

Mídia e Eleições: as entrevistas do Jornal Nacional aos candidatos à presidência do Brasil em 2014

Fernanda Cavassana de Carvalho ¹

Resumo: Este artigo se propõe a analisar o conteúdo das perguntas feitas pelos apresentadores do Jornal Nacional (JN) aos principais candidatos à Presidência da República do Brasil em 2014 na série de entrevistas ao vivo realizada pelo programa. São utilizados, como aporte teórico, alguns conceitos sobre a relação entre mídia e política, especialmente no Brasil, e a importância da mídia e da imprensa no período eleitoral. Além disso, é realizada uma breve descrição histórica sobre a atuação do JN nas coberturas eleitorais presidenciais. A análise se dá de modo comparativo, quantificando a frequência de características encontradas nas entrevistas, de modo a encontrar similaridades e particularidades no diálogo com cada candidato. Verificou-se que a participação dos jornalistas sobressai à dos candidatos nas entrevistas, conduzidas de maneira firme e questionadora.

Palavras-chave: Mídia e Política; Eleições 2014; Jornal Nacional

¹ Jornalista, Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Membro do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política & Opinião Pública – CPOP/UFPR.

Abstract: This article analyzes the content of the questions asked by the hosts of Jornal Nacional (JN) to the main presidential candidates in Brazil in 2014, in a series of live interviews carried out by the program. Some concepts about the relationship between media and politics are used, especially in Brazil, and the importance of media and press in the election period is used as theoretical support. And also, there is a brief historical description of JN actions in the coverage of presidential elections too. The analysis is comparative, quantifying the frequency of features found in the interviews in order to find similarities and peculiarities in the dialogue with each candidate. It was found that the participation of the journalists excelled the ones of the candidate in the interviews, which were firmly conducted.

Keywords: Media and Elections; Brazilian Elections 2014; Jornal Nacional

Introdução

Desde as eleições de 2002, o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo de Televisão, convida os principais candidatos à Presidência da República do Brasil para participarem ao vivo de uma entrevista. Consideravelmente longa para o telejornalismo, ela é realizada na própria bancada de apresentação do telejornal.

Neste trabalho, assume-se a importância da interface comunicação e política e das influências possíveis que as relações entre esses dois campos podem gerar na sociedade, especialmente com o intermédio da mídia. Integrando o campo midiático, o jornalismo assume o papel social de informar a população, comunicando e monitorando as ações dos atores políticos. Assim, as informações produzidas na grande imprensa geram consequências nas relações sociais, interferindo na formação da opinião pública e, por conseguinte, nas disputas políticas e eleitorais.

Da perspectiva política, a entrevista ao vivo é muito importante por dar voz aos candidatos ao maior cargo executivo do país, fora do horário de propaganda, e também por demonstrar ao eleitor o seu desempenho diante dos jornalistas. Da perspectiva jornalística, o fazer ao vivo garante credibilidade à entrevista, limitando as manipulações e enquadramentos constantes em materiais gravados e editados.

Justifica-se também a escolha do objeto de estudo, as entrevistas na Bancada do JN, por este estar sustentado pelo forte tripé Televisão/ Rede Globo/Jornal Nacional. A TV ainda é a mídia de maior abrangência e de maior consumo no Brasil, atingindo 97% dos brasileiros. Assistir à TV é “um hábito que une praticamente todos os brasileiros, com independência de gênero, idade, renda, nível educacional ou localização geográfica” (BRASIL, 2014, p.7). Já a Rede Globo é o canal de televisão mais influente do país, especialmente por sua estrutura e abrangência nacional, mantendo-se há décadas como hegemônica nos números de audiência.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2014), o Jornal Nacional é líder de audiência. Ele assume o primeiro lugar não só na categoria telejornal mais assistido no país, mas também aparece como o mais citado em resposta à pergunta espontânea: “Que programa de TV aberta ou paga o(a) sr(a). mais assiste de segunda a sexta-feira?” (BRASIL, 2014, p.28). O JN predomina, inclusive, nas diversas faixas etárias, níveis de escolaridade, porte do município e renda.

