



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA

Monografia de conclusão do Curso de Comunicação Social

Habilitação em Jornalismo

A (Im) parcialidade da Imprensa Escrita nas Eleições Presidenciais de 2006

JÁSON DE FIGUEIREDO VIANNA FILHO

Matrícula: 20329613

Brasília, Maio de 2007



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA

Monografia de conclusão do Curso de Comunicação Social

Habilitação em Jornalismo

A (Im) parcialidade da imprensa escrita nas eleições presidenciais de 2006

JÁSON DE FIGUEIREDO VIANNA FILHO

Matrícula: 20329613

Monografia Apresentada ao curso de
Comunicação social/Jornalismo.
Como pré-requisito para obtenção do título
de Bacharel em Comunicação
Social/Jornalismo
Professor orientador: Deusdedith Alves
Rocha Junior

Brasília, Maio de 2007

A (Im) parcialidade da imprensa escrita nas eleições presidenciais de 2006

JÁSON DE FIGUEIREDO VIANNA FILHO

Monografia Apresentada ao curso de
Comunicação social/Jornalismo.

Como pré-requisito para obtenção do título
de Bacharel em Comunicação
Social/Jornalismo

Professor orientador: Deusdedith Alves
Rocha Junior.

Brasília, 4 de junho de 2007

Professor Orientador: Deusdedith Alves Rocha Junior

Professor Convidado: Cláudia Busato

Professor Convidado: Humberto Gonçalves Rocha

RESUMO

Este trabalho pretende mostrar, com objetividade, uma análise do discurso utilizado pela imprensa paulista nas coberturas eleitorais de agosto e setembro de 2006, durante a campanha para presidente da república do Brasil, cujos candidatos eram \Luiz Ignácio Lula da Silva e Geraldo Alckimin. Busca-se aqui dar um enfoque maior à mídia impressa, sobretudo ao jornal Folha de São Paulo no seu caderno Brasil, para uma abordagem referente à imparcialidade deste meio de comunicação em relação às coberturas eleitorais desse período.

Neste contexto procura-se mostrar se há possibilidade ou não da tendenciosidade por parte de um jornal de grande porte como a Folha de São Paulo.

Palavras-chave: Imparcialidade da imprensa. Eleições. Brasil

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
CONCEITOS	8
Contexto das eleições	11
1 APROXIMAÇÕES TEÓRICAS	13
1.1 NOÇÃO DE OPINIÃO	13
1.2 DESDOBRAMENTOS	13
1.3 O QUE É OPINIÃO	14
1.4 QUANDO O CONCEITO DE OPINIÃO É UTILIZADO	14
1.5 A OPINIÃO LEVA À NOÇÃO DE IDEOLOGIA.....	15
1.6 A NOÇÃO E O CONCEITO DE IDEOLOGIA	15
1.7 COMO CARACTERIZAR A NOÇÃO DE OPINIÃO COMO UM DISCURSO IDEOLÓGICO.....	16
1.8 COMO A IDEOLOGIA SE EXPRESSA NO DISCURSO	16
1.9 O JORNAL COMO PRODUTOR DE DISCURSO	17
2 A NOÇÃO DE DISCURSO E A ANÁLISE DE DISCURSO	18
2.1 O QUE É DISCURSO.....	18
2.2 O QUE É ANÁLISE DE DISCURSO	18
2.3 O JORNAL COMO PRODUTOR DE DISCURSO	18
2.4 A ANÁLISE DE DISCURSO COMO FORMA DE COMPREENDER A OPINIÃO EMITIDA PELO JORNAL	20
3 ESTUDO DAS MANCHETES	20
3.1 A ANÁLISE DE DISCURSO INGLESA	20
4 A (IM) PARCIALIDADE DA IMPRENSA ESCRITA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2006.....	27
CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29

INTRODUÇÃO

Havia um consenso razoavelmente estabelecido entre diferentes pesquisas a propósito da possibilidade de vitória, ainda no primeiro turno, do candidato à reeleição, o presidente da república, Luiz Ignácio Lula da Silva. O reconhecimento do poder do voto certamente autorizava e legitimava essa evidência.

No entanto, ao selecionar acontecimentos, personagens, avaliar e criticar idéias e comportamentos ou simplesmente transmitir notícias, a mídia termina configurando temas e hierarquizando questões ao mesmo tempo em que produz enquadramentos favoráveis ou desfavoráveis. Esta capacidade de selecionar e enquadrar os acontecimentos e oferecer uma interpretação a respeito deles, expressa um poder capaz de potencialmente transformar a mídia, em determinados momentos, num influente e, às vezes, até mesmo no principal ator político, como mostram os episódios que resultaram em um segundo turno destas eleições.

Depois de publicar uma avalanche de denúncias contra o PT, partido do candidato Lula, os jornais publicam também que o cenário eleitoral mudou. Ao mostrar-se surpreso e se dizer “enganado” pelos correligionários, ou metaforicamente sentir-se “esfaqueado pelas costas”, o então candidato conseguia altos índices de aprovação, relatados pela mídia, deixando uma margem muito grande entre ele e Alckimim, o que não impediu o segundo turno.

