

A (in) clemente

MÍDIA DAS ELEIÇÕES

João Feres Júnior
CIENTISTA SOCIAL

Luna de Oliveira
Sassara
CIENTISTA POLÍTICA

Eduardo Barbabela
CIENTISTA POLÍTICO

Lorena Miguel
HISTORIADORA E CIENTISTA POLÍTICA

Marcia Rangel
Cândido
CIENTISTA SOCIAL

Thyago de
Simas e Silva
TECNÓLOGO



Todo brasileiro com algumas décadas de vida e algum senso crítico já sabe que nossa grande mídia tem lado. O apoio dos principais grupos de mídia à ditadura militar, que por décadas suprimiu a democracia em nosso país, a resistência da Globo em noticiar o movimento das Diretas Já!, a tentativa de manipulação midiática dos resultados da eleição ao governo do Estado do Rio de Janeiro, a edição do debate Lula-Collor no Jornal Nacional, a cobertura do sequestro do empresário Abílio Diniz, a Ação Penal 470, batizada Escândalo

do Mensalão, superexplorada de maneira a produzir o máximo efeito político, o episódio da bolinha de papel na cabeça de José Serra na eleição de 2010, a capa da *Veja*, que semanas atrás tentou mudar o resultado final da eleição no segundo turno. Os exemplos são muitos e variados, e não se limitam aos meios de comunicação mencionados anteriormente.

De fato, esse “lado” da grande mídia parece ficar ainda mais saliente durante o período eleitoral. Só para citarmos um exemplo anedótico, o leitor da *Folha de S. Paulo* foi brindado ao fim de setembro deste ano,

ou seja, às vésperas do primeiro turno da eleição presidencial, com uma sequência de três manchetes de capa muito peculiares. No dia 28, o jornal paulista anuncia em letras garrafais: “PF investiga ligação entre tesoureiro do PT e doleiro preso.” O texto adiante explica que, segundo fontes da Polícia Federal, o tesoureiro do partido, João Vaccari Neto, estaria intermediando investimentos de fundos de pensão em empresas do doleiro envolvido no caso da Petrobras. No dia seguinte, 29, o matutino sai com a seguinte manchete: “Dilma não cumpriu 43% das promessas de 2010”, com o subtítulo “Compromissos nas áreas de ambiente e segurança tiveram o pior desempenho”. Dia 30, mais uma manchete negativa para a candidata da situação: “Com Dilma em alta, bolsa tem a maior queda em 3 anos.” Três dias seguidos, três manchetes extremamente negativas para a campanha do PT à reeleição.

Ainda que esse comportamento possa não passar despercebido aos leitores mais críticos, mesmo eles são incapazes de determinar a real natureza e intensidade do viés que a *Folha* pratica em sua cobertura. O mesmo pode ser dito de outros meios da grande imprensa, como os jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* e os programas noticiosos da TV aberta, como o ainda poderoso *Jornal Nacional*. Com que frequência publicam matérias e chamadas negativas para a candidatura de Dilma? Será que fazem o mesmo para os outros candidatos à presidência? E os par-

tidos, será que recebem um tratamento igual por parte desses meios de comunicação? Será que a cobertura do governo federal é comparável àquela dada aos estados, pelo menos os mais importantes, como São Paulo e Rio de Janeiro? O Manchetômetro foi criado para responder a essas perguntas.

O INÍCIO: ELEIÇÕES 2010

Estudo sobre o comportamento da grande mídia durante a eleição presidencial de 2010 realizado pelo Laboratório de Estudos da Mídia e Esfera Pública (LEMEP), localizado no IESP-UERJ, foram o germe do Manchetômetro. Nesse estudo, analisamos a cobertura dos jornais *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* no tocante aos principais candidatos à presidência da República e seus respectivos partidos – Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV) –, utilizando a metodologia da análise de valências, ou seja, avaliando a orientação positiva, negativa, neutra ou ambivalente de cada notícia em relação à candidatura. Concluímos nesse estudo que a cobertura dos jornais foi composta primordialmente de notícias negativas e neutras para quaisquer candidatos ou partidos. No entanto, a candidata Dilma e o PT receberam quantidade de notícias negativas proporcionalmente (e, em algumas situações, também em termos absolutos) muito superior à de seus contendores nos três jornais analisados, o que sinaliza um possível viés na cobertura desses veículos.

Nossos estudos de 2010 demonstraram que houve um padrão na cobertura das eleições: textos neutros, com caráter descritivo, constituíram a maioria das referências aos personagens da campanha; houve, também, muitos textos contrários, ao passo que poucos foram favoráveis a quem quer que fosse. Ao compararmos o conteúdo das capas ao da totalidade dos jornais, percebemos que textos neutros também foram maioria nas capas, mas com frequência um pouco menor do que no jornal como um todo, 68% e 75%, respectivamente. A frequência de textos favoráveis e contrários nas capas seguiu também proporções muito próximas às do jornal inteiro, assim como as ambivalentes que, em ambos os casos, foram irrelevantes (FERES JR., MIGUEL, et al., 2013). Ou seja, concluímos que as capas podem funcionar como preditoras do conteúdo dos jornais.

Começamos a analisar os dados da eleição de 2010 em meados de 2012, e a conclusão das análises se deu no primeiro semestre de 2014. Estávamos novamente em ano eleitoral. O primeiro impulso foi organizar a coleta do material jornalístico produzido durante a campanha para depois analisá-lo, replicando assim a pesquisa que naquele momento se concluía. Contudo, esse *timing* dilatado próprio do trabalho acadêmico passou a nos incomodar por demais. Começamos então a conceber maneiras por meio das quais a coleta do material fosse feita e alguma sistematização pudesse ser produzida para

divulgação mais rápida. Queríamos que a análise acadêmica fosse capaz de caminhar, se não lado a lado com os fatos, pelo menos no seu encalço, apenas um passo atrás. Thyago Simas e Leandro Guedes juntaram-se ao nosso grupo e ajudaram a criar e implantar a solução técnica: um site de administração no qual as codificações dos textos são inseridas diariamente, e um site de acesso público com gráficos que são atualizados de maneira automática, diariamente, a partir dos dados armazenados pelo site de administração. Arregimentamos um pequeno exército de codificadores, supervisionados por quatro coordenadores. Luiz Augusto Campos sugeriu o nome: Manchetômetro.