A programação do Jornal Nacional é construída com matérias enviadas por praças de todo o país, cujas pautas são ofertadas em reuniões diárias com produtores e escolhidas pelo editor-chefe, William Bonner. Este apenas não decide sozinho sobre as matérias de política, sobre as quais o diretor-executivo Ali Kamel é consultado (NEVES, 2008, p.47). De acordo com Neves (2008), a importância do Jornal Nacional para o telejornalismo brasileiro é indiscutível, mas há “momentos de demonstração de descompromisso com a informação e com o telespectador” (NEVES, 2008, p.47).

Para selecionar os entrevistados da Bancada do JN em 2014, foi levada em consideração a pesquisa divulgada pelo Instituto Datafolha (2014) e todos os candidatos que tiveram acima de 1% de intenção de votos foram convidados. Assim, por ordem de sorteio, foram entrevistados Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos (PSB), Pastor Everaldo (PSC), Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PSB), de 11 a 27 de agosto de 2014.

Entre as características do panorama eleitoral de 2014, é importante ressaltar que Dilma Rousseff é atual presidente do Brasil e concorre à reeleição; Aécio Neves já foi governador de Minas Gerais por dois mandatos e, atualmente, é senador pelo mesmo estado; e que Pastor Everaldo nunca exerceu cargo político no legislativo ou no executivo. Além disso, as eleições de 2014 já ficaram marcadas pelo trágico acidente aéreo que culminou na morte de Eduardo Campos, um dia após ser entrevistado ao vivo em cadeia nacional pelo JN. Marina Silva, até então candidata como vice-presidente de Campos, assumiu a disputa à presidência pelo PSB.

Considerando a importância das entrevistas ao vivo aos candidatos, no horário nobre da emissora mais assistida no país, este artigo pretende analisar como o Jornal Nacional realizou essas entrevistas, comparando o conteúdo abordado, a postura e o diálogo proposto por cada um dos entrevistadores. A análise será comparativa, tentando identificar similaridades e particularidades das entrevistas com cada um dos candidatos à Presidência da República do Brasil. Para tanto, será realizada uma análise de conteúdo das entrevistas.

Desse modo, não serão analisados o desempenho e as respostas dos candidatos. A análise se manterá apenas do viés jornalístico, da postura assumida pelo telejornal por meio da participação dos dois jornalistas e apresentadores que conduziram as entrevistas, William Bonner e Patrícia Poeta. Também não

tendo como objetivo realizar uma revisão aprofundada da literatura sobre o tema, este trabalho traz, como aporte teórico, alguns conceitos sobre a relação mídia e política, além do papel do jornalismo no período eleitoral. Traz, ainda, um breve histórico sobre a cobertura do Jornal Nacional nas eleições presidenciais brasileiras.

Mídia e política no Brasil

Considera-se, neste trabalho, que estudar as relações entre mídia e política se trata, principalmente, de analisar o processo democrático e o papel da comunicação nele. De acordo com Lima (2007), os estudos sobre as relações entre comunicação e política ganharam impulso, principalmente, pelo debate da importância da mídia no período de disputa eleitoral, transformada em rotina a partir da década de 1980 (LIMA, 2007, p.84).

Rubim (2001) destaca a visibilidade social da política no momento eleitoral, considerando que as eleições “adquirem um caráter eminentemente público e publicizado, porque pretendem a participação de um contingente significativo da população e porque apresentam-se percebidas com atenção e interesse” (RUBIM, 2001, p.172). Ainda segundo Rubim (2001), a sociedade contemporânea é ambientada e estruturada pela mídia, o que acaba evidenciando a interação midiática com as eleições. Essa relação pode ser compreendida mais profundamente a partir das teses de Lima (2006) sobre a atuação da mídia no campo político no Brasil, sendo o aporte teórico desta pesquisa.