Mas, sabe-se que isto se dá porque uma democracia do público, conforme constante num artigo sobre a evolução da democracia representativa, escrito por Manin (1995, p. 26), expressa que a identidade social e a identificação partidária perdem importância relativa na determinação do voto e "o eleitorado se apresenta, antes de tudo, como um público que reage aos termos propostos no palco da

política" (MANIN, 1995, p. 28), ou seja, "[...] votando de acordo com os problemas e as questões postas em jogo em cada eleição" (MANIN, 1995, p. 32). Mesmo tendo segundo turno, o eleitor votou de acordo com as propostas das eleições, conforme publicado nos jornais.

Neste contexto os meios de comunicação de massa, como o jornal impresso, neste caso especificamente a Folha de São Paulo, no seu caderno Brasil, ganham não só uma posição estratégica na produção da visibilidade do campo político como também dividem com os candidatos a posição de principal fórum do debate público. O público leitor do jornal sente-se em debate junto com os candidatos.

É importante ressaltar que a aparente neutralidade das informações contidas nos jornais proporciona uma ilusão de imparcialidade e, em consequência, conquista a credibilidade da opinião pública.

A escolha da Folha de São Paulo se justifica pelo fato de ser um jornal tradicional, com um número significativo de leitores diários e, também, por registrar altos índices de vendagem, conforme estatísticas constantes da própria Folha de São Paulo.

Assim, neste estudo procura-se identificar marcas lingüísticas que desmitifiquem essa neutralidade aparente e, por isto, a decisão por uma análise do discurso do texto jornalístico impresso. É corrente que, atualmente, os jornais atingem um público bastante amplo, que inclui desde estudantes a pessoas que pertencem a uma elite intelectual o que o torna uma fonte de pesquisa.

Busca-se, portanto, verificar se o jornal em questão foi tendencioso com os candidatos, se os profissionais da área jornalística conseguem se manter imparciais

na transmissão de informações para o público e se este mesmo público foi influenciado por informações veiculadas pelos meios de comunicação de massa.

Por se tratar desta modalidade de comunicação é que cabe aos jornais impressos transmitir a notícia de forma transparente, levando à população, que precisa de informações, matérias isentas de partidarismos e carregadas de conteúdos que privilegiem a verdade e a ética.

O objeto deste trabalho é, portanto, analisar se há ou não imparcialidade nos trabalhos jornalísticos e, sobretudo, se houve esta imparcialidade nas coberturas das eleições presidenciais brasileiras de 2006.

CONCEITOS

Discurso: Conjunto ordenado de frases pronunciadas em público ou escritas para serem lidas em público. Exposição de idéias, falada ou escrita, com o intuito de convencer, persuadir. (FERNANDES, 1991).

A noção de discurso é uma conseqüência da premissa hermenêutica de que a interpretação do sentido deve levar em conta que a significação é construída no **interior da fala** de um determinado **sujeito**; quando o emissor tenta mostrar o mundo para um interlocutor, numa determinada situação, a partir de seu ponto de vista, movido por intenção. Discurso, enfim, é a **apropriação da linguagem** (código, formal, abstrato e impessoal) por um emissor, o que confere a este um papel ativo, que o constrói em **sujeito da ação social**. Aquele que:

- classifica, ordena e organiza, enfim, significa o mundo mostrado;
- persuade, convence o locutor da pertinência de seu modo de classificar, ordenar e organizar o mundo mostrado; e
- constrói uma voz, um modo de falar, um entendimento do mundo.(MANHÃES, 2005, p. 305)

Ideologia – Há provavelmente duas características que são comumente encontradas na maioria dos usos contemporâneos de “ideologia”. Primeiro, a palavra designa em geral um sistema de crenças ou atitudes de um grupo social. A natureza dos grupos sociais que assim se relacionam com ideologias varia com as inclinações políticas e sociológicas de cada analista social individualmente. Segundo, entende-se normalmente que essas crenças ou atitudes têm de ser avaliadas, não tanto em termos de si mesmas, mas pelos efeitos práticos ou interesses sociais que procuram promover. A importância real de uma ideologia é mais sintomática que literal. Aqui

também ocorrem muitas variações no que diz respeito aos pormenores: há os que sustentam que as ideologias conseguem seus efeitos ou aspiram a consegui-los, apenas por meio de distorções, enquanto empregam a palavra de maneira mais neutra. Ideologias políticas (CRESPINNY; CRONIN, 1975. p. 5);

Imparcialidade – Não parcial; que julga sem paixão: reto: justo; que não sacrifica a verdade ou a justiça a conveniências particulares.

Texto – As próprias palavras de um autor, livro ou escrito; palavras que citam em apoio de uma opinião ou doutrina; palavras bíblicas que o orador sacro cita como tema de sermão.

Opinião – Diferença entre um fato e uma opinião. Fato é aquilo que aconteceu, enquanto opinião é o que alguém pensa que ocorreu, uma interpretação dos fatos. Vivemos num mundo em que tomamos decisões a partir de informações; e estas nos chegam por meio de relatos de fatos e expressões de opiniões; Fatos usualmente podem ser submetidos à prova: por números, documentos, registros; Opiniões, por outro lado, refletem juízos, valores, interpretações; Muitas pessoas confundem fatos e opiniões, e quando isso ocorre temos de ter cuidado com as informações que vêm delas; Iguamente temos de estar atentos às nossas próprias opiniões, pois elas podem ser tomadas como fatos por outros; Nossas decisões devem ser baseadas em fatos, mas podem levar em conta as opiniões de gente qualificada.