ELEIÇÕES - O PLANO GERAL DA OBRA

A corrida presidencial deste ano teve início oficialmente em 6 de julho e foi nesse momento que o Manchetômetro entrou no ar. A disputa estava, então, centrada em três candidaturas principais, de acordo com as pesquisas de intenção de votos divulgadas à época: em primeiro lugar, Dilma Rousseff (PT), tentando a reeleição; em segundo, Aécio Neves (PSDB), ex-governador e então senador pelo Estado de Minas Gerais; e, em terceiro, o ex-governador de Pernambuco Eduardo Campos (PSB). O pouco conhecido pessebista tinha como vice a notável Marina Silva que, após tentativa não exitosa de fundar seu próprio partido – a Rede Sustentabilidade –, aceitou integrar a chapa do pernambucano. O primeiro turno foi marcã-

do por muitas reviravoltas. A primeira delas, a trágica morte de Campos em um acidente de avião no dia 13 de agosto, em plena campanha eleitoral. Alguns dias depois do acidente, Marina assume a cabeça da chapa do PSB – recebe destaque também no noticiário – e vê suas intenções de voto subirem vertiginosamente. Algumas pesquisas chegaram a indicar, inclusive, chances de vitória de Marina sobre Dilma já no primeiro turno. No entanto, algumas semanas depois, as intenções de voto em Marina começaram a despencar e a disputa terminou indo para o segundo turno com os dois candidatos que começaram o período eleitoral na liderança, Dilma e Aécio, representando os dois partidos políticos hegemônicos nos pleitos presidenciais desde 1994: PT e PSDB.

No site, publicamos análises produzidas diariamente sobre a cober-

tura das eleições presidenciais dos principais jornais impressos brasileiros, *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo*, e do programa noticioso mais popular da televisão brasileira, o *Jornal Nacional*. Nos jornais impressos, limitamos a análise às capas; o *Jornal Nacional* foi analisado por inteiro. As manchetes e chamadas de capa são codificadas de acordo com seus objetos e, após a análise de suas valências, classificadas como positivas, negativas, neutras ou ambivalentes. As notícias positivas são as que apresentam comentários favoráveis ao candidato ou partido em questão. As negativas são as que contêm críticas, ressalvas, ataques ou informações que possam ser prejudiciais ao objeto da notícia. São consideradas neutras as que são meramente descritivas e não contêm avaliações morais ou informações que



possam ser deletérias a candidatos ou partidos. Em caso de equilíbrio entre elementos negativos e positivos, as notícias são classificadas como ambivalentes (ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007, p. 158). As análises são realizadas diariamente por um codificador e revisadas por um segundo. Havendo discordância em alguma classificação, um terceiro codificador é consultado. Somente depois disso a entrada é enviada ao site.

A despeito de termos iniciado as atividades públicas do Manchetômetro no primeiro dia da campanha eleitoral, adotamos como ponto de partida da coleta de dados e codificações o dia 1º de janeiro de 2014. Dessa maneira, pudemos comparar a cobertura anterior ao período eleitoral com a que ocorreu durante ele. Também criamos sessões especiais para as coberturas dos temas economia e política. Quando da morte de Eduardo Campos, fizemos um estudo de caso do comportamento dos jornais durante o período que precedeu a nomeação de Marina para substituí-lo na candidatura. Também disponibilizamos ao público análises completas, utilizando a mesma metodologia, das eleições de 1998 e de 2010, com o objetivo de propiciar comparações com o pleito de 2014.

No texto adiante apresentamos alguns dos resultados obtidos a partir da análise dos jornais impressos. Primeiramente, um panorama geral da cobertura, feita pelos três jornais, dos candidatos que lideraram as pesquisas de intenção de votos durante

toda a campanha: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos (PSB) e Marina Silva (PSB). Em seguida, nos concentramos no período eleitoral, explorando a cobertura dos candidatos e dos partidos. Depois, apresentamos os dados dos jornais separadamente para verificar os diferentes perfis de cobertura de cada veículo. Por fim, apresentamos uma comparação entre a cobertura do período eleitoral de 2014 e de 1998 para testar a hipótese de que a mídia funcionaria como contrapoder, independentemente dos partidos que estejam no governo ou na oposição.

O ANO ELEITORAL PARA OS CANDIDATOS

O Manchetômetro entrou no ar no início do período oficial de campanha política de 2014. Produzimos

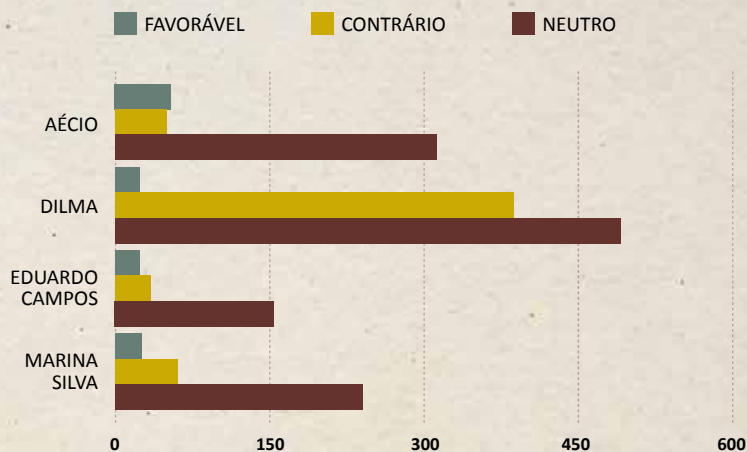
análises diárias das capas de jornais até o fim do processo eleitoral. No entanto, tendo em vista que as principais candidaturas haviam sido definidas já em 2013, resolvemos por bem analisar todo o ano de 2014. Essas análises possibilitam verificar se houve mudança nos padrões de cobertura com a aproximação do pleito.

Durante todo o ano, os três jornais pesquisados valorizaram amplamente a temática política em suas coberturas. Tal ativação do noticiário político está expressa no Gráfico 1, que representa o total de citações de cada um dos principais candidatos à Presidência da República nos três jornais estudados de acordo com suas valências.

Ao compararmos os resultados dessa cobertura com aquela feita em

GRÁFICO 1

Cobertura agregada de Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, O Globo



1998, mais adiante, vemos quão mais politizada foi a cobertura mais recente. O gráfico mostra que as notícias de valência neutra são as mais frequentes para todos os candidatos. As notícias negativas também aparecem bastante, sendo o segundo tipo mais frequente para três dos quatro candidatos estudados, com exceção de Aécio Neves, único candidato a receber número de matérias e chamadas elogiosas maior que o de críticas ao longo do ano.

O nome mais citado nas capas de jornais foi o da candidata-presidenta Dilma Rousseff. Foram 492 citações neutras. No entanto, ela também é a campeã de notícias contrárias e fica em último lugar em número de notícias favoráveis, empatada com Eduardo Campos – candidato que, como citamos anteriormente, faleceu dois meses antes do primeiro turno das eleições. Analisando proporcionalmente, 54,4% dos textos sobre Dilma nas capas dos jornais foram neutros. Já 42,9% foram contrários à sua candidatura. Os elogios constituíram apenas 2,7% do conteúdo, ou seja, para cada elogio, Dilma recebeu 16 críticas.

