outubro

Na pesquisa em relação ao segundo turno foram estudados 17 telejornais, no período de 2 a 28 de outubro, com a análise de 53 matérias. Foi perceptível um maior equilíbrio entre os dois candidatos eleitos para o segundo turno: Lula e Alckmin.

A cobertura do *JN* foi fria se comparada aos últimos dias do primeiro turno. Foram poucas matérias de eleições, praticamente só a agenda dos candidatos, e o destaque político continuou sendo o dossiê. A abordagem do *JN* foi superficial e mesmo na véspera do segundo turno foram apenas 4 matérias sobre eleições, incluindo o dia dos candidatos e pesquisas.

A tabela abaixo demonstra que mais uma vez o candidato à reeleição foi contemplado com mais matérias. No entanto, a diferença entre os dois não foi tão grande quanto em outros períodos, principalmente no final do primeiro turno.

Número e Tempo de Matérias por Candidato – 4º período

Candidato	Número de matérias	Percentual do Total	Tempo das Matérias
Alckmin	22	41,50	33m 32s
Lula	31	58,49	50m 54s
Total das matérias	53		84m 36s

Fonte: dados da pesquisa

Os números apontam que a diferença foi de 9 matérias e cerca de 17 minutos em favor de Lula. No período anterior o candidato do PT teve o dobro de matérias dos outros candidatos e cerca de uma hora a mais.

No entanto, em relação às sonoras, incluídas na tabela a seguir, a constatação é contrária, Luiz Inácio Lula da Silva teve 4 vezes menos sonoras que Alckmin e dos mais de 50 minutos de matéria, foram apenas 49 segundos de *fala*, representando menos de 2 % do tempo total das matérias.

Das 31 matérias que apresentaram qualquer referência à candidatura, somente em 4 ele deu entrevista. O candidato do PSDB falou em 16 das 22 matérias em que apareceu, ou seja em mais de 72 % dos casos.

Número e Tempo das Sonoras por Candidato

Candidato	Matérias	Sonoras	% do número total nas mat.	tempo das sonoras	% do tempo total nas mat.
Alckmin	22	16	72,72%	4m14s	12,62%
Lula	31	4	12,90%	49s	1,60 %
	53				

Fonte: dados da pesquisa

Os dados sobre as valências das matérias demonstraram que Alckmin teve 59% das matérias com visibilidade positiva e Lula pouco mais de 51%. O mesmo equilíbrio aconteceu no percentual das matérias consideradas negativas. Alckmin teve 36% de matérias negativas em 17 telejornais e Lula pouco mais de 38%.

Alckmin, apesar de ter tido mais de 72% de VTs com sonoras, apresentou o maior índice de valências negativas de todos os períodos analisados, comprovando mais uma vez que nem sempre depoimentos por meio de sonoras trazem visibilidade positiva, e evidenciando uma mudança no discurso do telejornal ao fazer a cobertura do candidato.

Valência das Matérias por Candidatos – 4º Período

Candidato	Valência das matérias					
	Positiva		Negativa			Neutra
Alckmin	13	59,09%	8	36,36%	1	4,55%
Lula	16	51,61%	12	38,71%	3	9,68%

Fonte: dados da pesquisa

Neste período, praticamente não houve matérias consideradas neutras, que apenas mostravam o dia-a-dia do presidencialismo. As reportagens que se referiam às eleições ou aos candidatos relacionavam assuntos do governo ou de denúncias contra pessoas dos partidos. Lula apareceu em 3 matérias consideradas neutras e Alckmin teve uma neutra das 22 apresentadas sobre ele.

O candidato do PSDB, logo no início da campanha do segundo turno (terça 3/10), foi exposto negativamente em função de um incidente envolvendo o apoio do casal “Garotinho”: “À tarde, o candidato do PSDB recebeu o apoio da governadora Rosinha Matheus do Rio de Janeiro e do ex-governador Anthony Garotinho. Os dois do PMDB do Rio de Janeiro, estado onde Geraldo Alckmin ficou em segundo lugar no primeiro turno”.

Nas primeiras semanas do segundo turno, o *JN* ainda repercutia o caso do dossiê e tomava boa parte do telejornal. Entretanto o discurso era mais ameno sem os adjetivos pejorativos e de acusação. Falava-se em crime eleitoral, não em escândalos, tratava aqueles que antes eram chamados de simplesmente petistas, agora de empresários: “o empresário petista Valdebran Padilha voltou a depor hoje, em Cuiabá”; “Gedimar e mais cinco pessoas respondem à **representação que apura se houve crime eleitoral** no caso do dossiê contra políticos”.

Os VTs sobre a denúncia no caso do dossiê também atingiram o candidato do PSDB. Apareceram novos episódios envolvendo pessoas ligadas ao

partido e citavam inclusive o nome do ex-presidente *Fernando Henrique Cardoso*. Esta característica nas abordagens do segundo turno justifica o aumento das valências negativas para Alckmin.

O crescimento das valências positivas para Lula em relação a outros momentos analisados ocorreu porque, o telejornal optou por mostrar o candidato mais diretamente na campanha, em comícios, corpo-a-corpo, e também em ações positivas do governo. Também deu visibilidade ao seu discurso praticamente todos os dias.

Considerações Finais

A pesquisa apontou, por meio das valências, que a cobertura na eleição de 2006 teve tendências que variaram ao longo da campanha, desde o destaque nas matérias que contribuíram para a desistência da candidatura de Garotinho, a cobertura crítica do governo Lula, os quinze dias de campanha em torno do “escândalo dossiê” prejudicando a campanha do PT até a virada no segundo turno com uma cobertura mais amena evitando privilégios e dando voz ao então candidato Lula.

A amostra do *JN* confirmou a sutileza da *Rede Globo* no processo. A emissora preparou uma cobertura de grande mobilização, mas se destacou na autopromoção. Os dados coletados na pesquisa indicam que a *Rede Globo*, por meio do *Jornal Nacional*, ainda mantém a mesma tendência unilateral em suas coberturas como fez em outros momentos políticos, desde o início de sua trajetória.

A pesquisa vem confirmar nas eleições de 2006 o comportamento tendencioso da *Rede Globo* - já estudado por pesquisadores desde o fim da ditadura militar e em momentos políticos fortes, sobretudo eleitorais. Tal comportamento ainda privilegia e prejudica candidatos demonstrando que a isenção total ainda não faz parte do programa de cobertura do *Jornal Nacional*.

Bibliografia

COLLING, Leandro. RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Cobertura Jornalística e Eleições Presidenciais de 2006 no Brasil**. In: ALAIC- 2006.

DINES, Alberto. **Novas Cantinelas sobre a Mídia**. Disponível no site: <www.observatório.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405jdb002> em 17/10/2006. Acesso em 25/01/2007.

LIMA, Venício. **Mídia Partidária e Interesse Público**. Disponível no site: www.observatório.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405jdb002 em 17/10/2006. Acesso em 24/01/2007.

_____. **A Mídia Está em Discussão**. Disponível no site: www.observatório.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405jdb003 em 30/10/2006a. Acesso em 24/01/2007.

_____. **Mídia , Crise Política e Poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

_____. **A Mídia nas Eleições 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

MONTUORI, Carla. **O Que de Fato era a Caravana JN? Um olhar sobre a estética de Produção**. Disponível em www.pucsp.br/nemp/eleicoes-2006. Acesso em 25 de outubro de 2006.