Ronald H. Coase, Prêmio Nobel de economia, observa que se torturarmos os fatos adequadamente, eles acabam confessando. O jeito então é ouvir com ouvidos críticos e pesquisar o suficiente, antes de tomar uma decisão.

Texto - As próprias palavras de um autor, livro ou escrito; palavras que citam em apoio de uma opinião ou doutrina; palavras bíblicas que o orador sacro cita como tema de sermão. (WIKIPEDIA, 2007).

Imparcialidade: Ao se tratar da imparcialidade da imprensa escrita pode-se cair em controvérsias. O importante é saber se o meio de comunicação que transmitirá a informação terá objetividade e clareza ao informá-las. Assim, cabe aos leitores se

manifestarem, como no caso que servirá de exemplo, publicado no caderno Brasil da Folha de São Paulo, no dia 27 de Agosto de 2006, coluna, Ombudsman, Opinião e jornalismo escrita por Marcelo Beraba.

“Três Textos Publicados pela Folha nesta semana recrudesceram as reclamações de leitores que consideram que o jornal está sendo parcial e tem feito uma cobertura anti-Lula e anti-PT: o editorial “Favoritismo inercial” (24/8), a coluna de Otavio Frias Filho, diretor de redação, “anistia para Lula”, no mesmo dia, e a série de reportagens iniciada na quarta-feira com o título “Polícia apura se há elo entre PCC e petistas”.

Vale observar que vários leitores que escreveram se disseram militantes petistas, o que não desqualifica a queixa. A própria Folha publicou, no “Painel do leitor” de sexta-feira, três cartas com críticas ao texto de Frias Filho e um elogio. O trecho que mais incomodou foi o que defende que, confirmada a eleição de Lula no primeiro turno, “a afoiteza do eleitor terá prejudicado a qualidade democrática desta eleição”. O edital e a coluna do diretor são textos de opinião.

É sabido que um dos papéis dos jornais é instigar idéias e abrigar polêmicas. A opinião é livre, cada um tem a sua, e não cabe ao *ombudsman* concordar ou discordar. Cabe, no entanto, avaliar dois aspectos correlatos: se opiniões contrárias estão tendo espaço no jornal para se manifestar (pluralismo) e se a opinião da empresa está contaminando o espaço da notícia (isenção e apartidarismo).

Assim, é importante voltar à questão da imparcialidade que tem sido apresentada aos meios de comunicação como um verdadeiro mito. Parece assegurar que as partes envolvidas na produção científicista, notadamente da sociologia positivista, que pressupõe a possibilidade do cientista, na condição de observador, não interferir no desenvolvimento do objeto observado, no caso, as

relações humanas, e também de estabelecer uma verdade absoluta que explique o tal objeto observado.

Mas é justamente por se tratar das relações científicas sociológicas aparecerem na forma de narrativas, carregadas de metáforas e analogias, que a sua cientificidade não possibilita isenção e imparcialidade. A escolha do objeto e dos assuntos a serem tratados e a construção de pressupostos, bem como a utilização de métodos, teorias e conceitos, dispostos em um emaranhado de possibilidades, conduzem as interpretações das ciências sociais a um leque de possibilidades de sentidos, que se amplia ainda mais quando percebemos que o leitor/receptor das narrativas explicativas também constrói novas interpretações e dá sentidos ao que lêem e ao que ouvem.

A pretensão de isenção, quando proferida pelo jornalista e/ou pelo jornal, guarda antes a condição de discurso ideológico que pretende fazer ver em sua fala, a única possibilidade de interpretação dos acontecimentos que trata. Tem-se como exemplo a estratégia do jornal de estabelecer um quadro específico que configura o único local em que se emitirá opinião, fazendo parecer que nos demais lugares ela não aparecerá.

Contexto das eleições

De 02 de Agosto, a 30 de outubro de 2006 foram analisadas 79 manchetes do jornal Folha de São Paulo e mostradas no caderno Brasil. As matérias sobre Lula e o PT foram num total de 14 na primeira página em Agosto, contra 5 de Alckmin; em Setembro foram 23 para Lula e PT contra 3 de Alckmin e em Outubro, 23 para Lula

e PT e 12 para Alckmin. Deste total foram constatadas 14 manchetes pró e 44 contra Lula e PT, 12 pró e 7 contra Alckmin.

A conotação Pró e Contra, em referência são manchetes que poderiam ser escritas de outra forma se o conceito de apartidarismo e imparcialidade fosse utilizado. Como universo de amostra, delimitou-se matérias factuais veiculadas como no caso citado por Orlandi (1999, p. 28-29):

Época de eleições no campus universitário. Logo na entrada, vê-se uma grande faixa preta com o seguinte enunciado em largas letras brancas: “vote sem medo!”, seguido de uma explicação sobre o fato de que os votos não seriam identificados. Logo abaixo, o nome de entidades de representação de funcionários e professores. A faixa negra traz em si uma memória. Se a observarmos do ponto de vista da cromatografia política, o negro tem sido a cor do fascismo, dos conservadores, da “direita” em sua expressão política. Por outro lado, as palavras “sem medo”, que parecem apoiar o eleitor em sua posição, trazem dois efeitos a elas apensos: 1. Lançam a suspeita sobre algum dos candidatos (que esta ameaçando os que não votassem nele...) e 2. Falam em “medo”, sugerindo um perigo, uma ameaça. Outro efeito de sentido que também aí funciona, mas de modo mais indireto é o de que essas entidades assinam algo que produz os dois efeitos acima. Significa que elas estão tomando posição contra um dos candidatos que elas fazem supor que ameaçaria os eleitores. Logo, elas deixam de ter neutralidade, o que é um princípio ético eleitoral. Resumindo, quer dizendo que a faixa negra mobiliza os sentidos do medo e embora argumente contra, faz presente a questão do medo.