Aécio Neves foi o segundo candidato com maior visibilidade nos jornais. É importante destacar que essa foi a primeira vez que Aécio foi candidato a um cargo nacional. Apesar de ser uma figura de destaque no cenário político brasileiro, seria um equívoco inferir que o mineiro já fosse amplamente conhecido pelo eleitorado. Isso confere um significado especial à sua exposição nos

veículos de comunicação, já que ela cumpre a função de apresentá-lo à população. A distribuição proporcional das notícias sobre Aécio por valência é bastante distinta daquela da candidata Dilma. As notícias neutras foram dominantes: 74,9%. Como mencionamos anteriormente, somente no caso de Aécio as notícias favoráveis superaram as contrárias: 12,9 contra 12,2%. Em suma, Dilma teve 3,5 vezes mais notícias contrárias em relação ao total noticiado sobre ela que Aécio.

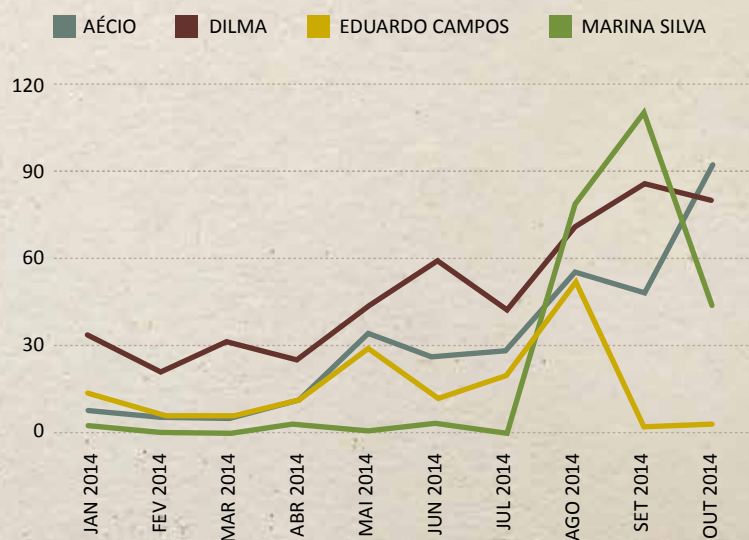
Marina Silva e Eduardo Campos integraram a mesma chapa e as valências foram distribuídas entre os dois de maneira similar. Os neutros de Marina representam 73,7% do total; os de Campos, 72,6%. Marina foi menos elogiada que Campos – 7,6%

contra 11,3% de favoráveis – e ligeiramente mais criticada – 18,6% contra 16% de contrários. Como podemos ver, o perfil de tratamento dado pelos jornais a esses candidatos é bem similar ao de Aécio e muito diferente do de Dilma. A candidata do PT recebeu aproximadamente 2,5 vezes mais notícias contrárias em relação ao total noticiado sobre ela do que qualquer um dos candidatos pessebistas.

Esses dois candidatos, contudo, constituem casos especiais, devido às reviravoltas em que se envolveram no decorrer desta campanha, entre elas, a trágica morte de Campos. Assim, a análise da distribuição temporal das citações torna-se crucial para o entendimento da dinâmica da cobertura. Vamos a ela (Gráfico 2).

GRÁFICO 2

Série temporal mensal dos três jornais – valência neutra aos candidatos



Nos quatro primeiros meses do ano, a cobertura neutra dos candidatos foi estável: Dilma liderando as citações, Aécio em segundo lugar, com metade das intenções de Dilma, e Campos em terceiro, com praticamente metade das intenções de Aécio, e Marina, então candidata a vice de Campos, com pouquíssima visibilidade. Em maio, com a proximidade das eleições, as curvas dos três candidatos principais são ascendentes – sobretudo Dilma e Aécio, que, como podemos notar, se mantêm até julho como segundo candidato mais citado de maneira neutra –, mas a ascensão se interrompe em junho, quando o noticiário é inundado de notícias sobre a Copa do Mundo, impulsionando os neutros da presidenta. Com o fim da Copa e o início oficial de campanha, em 6 de julho, as curvas retornam aos padrões de maio. Nota-se que Marina não foi citada nenhuma vez nesse mês. Agosto é o mês da primeira grande inflexão: com a morte de Eduardo Campos no dia 13, Marina salta de 0 a 78 citações, ultrapassando inclusive a presidenta em exercício. O noticiário neutro especulou sobre a possibilidade de que Marina assumisse a cabeça da chapa e, posteriormente, sobre quem seria seu vice. Nem mesmo a vítima da tragédia teve tantas citações quanto a ex-senadora.

Em setembro, o resultado das pesquisas parecia delineado: uma ascensão meteórica de Marina com possibilidade de vitória com folga no segundo turno. Sobretudo nas duas primeiras semanas de setembro, a

candidatura de Aécio amargou uma queda de visibilidade no noticiário político, que passou a ser protagonizado pelas duas candidatas. No entanto, entre o fim de setembro e o início de outubro, a campanha de Aécio foi ressuscitada. A partir das duas últimas semanas daquele mês, as pesquisas passaram a indicar queda da popularidade de Marina e aumento das intenções de voto em Dilma e em Aécio. O peessedebista chegou, junto à presidenta Dilma, ao segundo turno e, em outubro, ultrapassou suas concorrentes no quesito chamadas e matérias neutras, indo de 48, em setembro, para 92.

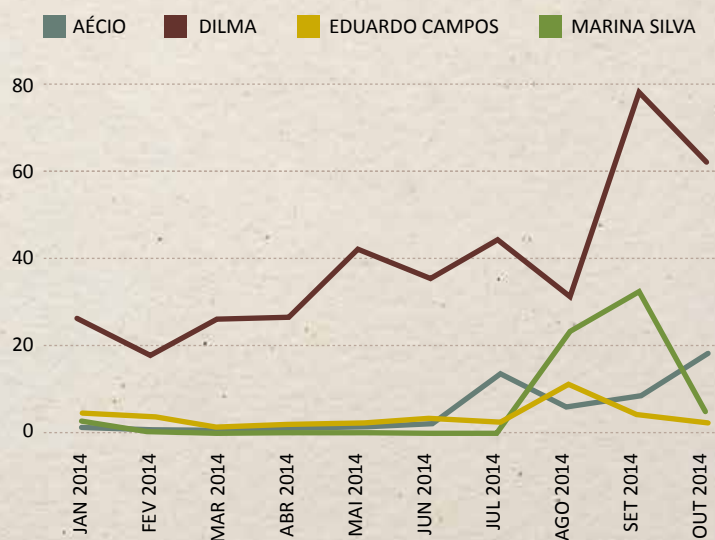
Apenas a análise do noticiário neutro é insuficiente para explicar mudanças tão bruscas em intervalo

de tempo tão curto. Analisemos, então, a distribuição temporal de textos de capa contrários aos candidatos (Gráfico 3).