Lima (2006) desenvolve suas teses sobre a relação entre a mídia e a política, considerando os meios de comunicação de massa e o conceito de política necessariamente associados à ideia de público. Para Lima (2006), a comunicação midiática é unidirecional, com produção de conteúdo centralizada e padronizada. Portanto, quando Lima (2006) utiliza o termo mídia, refere-se, essencialmente, ao rádio e à TV. Já a política é entendida como atividade eminentemente pública e visível nas democracias (LIMA, 2006, p. 53).

A primeira tese trata da centralidade da mídia, com o poder dela na construção da realidade. No Brasil, a mídia foi bastante utilizada como meio para propagandas políticas no regime militar e, desde então, transformou-se no principal campo de construção simbólica da política (LIMA, 2006). A segunda tese se baseia na teoria de que não há política nacional sem mídia. “A política nos

regimes democráticos é - ou deveria ser - uma atividade eminentemente pública e visível” (Lima, 2006, p. 55). O conceito de público se altera pela midiáticação, pois, de acordo com Lima (2006), “a mídia não só mantém a forma tradicional de constituição do ‘público’, mas também a estende, transforma e substitui.” Assim, a mídia também passa a ser um campo de disputa entre os atores políticos.

A atuação da mídia como partido político é a terceira tese defendida por Lima (2006) ao averiguar que além de mediar candidatos e eleitores nas campanhas eleitorais, os meios de comunicação exercem várias das funções tradicionais dos partidos políticos, como: (a) construir a agenda pública; (b) gerar e transmitir informações políticas; (c) fiscalizar as ações de governo; (d) exercer a crítica das políticas públicas; (e) canalizar as demandas da população (LIMA, 2006. p.56).

Outra tese, a quarta de Lima (2006), aponta diretamente para as mudanças nas campanhas eleitorais causadas pela mídia, uma vez que permitiram aos candidatos uma aproximação com o público e maior difusão de suas propostas. A transformação da mídia em próprio ator político é a quinta tese do autor. Por deterem o poder da capacidade de produção e distribuição de capital simbólico, as empresas de mídia passam a ser consideradas atores econômicos fundamentais, transformando-se também em “atores com interferência direta no processo político” (LIMA, 2006, p.59).

Lima (2006) coloca as características históricas do sistema de mídia no Brasil como potenciais para o seu poder no processo político em sua sexta tese. Aqui, consolidou-se um sistema de mídia concentrado e controlado por grupos vinculados às elites políticas regionais e locais. Já as características da população brasileira são a base da última tese, pois elas sustentam o poder midiático (LIMA, 2006). O autor ressalta que “as características específicas de nossa população e, sobretudo, o seu padrão de exposição à mídia potencializam ainda mais sua centralidade e seu poder em relação ao processo político, e, em particular, ao processo eleitoral” (LIMA, 2006, p. 62).

O jornalismo, compondo parte da mídia, é um legitimador de poder. As pessoas tendem a confiar mais no que consomem nessa área do que em publicidades e propagandas pelo valor e compromisso sociais assumidos. Por isso, a importância da imprensa agir de modo independente valorizando e respeitando o interesse público, e não de modo partidário, defendendo utilidades

privadas (KARAM; 1997). Quando a imprensa se autoafirma objetiva e imparcial, ela se compromete a separar, em sua cobertura jornalística, os fatos dos valores. Porém, dificilmente isso acontece. No jornalismo, pode-se perceber a utilização de algumas técnicas que possibilitem enquadramentos e direcionamentos desejados, permitindo que o conteúdo atenda, antes de tudo, outros interesses políticos.

“A cobertura jornalística, por vezes até bem-intencionada, paradoxalmente, em vez de nos dar uma política com ética, tem esquecido a política e colocado em seu lugar a moral” (RUBIM, 2007, p. 161). A falta de avaliação por parte da imprensa das políticas gerais e setoriais desenvolvidas pelos governantes, que “têm vital ressonância na vida dos cidadãos e no presente e no futuro da sociedade” (RUBIM, 2007, p.161), é um exemplo de como a imprensa acaba errando ao julgar apenas moralmente.