1 APROXIMAÇÕES TEÓRICAS

1.1 NOÇÃO DE OPINIÃO

No conceito de opinião diz-se que é o que alguém pensa que ocorreu. Assim, para compreender os caminhos que levam a opinião pública a tecer mudanças em nosso dia a dia, faz-se mister saber que ela é regida por grupos com interesses que variam de financeiros a ideológicos. No caso da mídia impressa o que se coloca em jogo é a participação com grandes espaços de publicação e vantajosas parcerias.

Em carta escrita por Roberto Marinho a Luiz Ignácio Lula da Silva em 1989 que concorria com Fernando Collor de Mello à presidência, pode-se ver como é a visão do empresário que julga e conceitua as necessidades do país conforme os seus interesses.

Não é verdade que eu exerça poder político hegemônico e menos ainda o faça em caráter pessoal. A orientação que imprimo aos veículos que me cabe dirigir visa estritamente à defesa do que julgo serem os reais interesses do país e dos caminhos a serem trilhados para que possa alcançar o bem-estar do povo. (MARINHO, 1989 apud LIMA, 2004, p. 213).

1.2 DESDOBRAMENTOS

Na carta escrita pelo jornalista Roberto Marinho, verifica-se que, se ele afirma não exercer poder político de forma hegemônica e em caráter pessoal, não poderia, logo abaixo, conceituar o que são os reais interesses do país. Se ele não o faz em

caráter pessoal então não cabe julgamento. Assim, pode-se aplicar aqui as noções de fato como uma coisa que acontece e opinião o que alguém pensa que ocorreu, ou seja, uma interpretação dos fatos.

1.3 O QUE É OPINIÃO

A opinião pública se origina do debate público, ou seja, de um processo de discurso coletiva, implícito ou explícito. É muito difícil que um indivíduo forme uma opinião isoladamente. Ele leva sempre em conta o que lhe ensinaram os pais, o que pensam as pessoas de suas relações, as informações que recebe da mídia, a análise de um formador de opinião (que pode ser um político, um artista, um jogador de futebol etc.) e assim por diante. Isso pode parecer muito óbvio hoje. Mas é bom lembrar que nem sempre a sociedade foi assim. (FIGUEIREDO; CERVELLINI, 1996, p. 20-21).

1.4 QUANDO O CONCEITO DE OPINIÃO É UTILIZADO

Nas páginas do caderno Brasil do jornal Folha de São Paulo verificou-se, por meio de estudo das publicações do período de Agosto a Outubro de 2006 uma tendência a ligar o candidato Lula às ações do PT. Foi possível observar que nos meses que antecederam as eleições uma avalanche de denúncias foram deflagradas ou descobertas, muitas vezes pela imprensa e não pela polícia, como é o caso da publicação do dia 19 de setembro de 2006 cuja manchete era “Acusado de negociar dossiê, assessor pessoal de Lula cai”. Verifica-se aqui, por meio destas publicações, a aplicabilidade do conceito de opinião uma vez que, a partir desta matéria, há uma inferência na opinião popular.

1.5 A OPINIÃO LEVA À NOÇÃO DE IDEOLOGIA

Desde o nascimento as pessoas sofrem uma enorme influência do meio em que vivem, e vem dessas influências a formação da personalidade. O poder de transformar as situações e as ações é o que leva uma opinião a se tornar uma ideologia.

Além de procurar fixar seu modo de sociabilidade através de instituições determinadas, os homens produzem idéias ou representações pelas quais procuram explicar e compreender sua própria vida individual e social, suas relações com a natureza e com o sobrenatural. Essas idéias ou representações, no entanto, tenderão a esconder dos homens o modo real como suas relações sociais foram produzidas e a origem das formas sociais de exploração econômica e de dominação política. Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia. (CHAUÍ, 1980, p. 21).

1.6 A NOÇÃO E O CONCEITO DE IDEOLOGIA

O termo ideologia aparece pela primeira vez em 1801 no livro *Eléments d'Idéologie* (Elementos de Ideologia) de Destutt de Tracy, que pretendia, junto com o médico Cabanis, e com os estudiosos De Gerando e Volney, estudar uma ciência para a gênese das idéias, tratando-as como fenômenos naturais que exprimem a relação do corpo humano como organismo vivo, com o meio ambiente. Elabora então uma teoria sobre as faculdades sensíveis, responsáveis pela formação de todas as nossas idéias: querer (vontade), julgar (razão), sentir (percepção) e recordar (memória). [...]