Fica bastante claro que Dilma, foi de longe, a candidata mais criticada durante todo o ano: nem mesmo as variações no padrão de cobertura durante a campanha foram grandes o suficiente para alterar esse quadro. Mas há momentos que merecem destaque. O primeiro deles é o mês de maio. O Gráfico 2, de neutras, demonstra que nesse momento todos os candidatos receberam mais espaço nas capas do que o que lhes havia sido concedido até então. No entanto, somente a candidatura de Dilma teve simultâneo

GRÁFICO 3

Série temporal mensal dos três jornais – valência contrária aos candidatos



aumento no número de contrários. A proporção contrárias/neutras da candidata foi de 97% naquele mês. Na verdade, esta proporção difere bastante das anotadas por outros candidatos durante todo o ano. Apenas em dois meses o número de notícias contrárias representou menos de 75% do de notícias neutras: junho (59%) e agosto (43%). Em abril, as contrárias chegaram a ultrapassar as neutras: foram 26 contra 25, ou seja, 104%. No mês de setembro, talvez o mais decisivo para o pleito, a proporção foi de 90%. As notícias negativas envolvendo o nome da candidata relacionaram-se em grande parte a questões econômicas e a desdobramentos da operação Lava Jato que investiga corrupção na Petrobrás.

Até o mês de julho, nenhum dos candidatos da oposição havia recebido número notável de menções negativas nas capas dos jornais estudados. Até então, Aécio Neves havia alcançado seu teto de críticas no mês de junho: 2. Porém, em julho, sua curva sobe, impulsionada pela denúncia feita pela Folha de S. Paulo de que o candidato teria construído um aeroporto com dinheiro público nas terras de um tio no município de Cláudio, Minas Gerais, no período em que foi governador do estado. A notícia rendeu a Aécio um total de 13 textos contrários. Esse foi o mês em que o tucano recebeu proporcionalmente mais notícias contrárias em comparação às neutras. Mesmo assim a proporção foi de 46%, praticamente idêntica ao índice mais baixo de Dilma (43%

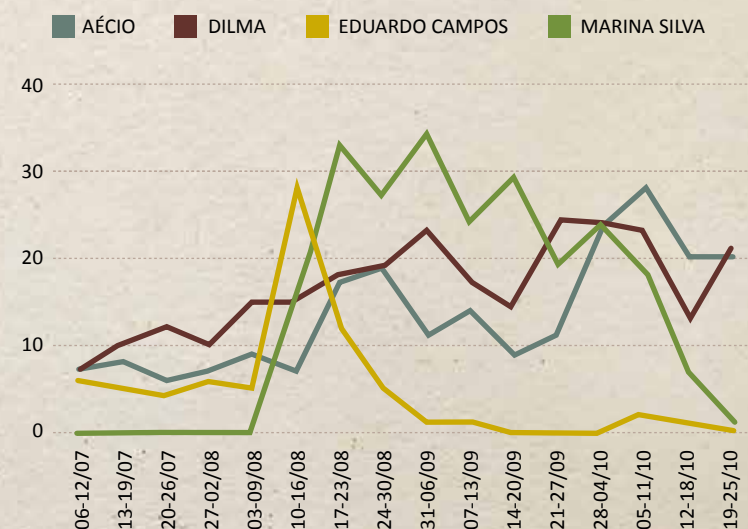
em agosto), e menos da metade do maior índice de contrárias/neutras da presidenta (104% em abril). Já em outubro, vemos novamente um aumento no número de menções contrárias: 18, o maior valor absoluto do ano. Mas não podemos ignorar que após o dia 5 daquele mês, Aécio ao chegar ao segundo turno passou a ser um dos protagonistas da disputa, isto é, sua importância aumentou, assim como sua visibilidade. Desta maneira, sua proporção contrárias/neutras do mês de outubro foi de apenas 19% enquanto a de sua adversária, Dilma, foi de 77,5%.

Até o mês de abril, como vimos no Gráfico 2, a candidatura do PSB teve pouco destaque nas capas. No mês de seu falecimento, Campos ob-

teve por parte dos jornais a atenção que não havia recebido durante o período de sua campanha. O número de notícias neutras subiu de 20 em julho para 52 em agosto. No entanto, no mesmo mês, suspeita de irregularidade na aquisição do avião envolvido no acidente de que foi vítima fizeram com que seu nome também aparecesse em textos de valência contrária. Foram apenas 2 no mês de julho e 11 em agosto. Em setembro e outubro, Campos esteve pouco presente nas capas, por razões óbvias. O Gráfico 2 demonstra que os meses de agosto e setembro foram muito importantes para o aumento de visibilidade de Marina. No entanto, o destaque veio acompanhado de críticas e algumas polêmicas: questionamentos sobre a

GRÁFICO 4

Série temporal semanal dos três jornais – valência neutra aos candidatos



inconsistência daquilo que a candidata chamou de “nova política”, da qual se intitulou representante, alteração no programa de governo revendo seu posicionamento quanto aos direitos da comunidade LGBT, além de textos sobre a polêmica do avião.

O PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA: CANDIDATOS E PARTIDOS

Demonstramos na sessão anterior que houve de fato uma intensificação da cobertura no mês de julho, quando teve início o período oficial de campanha. A partir desse momento, as variações de padrões foram bastante intensas. Para compreender melhor este período, colocaremos sobre ele uma “lupa” examinando a cobertura dos candidatos semanalmente. Além disso, já que a eleição para o cargo mais importante de nossa república coloca também os partidos políticos em evidência, faremos em seguida uma análise de como os quatro partidos envolvidos na disputa – PT, PSDB, PSB e PMDB – apareceram nas capas dos jornais durante o período eleitoral.

No Gráfico 4 temos a distribuição semanal de notícias neutras no período que vai de 6 de julho a 25 de outubro, logo após o segundo turno.