Jornal Nacional e eleições presidenciais

A relação entre o JN e a política brasileira está presente desde a sua criação. O programa surgiu no auge da ditadura militar brasileira e foi o primeiro telejornal a ser transmitido em rede nacional. Foi, também, o primeiro programa a utilizar o sistema de micro-ondas, estruturado pelo governo da época. Já na primeira década do telejornal no ar, os primeiros estudos “sugeriram que o seu papel era o de influenciar as ‘massas’ e promover a manipulação de informações para servir à ideologia dominante” (NEVES, 2008, p.45). Durante a ditadura, “nunca noticiou tortura, prisão de estudantes, operários ou jornalistas; ao contrário, divulgou fotos e nomes de pessoas procuradas para que se facilitasse a prisão” (NEVES, 2008, p.45).

A cumplicidade editorial do telejornal com o regime autoritário durou até o final da campanha das “Diretas Já”. Segundo Neves (2008, p.48), o Jornal Nacional não pautou o episódio que mobilizava o país, ignorando-o e chegando a distorcer fatos. No comício pelas Diretas, que reuniu cerca de 300 mil pessoas na Praça da Sé (SP), realizado no dia 25 de janeiro de 1984, o JN “noticiou o evento como se fosse uma festa comemorativa e concentrou-se na presença de artistas, reduzindo a relevância da informação” (NEVES, 2008, p.48). Ainda de acordo com Neves (2008, p. 49), “a cobertura da campanha só apareceu no Jornal Nacional depois que a direção da Rede percebeu que o regime militar

estava ruindo e que existia a possibilidade de um nome conciliador e conservador para assumir o país no novo regime democrático – no caso, Tancredo Neves”.

Outro momento político eleitoral em que ficou evidenciado o papel tendencioso do Jornal Nacional e, conseqüentemente, da Rede Globo, foi a cobertura das eleições de 1989, alvo de diversos estudos e críticas. Neves (2008) descreve que a Rede Globo trabalhou favorecendo a eleição de Fernando Collor de Mello desde a produção de um programa do Globo Repórter sobre os Marajás, até a construção de personagens que remetessem a Collor e a Lula, seu adversário, em telenovelas da emissora. Para Lima (2001), foi criado um cenário de representação política pela TV Globo e este foi fundamental para eleger Collor presidente do Brasil. O auge da participação do Jornal Nacional na eleição de 1989 foi a transmissão, um dia antes da votação, do debate entre Collor e Lula. O debate foi editado, de maneira que a edição dava a Collor um minuto e doze segundos de participação a mais que Lula, e este aparecia, inclusive, “gaguejando e trocando palavras” (NEVES, 2008, p.55).

Nos anos de 1994 e 1998, a disputa presidencial não ganhou destaque no telejornal. Em 1994, a ênfase política girava em torno das mudanças econômicas no Brasil. Com isso, apenas um candidato ganhava espaço, Fernando Henrique Cardoso, então ministro da Fazenda, com o noticiário dando destaque ao Plano Real e sem pautar qualquer crítica a problemas de sua gestão (NEVES, 2008, p.57). Em 1998, o Jornal Nacional, praticamente, deixou de fora a disputa eleitoral. De julho a outubro daquele ano, dedicou apenas 4,6% de seu tempo às eleições (MIGUEL *apud* NEVES, 2008, p.57).