Assim, mostra que ideologia não é sinônimo de subjetividade oposta à objetividade, que não é pré-conceito nem pré-noção, mas que é um "fato" social, justamente porque é produzida pelas relações sociais, com razões muito determinadas para surgir e se conservar, não sendo um amontoado de idéias falsas que prejudicam a ciência, mas uma certa maneira de produção das idéias pela sociedade, ou melhor, por formas históricas determinadas das relações sociais. (CHAUÍ, 1980, p. 22-31)

1.7 COMO CARACTERIZAR A NOÇÃO DE OPINIÃO COMO UM DISCURSO IDEOLÓGICO

Para se tomar uma decisão, no caso do voto, um dos fatores a serem levados em conta são as manifestações públicas, pois elas são o termômetro que pode levar tanto à derrota quanto à vitória. Assim, essas manifestações são subsidiadas por informações divulgadas pela mídia que, por interesse, podem ser parciais ou imparciais.

Partindo dessa possibilidade, de o jornal ser ou não imparcial em suas matérias de cobertura eleitoral, jornalistas, professores e manuais de jornalismo insistem em apregoar a neutralidade da imprensa "[...] como se repórteres e editores estivessem imunes à sua própria subjetividade e como se a empresa (jornalística) não tivesse interesses (do financeiro e político ao poder de influenciar)" (SEIXAS, 1996, p. 1). É a "doutrina da imparcialidade jornalística".

Vale lembrar que a chamada "doutrina da imparcialidade jornalística" foi adotada pelos americanos, no início do século XX, para reagir à invasão do sensacionalismo na imprensa e se tornou norma em diversos manuais de redação e estilo não apenas nos Estados Unidos da América, mas também no Brasil. Depois de instalada, essa doutrina transformou-se em mito e vem permitindo aos veículos de comunicação camuflar a tendenciosidade das notícias veiculadas. (TEIXEIRA; GOMES; MORAIS, 1999).

1.8 COMO A IDEOLOGIA SE EXPRESSA NO DISCURSO

Assim, o impasse em relação à imparcialidade jornalística persiste enquanto a população se espelha também em informações adquiridas por meio do *boca a boca*.

É importante ressaltar que estas informações, em maioria, são retiradas dos meios de comunicação.

Como formadores de opinião os jornais levam a uma parte da população, a privilegiada, as opiniões de suas fontes e de seus editores, e essas opiniões podem chegar ao seu destino de uma forma clara e objetiva ou distorcida pelos interesses da empresa de comunicação. Cabe ao leitor ter discernimento ao classificar e filtrar o que é fato e o que é opinião, porque é dessa classificação que sairá a informação que chegará ao grande público. Por isso é que Rossana Margot diz que

dentre os mecanismos que se constituem formadores da opinião pública – como as comunicações interpessoais, os rumores, a ação do grupo sobre cada um de seus integrantes, o papel dos líderes de opinião e, finalmente, a interiorização destes mecanismos psicossociológicos, mais ou menos conscientes, de seleção das mensagens –, são os canais de comunicação e tudo o que vem através deles – idéias, relatórios, notícias e outras representações – que se constituem em determinantes imediatos da opinião”.(ROMÁN, 1983, p. 32).

1.9 O JORNAL COMO PRODUTOR DE DISCURSO

O jornal é um meio de comunicação que pode ser adquirido por preços acessíveis e, por isso, leva a uma grande parcela da sociedade as informações e as notícias que podem fazer a diferença nas atitudes e comportamentos da população.

Pela explicação de Rossana Margot, entende-se que é

na manipulação que vai formando a opinião pública, que os meios de comunicação são utilizados para manter o status adquirido pelo grupo dominante, transformando-se eles mesmos numa espécie de liderança que influencia enormemente nas atitudes e comportamentos adquiridos pelos demais indivíduos que vivem na sociedade. (ROMÁN, 1983, p. 33).

2 A NOÇÃO DE DISCURSO E A ANÁLISE DE DISCURSO

2.1 O QUE É DISCURSO

“O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que e pelo que se luta; é o poder do qual nos queremos apoderar”. (FOUCAULT, 2003, p. 10).

2.2 O QUE É ANÁLISE DE DISCURSO

Problematizar as maneiras de ler, levar o sujeito falante ou o leitor a colocarem questões sobre o que produzem e o que ouvem nas diferentes manifestações da linguagem. Perceber que não podemos não estar sujeitos à linguagem, a seus equívocos, sua opacidade. Saber que não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparente cotidiano dos signos. A entrada no uso simbólico é irremediável e permanente: estamos comprometidos com os sentidos e o político. (ORLANDI, 1999, p. 9).

2.3 O JORNAL COMO PRODUTOR DE DISCURSO

O jornal Folha de São Paulo ao publicar matérias tais como a que envolvia a *funkeira*, Tati Quebra Barraco, ligando a soltura dela a um evento com Lula, “candidato à reeleição acaba criando um paralelo entre drogas, contravenção, impunidade e conivência entre o candidato e a ilegalidade”, deixa claro, para quem lê a matéria, que há aí a intenção de produzir um discurso contra o candidato.

“A funkeira Tati Quebra Barraco, detida durante algumas horas ontem, por ter sido flagrada com um cigarro de maconha, é uma das artistas convidadas para evento com Lula segunda-feira na Cidade de Deus, Rio”. (PRETE, 2006, p. A4).

2.4 A ANÁLISE DE DISCURSO COMO FORMA DE COMPREENDER A OPINIÃO EMITIDA PELO JORNAL

O que poderia ser uma opinião escrita de forma imparcial, quando escrita de forma repetida e carregada de opiniões transforma-se em discurso pró ou contra. A repetição torna-se ali uma arma de manipulação de leitores.