Como o gráfico mensal já nos havia revelado, a candidatura pebbista não obteve muito destaque até a nefasta semana do dia 13 de agosto. Campos foi de 5 a 28 menções neutras nessa semana e Marina, de 0 a 15, empatando com Dilma. Na semana seguinte, a curva de Campos cai

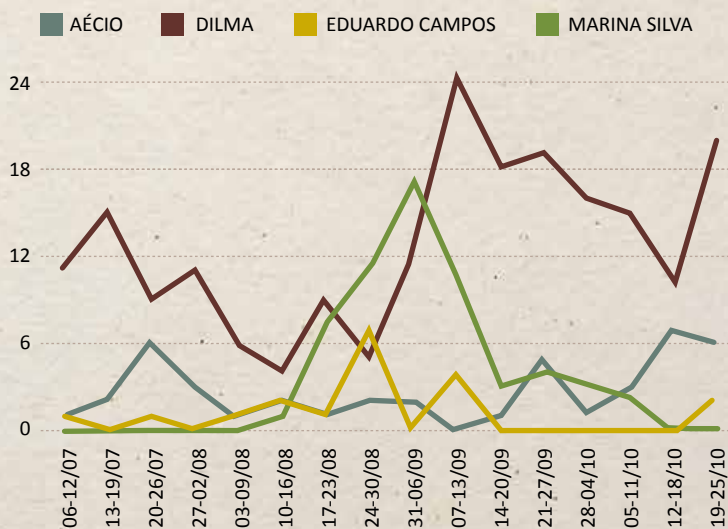
vertiginosamente, atingindo 12 menções, o menos citado entre os quatro, enquanto a de Marina continua em ascensão e alcança 33, número que nenhum dos outros candidatos conseguiu alcançar durante toda a campanha. Campos vai gradativamente desaparecendo das capas. Já sua substituta ficou sob os holofotes nas cinco semanas seguintes, dominando o noticiário neutro com folga, chegando, inclusive, a bater seu próprio recorde de menções na semana que começou em 31 de agosto: 34. Na semana do dia 21, Marina aparece abaixo de Dilma no gráfico de neutras, e empata novamente com a presidenta na semana que terminou no dia 4, véspera do primeiro turno. Não tendo conseguido chegar ao segundo turno,

naturalmente, passou a ter menos aparições nas capas.

Dilma foi a mais citada em 8 das 16 semanas, sendo que em duas delas dividiu o posto com outro candidato. Após a morte de Campos, esteve em segundo lugar nas citações neutras, atrás de Marina, quadro também indicado nas pesquisas de intenção de voto no período. Na semana que se iniciou em 21 de setembro, Dilma novamente ultrapassou Marina. Apenas no fim da semana, dia 26, as pesquisas indicariam também a volta de seu favoritismo nas urnas. Na última semana antes do primeiro turno, os três candidatos tiveram praticamente o mesmo número de aparições neutras, mas após esse período, durante três das quatro semanas de campanha do segundo

GRÁFICO 5

**Série temporal semanal dos três jornais – valência
contrária aos candidatos**



turno, Dilma apareceu abaixo de seu contendor na frequência do noticiário neutro, ultrapassando-o por uma notícia somente na última semana.

Até o falecimento de Campos, Aécio aparecia em segundo lugar nas intenções de voto reveladas pelas pesquisas de opinião. Depois, durante o crescimento estrondoso na visibilidade de Marina, o mineiro manteve-se por semanas em terceiro. O segundo turno já parecia estar nas mãos das duas candidatas. No entanto, na semana que antecedeu o primeiro turno, os jornais ressuscitaram sua candidatura: ao fim da semana, na véspera da decisão, as pesquisas indicavam que ele havia ultrapassado Marina e estava em segundo também nas intenções de voto. Tendo chegado ao segundo turno, contou com maior número de citações neutras que Dilma, como foi citado anteriormente.

A distribuição semanal de menções contrárias é também bastante interessante (Gráfico 5).

Dilma teve maior número de notícias contrárias que seus concorrentes em 14 das 16 semanas analisadas, tendo sido ultrapassada duas vezes por Marina e uma vez por Campos. Alcançou o pico de 24 citações contrárias em uma mesma semana. A proporção contrárias/neutras da candidata variou de 26% a 157% durante a campanha. Ela recebeu mais notícias contrárias que neutras em cinco semanas. Nas duas semanas mais decisivas da campanha: de 28/09 a 4/10, véspera do primeiro turno, a proporção ficou em 66%, e de 19/10 a

25/10, véspera do segundo, em 95%.

Aécio não enfrentou altos picos de notícias desfavoráveis que poderiam afetar negativamente sua candidatura em nenhuma das semanas. Apenas em quatro das 16 semanas recebeu mais de três menções contrárias, não tendo ultrapassado o teto desete. Chegou a passar uma semana inteira incólume, sem uma citação contrária sequer. A proporção contrárias/neutras só esteve acima de 45% uma vez, na semana em que o escândalo do aeroporto de Cláudio foi exposto pela *Folha de S. Paulo*. Nessa semana, foram seis contrárias e seis neutras. Nas semanas decisivas, as proporções foram 4% e 30%, bastante inferiores às de sua adversária Dilma.

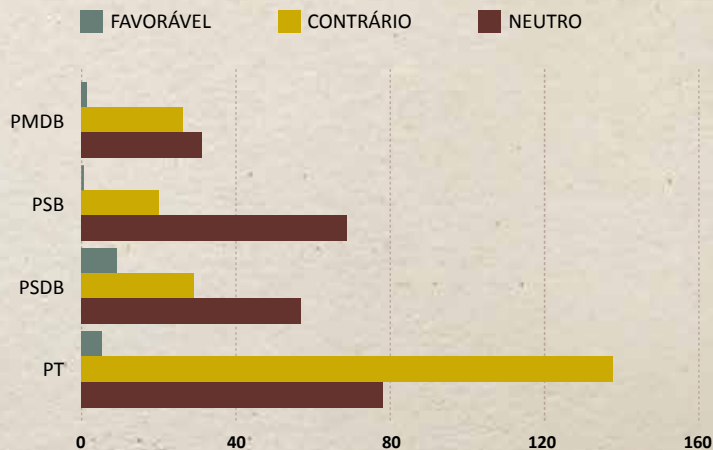
Marina esteve fora do noticiário, neutro ou contrário, durante as cin-

co primeiras semanas de campanha. Como mencionamos anteriormente, após ter se tornado cabeça da chapa, ela teve alto número de menções contrárias em duas semanas entre o fim de agosto e o início de setembro. Como o número de citações neutras também foi bastante alto, sua proporção contrárias/neutras não ultrapassou 50%. Na semana anterior ao primeiro turno, ficou em 12%, um terço da de Dilma, mas o triplo da de Aécio.

A análise da cobertura das eleições que fizemos este ano focou nas três candidaturas que mais foram exploradas pela mídia nacional. Uma delas, a de Dilma Rousseff (PT), foi a única a ter como vice um político de partido diferente, Michel Temer, do PMDB, que já era vice-presidente em exercício da agremiação durante

GRÁFICO 6

Cobertura agregada dos três jornais no período eleitoral – valências dos partidos



a campanha. O PMDB tem a segunda maior representação na Câmara dos Deputados e a maior no Senado. Dessa forma, o partido tem incontável relevância para o cenário político nacional nesse momento e por isso foi, junto a PSB, PSDB e PT, objeto do presente levantamento. Vamos aos dados (Gráfico 6).