O ano de 2002 foi um marco para as coberturas das eleições presidenciais do Jornal Nacional. Pela primeira vez, foram realizadas entrevistas ao vivo no estúdio, com os principais candidatos à Presidência da República naquele ano. De acordo com Neves (2008, p.47), “foram doze minutos considerados valiosos para os candidatos”. O modelo, que a partir deste ano se tornou presente na cobertura eleitoral do telejornal, foi possível a partir de uma mudança na legislatura eleitoral, como descreve Ali Kamel, diretor da responsável pela cobertura eleitoral daquele ano:

Antes de 2002, uma emissora corria toda sorte de riscos se um candidato de um partido nanico entrasse na Justiça pleiteando tratamento igual ao que os principais candidatos recebiam. O TSE, em decisões históricas, firmou jurisprudência que os iguais

devem ser tratados como iguais. E que a notícia vem em primeiro lugar. Não se pode noticiar o que não é notícia. Um candidato inexpressivo não pode exigir tratamento igual ao dos candidatos que disputam os primeiros lugares. Também não podem ser desprezados, mas devem receber a atenção proporcional à sua importância (KAMEL, A. apud GLOBO, 2004, p.362).

Além das entrevistas ao vivo em 2002, o Jornal Nacional produziu e veiculou, no período eleitoral, matérias sobre temas latentes na realidade brasileira. Segundo Bonner (2009, p. 203), foi uma série grande de reportagens sobre os avanços conquistados e os desafios a vencer na sociedade brasileira, a partir da comparação dos censos de 1990 e 2000 produzidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Esse formato, combinando as entrevistas ao vivo e a série de reportagens, virou modelo e serviu de base para as coberturas nas eleições presidenciais seguintes.

“Na eleição presidencial de 2006, as reportagens da série ‘Desejos do Brasil’, exibidas enquanto a Caravana JN viajava país adentro, tinham essa função ao extrair, dos cidadãos, seus pleitos e aspirações” (BONNER, 2009, p. 203). A cobertura acompanhou os eventos de campanha diários dos principais candidatos e realizou as entrevistas ao vivo no estúdio. A exceção foi o candidato do PT à reeleição, pois o presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi ouvido no Palácio da Alvorada, sua residência oficial (BONNER, 2009, p. 203).

Ao analisar as coberturas e entrevistas de 2002 e 2006, Bonner (2009) afirma que o balanço é positivo, que o objetivo era o de explorar as propostas dos candidatos e oferecer essas informações como serviço aos eleitores:

Em comum, em todas as entrevistas, de todos os candidatos, nas duas eleições, havia o objetivo de permitir a cada um expor suas propostas – e também suas argumentações quando confrontados com questões que pudessem ser incômodas, ou embaraçosas. Esse serviço que o Jornal Nacional procura prestar aos eleitores produziu, em 2002 e 2006, a aprovação de todos os candidatos e partidos – muito embora o desempenho de uns e de outros diante das perguntas possa ter sido desigual. Mas a aprovação se deu, claramente, porque as entrevistas mostraram a mais absoluta igualdade de tratamento (BONNER, 2009, p.204).

Em 2010, a cobertura diária das campanhas dos principais candidatos foi concomitante ao quadro “JN no ar”, em que o repórter Ernesto Paglia viajava pelo Brasil identificando necessidades latentes dos eleitores de todas as unidades da federação. Os principais candidatos também participaram da entrevista ao

vivo, na bancada do JN, para tratarem de suas plataformas de governo e de temas ligados à saúde, segurança, meio ambiente e educação, principalmente (CONTATO, 2011).

Em 2014, o JN também exibiu, na semana anterior à vinda dos candidatos em sua bancada, uma série de reportagens especiais sobre os principais problemas enfrentados pelos brasileiros, de acordo com uma pesquisa divulgada do Instituto Datafolha. Foram abordados, em ordem crescente de relevância descrita pela pesquisa e pelo telejornal, os temas: saúde, segurança, desemprego, educação, transporte e inflação.

Porém, ao final de todas as matérias, foi reforçada a sugestão de que eleitores se atentassem às propostas dos candidatos a esses temas no Horário Eleitoral Gratuito (HEG) e não nas entrevistas que ali seriam concedidas. No início da primeira entrevista, no dia 11 de agosto, com o candidato Aécio Neves (PSDB), a declaração de William Bonner já anunciava que as entrevistas no JN serviriam para “abordar os temas polêmicos das candidaturas e também confrontar os candidatos com o seu desempenho em cargos públicos” (BONNER, JORNAL NACIONAL em 11 de agosto de 2014, grifo da autora).