“Por definição, todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro. Não há discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes.” (ORLANDI, 1999, p. 62).

Os conceitos de análise de discurso, opinião e ideologia serão usados na análise do caderno Brasil do jornal Folha de São Paulo no período que vai de Agosto a Outubro de 2006. Os conceitos serão utilizados para esclarecer a posição do jornal em relação às eleições presidenciais, focando a disputa entre Lula e Alckmin.

Nas eleições de 2006 a opinião da Folha de São Paulo funcionava como instrumento de crítica de apenas um dos lados dos concorrentes. É possível verificar essa postura a partir da análise de discurso empregada sobre os textos do “Caderno Brasil”

3 ESTUDO DAS MANCHETES

Dentro das 79 publicações selecionadas para este estudo, três são matérias de primeira capa, cujo conteúdo poderia ajudar as pessoas a perceber o que estava acontecendo em torno das eleições presidenciais e, desta forma, contribuir com informações imparciais que poderiam ajudar o leitor a fazer uma escolha correta, e foram, portanto, base para este estudo.

Mas o que podemos ler demonstra um posicionamento do jornal, que tem como qualquer outro meio de comunicação seus métodos de divulgar as matérias e os fatos como bem lhe couber. As empresas de comunicação têm seus interesses e não importa o que suas informações possam causar e sim a quem possam agradar. Um jornal trabalha com fatos e para que estes fatos sejam retratados com imparcialidade cabe ao jornalista veicular corretamente a notícia e não os valores impostos pela empresa. Não é dever do jornalista divulgar notícias tendenciosas, que visam o benefício de uma das partes ou esconder as verdades dos fatos.

A análise feita nas edições que antecederam as eleições, consistiu na organização preliminar dos cadernos Brasil da Folha de São Paulo e como resultado deste procedimento foram selecionadas algumas matérias entre as 79 apresentadas no quadro abaixo, buscando esclarecer um plano de análise para esse trabalho.

3.1 A ANÁLISE DE DISCURSO INGLESA

O termo **pragmática** está historicamente relacionado às condições de fabrico ou maquinação de objetos ou assuntos com o intuito de obter uma determinada

retribuição. Assim, é a eficácia na obtenção da finalidade que constitui a ação pragmática, o que implica comunicação e subordinação da semântica e da sintaxe aos efeitos do sentido: à interação, à ação, à persuasão e ao convencimento.

Portanto, **a análise de discurso inglesa**, é a identificação da pessoa que **conduz a narrativa** dos acontecimentos ou **constrói proposições** para interlocutores, mediante a **compreensão das regras e dos mecanismos lingüísticos** que utiliza para alcançar seus **objetivos**. (MANHÃES, 2005, p. 19).

Capa da Folha de São Paulo dia, 03 de Outubro de 2006

Lula tem pressa no dossiê; para Alckmin, petista perdeu a vez

Presidente diz que caso foi ‘tiro no pé’ e que quem negocia com bandidos é ‘tão bandido quanto’

Assim, na primeira entrevista após a definição de que terá de ir ao segundo turno com Geraldo Alckmin (PSDB), o presidente Luiz Ignácio Lula da Silva (PT) admitiu que o escândalo do dossiê contra tucanos foi um ‘tiro no pé’. Lula disse que fica “pedindo a Deus” para não lhe acontecer nada “até desvendar esse mistério”. “Quero saber quem arquitetou essa obra de engenharia para atirar no próprio pé”, afirmou. “Quando você negocia com bandidos, está sendo tão bandido quanto eles”.

Disse ainda que “faltou voto” no primeiro turno e que “não faltará no segundo”. Já Alckmin afirmou que o petista “teve sua chance e deixou passar”. “Do ponto de vista ético, Lula podia ter dado exemplo e infelizmente não foi o que vimos.”

O tucano disse que aposta na rejeição de Lula para vencer no dia 29. Abordou ainda o caso do dossiê. “A sociedade está esperando as respostas. De quem é o dólar, quem é dono das contas e como entrou no país.”

Capa da folha dia, 14 de Outubro de 2006

- PT vai dar reajuste menor a servidor se vencer eleição
- Presidente do partido diz que aumentos na atual gestão trazem 'equilíbrio'

O presidente nacional do PT e coordenador da campanha do presidente Lula à reeleição Marco Aurélio Garcia afirmou que, num eventual segundo mandato petista, os reajustes salariais do funcionalismo público federal serão menores que os dados no atual governo. A contenção dos reajustes dos servidores foi citada por Garcia para exemplificar a “política gradual de corte de gastos” que Lula deseja fazer num segundo mandato. “Fizemos alguns reajustes importantes que vão nos dar hoje uma situação mais equilibrada”, disse Garcia. “Não precisaremos dar os pinotes que foram necessários para atender às necessidades do funcionalismo”, declarou. À noite, em nota, Garcia afirmou que, após oito anos de arrocho salarial no governo FHC, Lula repôs “em grande medida as perdas” do período tucano. Neste ano o aumento dos gastos com o pessoal foi o maior em dez anos. Em termos reais, a despesa deve subir 10% sobre 2005. Garcia citou também, como medida da política gradual de corte, a redução da taxa de juros e a melhora dos gastos públicos.