Como já mencionamos anteriormente, em geral, o número de menções neutras a um objeto costuma ser superior ao de contrárias enquanto as menções favoráveis são bastante raras. Podemos dizer que a exposição do PMDB e do PSB seguiu esse padrão. O primeiro teve o total de 59 aparições nas capas, sendo 31 neutras, o que representa 53% do total, 26 contrárias, ou seja, 44%, e apenas duas aparições de valência positiva, 3%. O segundo apareceu 88 vezes, sendo 68 neutras, contabilizando 77% do total, e 20 contrárias, ou seja, 23%. O Partido Socialista Brasileiro não recebeu nenhuma menção favorável.

Já a cobertura que os jornais dedicaram aos dois partidos mais importantes dessas eleições – mais precisamente, os partidos que protagonizaram as seis últimas eleições presidenciais do país, PT e PSDB – estiveram ambas fora do padrão. No caso do PT, houve poucas notícias favoráveis, porém, as contrárias superaram as neutras com folga. Das 220 menções que o partido teve nas capas analisadas, 137 foram contrárias, isso é, 62,3% do total. Já as neutras foram 78, representando 35,4%, e as favoráveis, apenas cinco, ou seja,

2,3% do montante. O PSDB foi abordado de maneira inversa: neutras e contrárias seguiram o padrão; já as favoráveis estiveram acima da média, assim como no caso dos candidatos. Do total de 95 notícias, 29 foram contrárias, 30,5% do total, 57 neutras, representando 60%, e 29 favoráveis, 30,5%. As favoráveis apareceram em proporção de 9,5%. Em comparação com seu principal adversário, o PSDB recebeu proporcionalmente metade das citações contrárias, duas vezes mais aparições neutras e quatro vezes mais textos favoráveis.

COMPARANDO OS JORNAIS NO PERÍODO ELEITORAL

Os gráficos acima representam o somatório dos textos (manchetes, chamadas e matérias) nas capas dos três

jornais impressos estudados. Mas será que *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo* utilizaram estratégias similares para tratar os candidatos durante a campanha eleitoral?

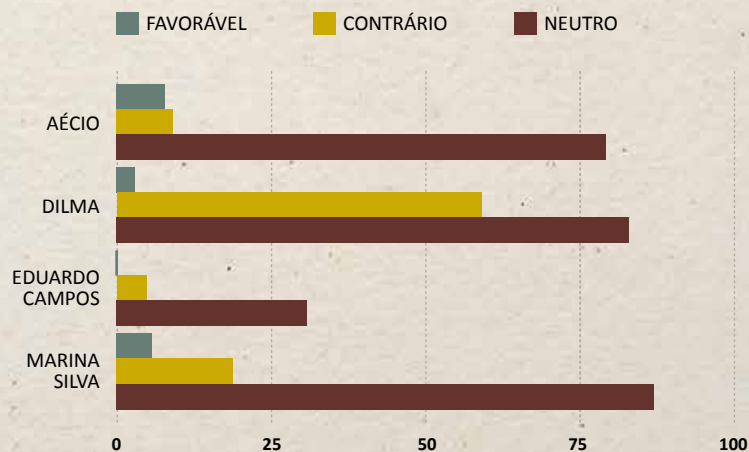
O GLOBO

O jornal *O Globo* abordou intensamente a temática política durante a campanha eleitoral de 2014. No Gráfico 1, podemos notar que nenhum dos três candidatos com maior votação no primeiro turno – Dilma, Aécio e Marina – obteve menos de 115 citações nas capas do jornal no período. Analisemos a distribuição desses textos de acordo com suas valências (Gráfico 7.)

A cobertura dos quatro candidatos foi majoritariamente neutra nas capas de *O Globo*. No entanto, a análise das proporções demonstra que

GRÁFICO 7

Cobertura agregada, período eleitoral – O Globo



houve diferenças profundas no tratamento de cada um deles. Eduardo Campos, por exemplo, teve poucas aparições em comparação aos outros, apenas 31, das quais 86% foram neutras. As contrárias constituíram 14% e ele foi o único a não ter recebido menções favoráveis no *Globo*. Já Marina teve suas aparições distribuídas da seguinte maneira: 78% neutras, 17% contrárias e 5% favoráveis; se recebeu mais elogios, foi também mais criticada que seu companheiro.

Aécio esteve na posição mais privilegiada dentre os quatro. Foi, proporcionalmente, o menos criticado e o mais elogiado, na seguinte proporção: 82,3% de textos neutros, 8,3% de favoráveis e 9,4% de contrários.

As aparições de Dilma nas capas do *Globo* foram distribuídas da seguinte maneira: 41% contrárias, 57% neutras e 2% favoráveis. Ela recebeu, proporcionalmente, quatro vezes mais notícias com potencial para afetar negativamente sua candidatura que Aécio, duas vezes mais que Marina. Já as que poderiam beneficiar sua campanha foram metade das dedicadas a Marina e um quarto das dedicadas a Aécio.

O ESTADO DE S. PAULO

O jornal *O Estado de S. Paulo* foi, de longe, o veículo que mais deu atenção às eleições, tendo todos os candidatos aparecido mais em suas capas em termos absolutos que nas capas dos outros jornais analisados. O jornal mais politizado foi também o mais desequilibrado. Vejamos (Gráfico 8).

Basta olhar o desenho das barras no gráfico para notar que o jornal tratou cada candidato de maneira radicalmente diferente. Aécio e Campos receberam mais textos favoráveis que contrários, algo não observado na cobertura dos outros jornais para qualquer candidato, e Dilma, mais contrários que neutros, também uma exclusividade do *Estadão*, mesmo para Dilma, que é campeã de matérias negativas em todos os veículos estudados.

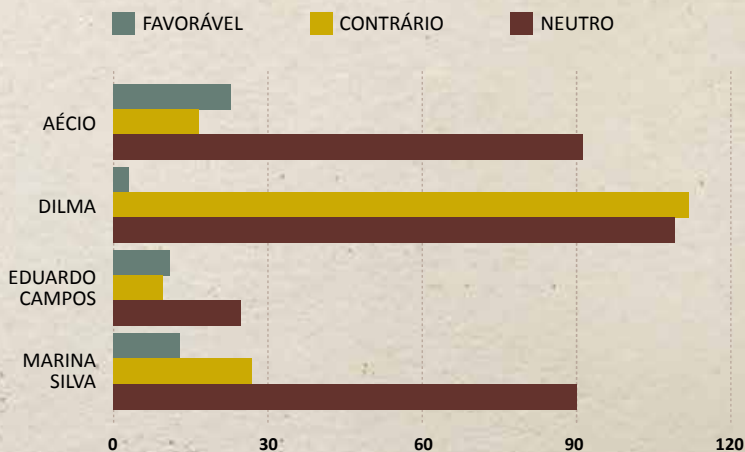
A cobertura dispensada a Eduardo Campos pelo *Estadão* estava, como a dos outros jornais, seguindo o padrão esperado – isto é, mais notícias neutras que contrárias e poucas favoráveis – até o evento de sua morte. A partir daí, Campos passou a receber uma enxurrada de textos

favoráveis, sendo postumamente reconhecido como grande homem e grande político, coisa que não havia sido feita pelo jornal antes da tragédia. No entanto, quando houve suspeitas de irregularidades no uso do avião, Campos passou a receber um número considerável de menções negativas. Assim, os textos se dividiram da seguinte maneira: 54% de neutros, 22% de contrários e 24% de favoráveis. Já sua substituta Marina teve proporções menos atípicas: 69% de neutras, 21% de contrárias e 10% de favoráveis.

O candidato do PSDB, Aécio Neves, apareceu nas capas do jornal da seguinte maneira: 69,5% de neutros, 13% de contrários e 17,5% de favoráveis. As menções favoráveis estiveram presentes principalmente nas

GRÁFICO 8

Cobertura agregada, período eleitoral – O Estado de S. Paulo



chamadas dos editoriais do jornal e de suas colunas e não são relacionadas a qualquer episódio específico envolvendo o senador. Já a candidatura do PT recebeu tratamento oposto. Foram mais menções contrárias que neutras: 50% negativas, 49% neutras e apenas 1% positivas. Ou seja, Dilma recebeu, proporcionalmente, duas vezes mais críticas que Marina e quase quatro vezes mais que Aécio. Já os elogios foram um décimo dos de Marina e dezessete vezes os de Aécio.

FOLHA DE S. PAULO

A *Folha de São Paulo* apresentou um comportamento diferente dos outros dois jornais nesta eleição: sua cobertura foi menos politizada, com menos manchetes e chamadas sobre a corrida presidencial que *O Globo* e *Estadão*. Essa escolha editorial representa uma mudança em relação ao comportamento adotado pelo jornal na eleição de 2010, como mostra trabalho do LEMEP (Gráfico 9)¹.

Como *O Globo*, a *Folha* também privilegiou a cobertura neutra para todos os candidatos, mantendo-se dentro do padrão neutras > contrárias > favoráveis. Mas houve também variações. Campos e Marina tiveram cobertura muito parecida. Campos teve 74% de menções neutras, Marina, 75%. Campos 15% de contrárias, Marina, 18%. Já as favoráveis foram 11% para ele e 7% para ela. Aécio teve mais contrárias que seus adversários do PSB devido ao caso do aeroporto denunciado pela *Folha*, mas empatou com Campos em notícias positivas:

65% de neutras, 24% de contrárias e 11% de favoráveis. Dilma teve muito mais aparições que seus adversários em termos absolutos. No entanto, se analisarmos as proporções, veremos que seu padrão não foi exatamente o mesmo que o deles: 67,5% de neutras, 30,5% de contrárias, mais que todos os outros, e apenas 2% de favoráveis, ou seja, menos de um quinto das menções positivas dedicadas a Aécio e menos de um terço das dedicadas a Marina.

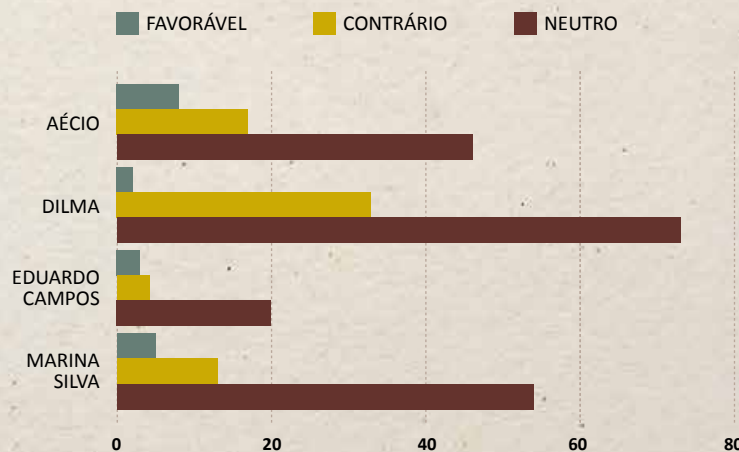
CONTRAPODER? A COBERTURA DO PERÍODO ELEITORAL DE 1998

Os dados apresentados até agora apontam para a conclusão de que a grande mídia brasileira faz oposição a Dilma e a seu partido. O viés contrário é um fato, mas seria ele produto de

uma disposição contrária ao PT, a Dilma ou à esquerda no poder, ou haveria outros motivos por trás de tal comportamento? A mídia, e seus discursos de autojustificação, prefere atribuir a si própria a função de contrapoder, argumento que é encampado por alguns acadêmicos. Segundo tal tese, ela teria o papel, primordial em uma democracia de massas, de se opor ao poder constituído, mantendo-o sob constante escrutínio. No caso em questão, esse poder seria representado pelo candidato e partido que ocupam a presidência da república e pleiteiam a reeleição. Pois bem, para testar essa hipótese, comparamos a cobertura da mídia durante o período oficial de campanha da eleição de 1998, quando o então presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB)

GRÁFICO 9

Cobertura agregada, período eleitoral – Folha de S. Paulo



pleiteava a reeleição, com a da campanha de 2014, em que a presidenta Dilma Rousseff (PT) perseguiu o mesmo objetivo. Os partidos em competição são os mesmos, só as posições foram trocadas, o PSDB era situação em 1998 e agora foi oposição, e o PT, que era oposição, é agora situação. Vejamos (Gráfico 10).

Agregando os dados dos jornais *Folha*, *Estadão* e *O Globo*, FHC teve uma proporção de notícias contrárias para neutras menor do que 1 para 5, mais especificamente, de 19%. Dilma alcançou a marca de 77%. Assim, a grande imprensa é quatro vezes mais “contrapoder” no caso da candidatura do PT do que foi para a do PSDB em 1998. FHC também recebeu um número alto de matérias positivas, o que é algo raro nas coberturas de todas as

eleições. Se comparadas às matérias neutras, as positivas recebidas por FHC chegam a 35%: 2 para 5. Na cobertura de 2014, Dilma teve somente dez notícias positivas durante todo o período de campanha; pífios 3% de seu total de neutras. Ou seja, a grande mídia não só não foi contrapoder na eleição de 1998, mas foi francamente situacionista.