A título de ilustração, a manchete que vem a seguir mostra que também a mídia impressa escreve a respeito da possível parcialidade nas coberturas eleitorais:

Capa Folha dia, 20 de Outubro de 2006

- Lula tira corrupção de foco em debate
- Em tom mais ameno, candidatos discutem saúde e economia e travam guerra de números em novo confronto

A corrupção, tema principal do primeiro debate do segundo turno entre Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB), ficou em segundo plano no confronto de ontem à noite. Na única vez em que o tema veio à tona, Alckmin voltou a perguntar a origem do dinheiro que seria usado para comprar dossiê contra os tucanos. Lula repetiu que o governo está investigando. Em tom menos agressivo, sobretudo por parte do tucano, os dois preferiram desfilhar números. Lula tentava provar que o Brasil está melhor hoje do que antes dele, e Alckmin, o contrário. O tucano, que no debate anterior enfatizara os escândalos do governo, escolheu economia e saúde como temas principais. Lula foi irônico e disse que Alckmin não respondia às questões. “A saúde vai muito mal, ela piorou no atual governo, nós retrocedemos”, disse o candidato tucano. “Não está bom para o Alckmin porque ele não usa a saúde pública”, respondeu o presidente. O petista disse que tinha conseguido aliar crescimento econômico e distribuição de renda. “Ele acha que está bom o Brasil crescer 2%. A minha receita vai ser outra”, rebateu Alckmin.

Nas três matérias as manchetes são carregadas de segundas intenções e os títulos levam a crer que o presidente e o PT são uma coisa só. Mas essas insinuações param quando se inicia a leitura das matérias, por que começa a narrativa.

A título de ilustração, a manchete a seguir deixa entrever a possibilidade de parcialidade nas coberturas eleitorais:

Repórter da TV Globo denuncia parcialidade na cobertura das eleições de 2006
- por Jair Barbosa Jr. — Agência Carta Maior

Rodrigo Vianna, após questionar a cobertura da emissora das eleições, foi afastado do noticiário político. Nesta terça-feira (19/9), foi informado de que a Globo, após 12 anos, pretendia não renovar seu contrato. Em carta enviada aos colegas,

obtida pela Carta Maior, ele acusa a parcialidade da empresa. (Bia Barbosa e Gilberto Maringoni – Carta Maior)

Pode-se ver até mesmo neste exemplo que os fatos são tratados pela mídia em forma de narrativa e toda narração é passível de interpretação e de construções das mais diversas opiniões, que vão do dono do jornal a quem escreve, cabendo, por fim, ao receptor, filtrar e interpretar as matérias.

Assim, após estudo detalhado das matérias a respeito da cobertura eleitoral feita pelo jornal Folha de São Paulo no caderno Brasil, pode-se chegar à conclusão a respeito da (im)parcialidade da imprensa escrita nesta oportunidade.

Quadro 1 - Matérias da Folha de São Paulo

Data	Identificação do artigo	Contexto do dia	Conteúdo
26 de Agosto de 2006 Pag. A4	“PF indicia ex-ministro da saúde de Lula”	- Economia: Planalto estuda uso do FGTS para o credito habitacional -Política: Dois terços dos sanguessugas são candidatos em Outubro -Cotidiano: A funqueira Tati Quebra Barraco detida durante algumas horas por porte de um cigarro de maconha é uma das convidadas para um evento com Lula	- Criticas a Lula: PF indicia ex-ministro de Lula e Delúbio por fraude TSE pune Lula e proíbe inserções de Alckmin na TV

Data	Identificação do artigo	Contexto do dia	Conteúdo
27 de Agosto de 2006 Pag. A4	<ul style="list-style-type: none"> - Tesoureiro de Lula não pagou dívida de 2004 - Conselho político de Lula reúne siglas do mensalão 	<ul style="list-style-type: none"> - Economia: Lucro de estatal financia gastos do governo em ano de eleição - Política: maioria não lembra vota para deputado - Cotidiano: Saiba como é a rotina dos colégios internos que ainda existem no país 	-Ministros misturam agenda oficial com participação em campanha
12 de setembro de 2007 Pag. A4	- Verba social da Petrobrás privilegia PT	<ul style="list-style-type: none"> Economia: Volks e sindicato fazem acordo sobre demissões - PF denuncia Palocci no caso de quebra de sigilo do caseiro Nacional: Telecom Itália se divide e pode deixar o Brasil 	Criticas a Lula <ul style="list-style-type: none"> - Em viagem pelo sul, Lula retoma frases de Getulio Vargas em carta-testamento

Data	Identificação do artigo	Contexto do dia	Conteúdo
Capa da Folha de São Paulo dia, 03 de Outubro de 2006.	<p>Lula tem pressa no dossiê; para Alckmin, petista perdeu a vez</p> <p>Presidente diz que caso foi ‘tiro no pé’ e que quem negocia com bandidos é ‘tão bandido quanto’</p>		
Capa da folha dia, 14 de Outubro de 2006.	<p>PT vai dar reajuste menor a servidor se vencer eleição</p> <p>Presidente do partido diz que aumentos na atual gestão trazem ‘equilíbrio’</p>		
Capa Folha dia, 20 de Outubro de 2006.	<p>Lula tira corrupção de foco em debate</p> <p>Em tom mais ameno, candidatos discutem saúde e economia e travam guerra de números em novo confronto</p>		

4 A (IM) PARCIALIDADE DA IMPRENSA ESCRITA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2006

Para a Prof^a Dra. Elza Oliveira Filha¹, nas coberturas eleitorais faz-se matérias mascaradas, para não atrapalharem a posição política do proprietário do jornal; manipulação de informação, para que a notícia seja vista como positiva ou negativa; pressões patronais e partidárias sobre jornalistas, para que publiquem sempre o que é favorável a alguém; e matérias sem assinatura, por estarem com informações manipuladas . Assim, para ela o jornalismo é parcial e estes são alguns fatos comuns nos bastidores da cobertura de eleições. Antes a justificativa para não se publicar uma matéria era a censura imposta pela ditadura militar. Mas a desculpa mudou. Hoje, percebe-se que o comprometimento de donos de jornais com a disputa eleitoral pode derrubar boas reportagens. Esta constatação advém da pesquisa feita pela autora para a elaboração de sua tese de doutorado, depois de analisar o trabalho realizado por jornais como Gazeta do Povo, O Estado do Paraná e Folha de Londrina. (BORGES; GOMES, 2006).

¹ Elza Oliveira Filha, 51 anos, formada em jornalismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), trabalhou durante 25 anos na imprensa diária nacional e do Paraná. Desde 1999 optou pela vida acadêmica. É mestre em Sociologia pela UFPR e agora doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos.

CONCLUSÃO

Ao final desta análise pôde-se perceber que o caderno Brasil da Folha de São Paulo cumpre a função jornalística que cabe a ele. Mas, pode-se dizer que em relação a conduta que esse jornal adota na formulação das manchetes, demonstra um posicionamento diferenciado em relação a Lula e ao PT. Ao mesmo tempo, mostra imparcialidade quanto à divulgação das notícias na medida em que esclarece o que está se passando no contexto das eleições e dos escândalos revelados.

Porém, o jornal não é da mesma forma imparcial quando não publica matérias sobre o candidato Alckmin e mesmo quando publica o faz muito pouco em relação ao candidato Lula e ao PT. Sabe-se que comentários superficiais em relação ao candidato a reeleição poderiam ser evitados. Esse exagero de informações pode levar o leitor a duvidar da credibilidade do jornal pelo fato de que essas mesmas informações chegam de forma diferente por outros meios de comunicação.

Quanto ao espaço de resposta, o jornal imprime a política do direito de resposta, o que dá aos envolvidos o direito de se defenderem, ou esclarecer dúvidas, e isso demonstra imparcialidade.

O jornal como um meio de comunicação de massa deve primar pela notícia e buscar a melhor forma de transmiti-la ao leitor, pois tudo o que é escrito se transforma de alguma maneira em discurso, cabendo ao jornalista dar credibilidade às próprias matérias e respeitar o leitor no que se refere à veracidade e necessidade da informação.

Partindo da análise aqui realizada, que não é uma obra de cunho definitivo, mas lança uma possibilidade de melhorar a qualidade na transmissão de fatos na mídia impressa, conclui-se que a parcialidade é um fato corriqueiro nos meios de comunicação. No entanto, é necessário ressaltar que há muito a ser feito para melhoria no que se refere à divulgação impressa de notícias e coberturas jornalísticas e, acredita-se que inúmeras pesquisas serão necessárias para que o bom jornalismo prevaleça. O estudo aqui apresentado é apenas uma contribuição para se tentar esclarecer a propósito de um assunto que permeia as mentes dos estudantes de jornalismo, sendo a imparcialidade jornalística, neste caso do jornal impresso, uma fonte inesgotável de pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BORGES, Jackeline; GOMES, Cássia. Nada imparcial: estudo revela os bastidores da cobertura das eleições. **Palavra Digital**, Curitiba, 2006. Disponível em: <http://jornal.unibrasil.com.br/cms/index.php?option=com_content&task=section&id=12&Itemid=37>. Acesso em: 1 mar. 2007.
- CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1980.
- CRESPINNY, Anthony de; CRONIN Jeremy. **Ideologia política**. Brasília: Universidade de Brasília, 1975.
- FERNANDES, Francisco. **Dicionário brasileiro globo**. 22. ed. Rio de Janeiro: Globo, 1991.
- FIGUEIREDO, Rubens; CERVELLINI, Sílvia. **O que é opinião pública** [Rio de Janeiro]: Brasiliense, 1996. (Coleção Primeiros Passos).
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. [São Paulo]: Edições Loyola, 2003.
- LIMA, Venício A. de Mídia. **Teoria e política**. Rio de Janeiro: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MANHÃES, Eduardo. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação: análise do discurso**. São Paulo: Atlas, 2005.
- ORLANDI, Eni. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.
- LO PRETE, Renato. Painel. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 ago. 2006. p. A4.
- RAMÓN, Rossana Margot Tolovera. **Manipulação da opinião pública como forma de controle social: o jornal como formador de opinião pública**. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1983.

TEIXEIRA, Cristina; GOMES, Isaltina Mello; MORAIS, Wilma. **O movimento de sentidos na mídia**. Recife, 1999. Disponível em: <www.eca.usp>. Acesso em: 20 mar. 2007.

WIKIPEDIA. **Jornalismo**. Disponível em: <<http://www.wikipedia.com.br>>. Acesso em: 19 mar. 2007.