CONCLUSÃO

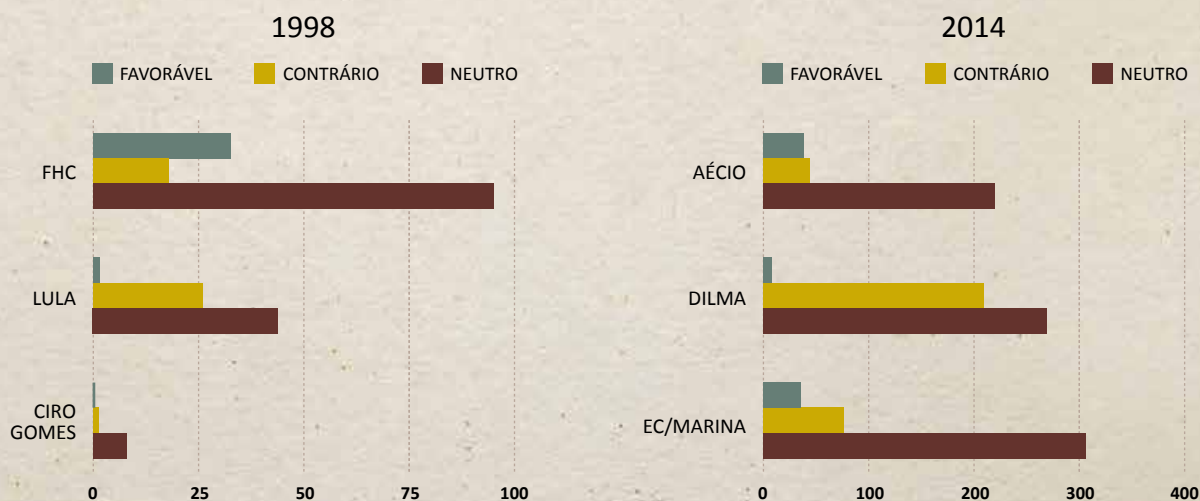
E a história da grande mídia na eleição de 2014 terminou em uma nota triste, a tentativa de um “Golpe de Mídia” com o fito de mudar o resultado da eleição às vésperas do segundo turno. *Veja* publica capa acusando Dilma e Lula de saberem da corrupção na Petrobras e adianta a publicação da revista dois dias, para obter máximo

efeito eleitoral. A despeito da falta de evidências sólidas acerca da veracidade de acusação tão grave, os jornalões vão atrás, noticiando o “furo” de *Veja* como fato estabelecido. O *Jornal Nacional* demora um dia para finalmente dedicar uma seção inteira ao assunto, em horário nobre, e é repreendido por esse atraso em matéria na *Folha de S. Paulo*. Não é a primeira vez em nossa curta história democrática que isso acontece, infelizmente.

Democracias representativas em sociedades de massa, como a nossa, dependem muito dos meios de comunicação para a formação da opinião pública. Tal dependência é central tanto de uma perspectiva deliberacionista – para qual a finalidade da mídia é propiciar a formação de opinião democrática por meio da informação

GRÁFICO 10

Cobertura agregada dos três jornais – período eleitoral – 1998 e 2014



e promover um debate amplo e racional acerca dos assuntos de interesse público – quanto da liberal-pluralista – para a qual é necessária a oferta de alternativas para que o leitor/espectador possa exercer sua livre escolha, como em qualquer mercado (Sartori, 1994; Miguel 2004). Se a informação mediada é fundamental para a formação da opinião pública em qualquer momento da vida democrática, ela torna-se ainda mais importante durante períodos eleitorais. Infelizmente, como demonstramos acima, e como vários outros trabalhos sobre mídia e eleições no Brasil já mostraram antes de nós, o comportamento da grande mídia brasileira durante o período eleitoral tem sido extremamente enviesado contra o Partido dos Trabalhadores e seus candidatos à presidência.

Nas páginas do Manchetômetro, o usuário pode constatar que o viés foi quase tão forte contra Dilma e o PT nas eleições de 2010. Esse viés também se expressa na cobertura dos

“escândalos”, em 2010 e, novamente, em 2014, de modo muito similar.

Até quando o povo brasileiro vai ficar submetido ao agendamento das informações produzidas pelas poucas empresas que oligopolizam a comunicação em nosso país? Até quando estaremos submetidos à enxurrada de opiniões repassadas pelos Jabores, Wacks, Mervais, Leitões, Azevedos, Landaus, Cantanhedes, Magnolis da vida? A lista de nomes é tão grande que uma mera fração já extenuaria o valente leitor. Todos sempre do mesmo lado; incrivelmente previsíveis.

A democracia que fundamos dos escombros do regime militar é realmente um feito digno de orgulho. Ela é um projeto que continua a render frutos, a nos empurrar para a frente, na direção de uma sociedade mais justa e digna do nome que ostenta o regime: governo do povo. Herdamos, contudo, da ditadura um sistema de mídia escandalosamente viciado, dominado por um pequeno número de empresas que tem demonstrado his-

toricamente pouco compromisso com o próprio regime democrático. É tarefa precípua de todos nós mudar esse estado de coisas, caso contrário, estaremos colocando em risco tudo o que conquistamos até agora. Gostaríamos que esse tom sóbrio com o qual terminamos nossa contribuição fosse somente um efeito retórico dramático. Não é! ●

João Feres Júnior é professor de Ciência Política do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP-UERJ).

jferes@iesp.uerj.br

Luna de Oliveira Sassara é cientista política pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNI-RIO).

Eduardo Barbabela é mestrando em Ciência Política pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP-UERJ).

Lorena Miguel é mestranda em Ciência Política pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP-UERJ).

Marcia Rangel Cândido é mestranda em Ciência Política pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP-UERJ).

Thyago de Simas e Silva é assistente de pesquisa do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP-UERJ).

NOTA DE RODAPÉ

1. FERES JÚNIOR, J.; MIGUEL, L.; OLIVEIRA, E.; MAFRA, A.; SILVA, R.; PIMENTEL, I. Eleições 2010: a cobertura dos candidatos nas capas dos grandes jornais. In: V Congresso da COMPOLÍTICA, 2013, Curitiba. Anais do V Congresso da Compolítica, 2013.

BIBLIOGRAFIA

ALDÉ, A.; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. “Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006”. In *Política e Sociedade*, v.6, p.153-172. Rio de Janeiro, 2007.

FERES JÚNIOR, J.; MIGUEL, L.; OLIVEIRA, E.; MAFRA, A.; SILVA, R.; PIMENTEL, I.

Eleições 2010: a cobertura dos candidatos nas capas dos grandes jornais. In: V Congresso da COMPOLÍTICA, 2013, Curitiba. Anais do V Congresso da Compolítica (2013), 2013.

MIGUEL, Luis Felipe. “Modelos Utópicos de Comunicação de Massa para a Democracia”. In

Comunicação e Política, v. 22, p.129-146. Rio de Janeiro, 2004.

SARTORI, Giovanni. *A Teoria da Democracia Revisitada* (v.1). Ática. São Paulo, 1994.