16

Análise das entrevistas na bancada do JN em 2014

Número de participações e tempo de fala

A primeira análise a ser feita é a partir do número de entradas e tempo de fala de cada participante (William Bonner, Patrícia Poeta e o candidato da vez) na entrevista. Para todas as entrevistas, estava estipulado o tempo de 15 minutos, tempo contado a partir da primeira pergunta. Ao final, era disposto de um minuto a um minuto e meio para o candidato falar diretamente ao telespectador/eleitor, sobre as suas principais propostas para a Brasil.

A primeira observação a ser feita nesta análise é que houve grandes diferenças nas entrevistas, ao compará-las a partir do número de participações, mensuradas no item entradas da Tabela 1. À primeira vista, tem-se a impressão de que a entrevista de Aécio Neves foi duas vezes menor que as de Pastor Everaldo, Dilma Rousseff e Marina Silva. Porém, nenhuma entrevista extrapolou em mais de um minuto os 15 minutos inicialmente planejados. O que se é conclusivo ao analisarmos somente as linhas das entradas na tabela, é que Dilma foi a candidata que teve mais entradas (32 no total) e que Aécio foi o que teve menos (15).

Outra observação possível ainda nas linhas de entradas é que Bonner teve mais participação nas entrevistas que Poeta, mas em nenhuma entrevista a diferença entre eles foi tão alta como na de Dilma Rousseff, em que Bonner (25 entradas) participou da entrevista quase o dobro de vezes que Poeta (13 entradas). Para interpretações além dessas iniciais, é preciso atentar-se para o tempo total de participação de cada um, mensurado nas linhas de tempo em segundos.

Tabela 1: Participações dos entrevistadores e dos entrevistados

PARTICIPANTE	ENTREVISTADOS					TOTAL	
	AÉCIO (PSDB)	CAMPOS (PSB)	P. EVERALDO (PSC)	DILMA (PT)	MARINA (PSB)		
Entradas	Bonner	8	9	19	25	17	78
	Poeta	6	14	16	13	14	63
	- Parcial JN	14	23	35	38	31	141
	Candidato	15	21	30	32	26	124
	Total	29	44	65	70	57	265
Tempo (seg)	Bonner	195	137	186	284	248	1050
	Poeta	105	142	123	63	99	532
	- Parcial JN	300	279	309	347	347	1582
	Candidato	601	631	604	657	617	3110
	Total	901	910	913	1004	964	4692
Média (t/e)	Bonner	24	15	9	11	14	13
	Poeta	17	10	7	4	7	8
	- Parcial JN	21	12	8	9	11	11
	Candidato	40	30	20	20	23	25

Fonte: A autora.

O tempo total de participação demonstra como foram poucas as diferenças entre as entrevistas de Aécio Neves, Eduardo Campos e Pastor Everaldo. Todas se aproximaram dos 15 minutos, sendo que a de Campos avançou dez segundos e a de Everaldo, quatro segundos. A de Aécio, primeira a ser feita, ultrapassou o tempo estipulado em apenas um segundo. Depois dessas três, a de Marina totalizou 964 segundos de falas e a de Dilma, 1004 segundos². Apesar da diferença grande entre eles no que diz respeito ao total de segundos de falas, se olharmos apenas para a linha de tempo do candidato, percebemos que a diferença é menor. Essas diferenças poderão ser aprofundadas nas análises a seguir, em que os tipos de perguntas feitas pelos entrevistadores mostrarão quais entrevistas tiveram mais diálogo fluente e em quais houve excesso de interrupções de fala.

Outra informação importante da Tabela 1 é a média de duração de cada participação. Podemos observar que enquanto Campos obteve a média de 30

² Os dados de tempo de falas não identificam necessariamente o tempo total da entrevista, pois, em alguns casos, como as entrevistas de Dilma e Marina, há muitas falas simultâneas, em que o candidato e os apresentadores falam ao mesmo tempo. Nestes casos, o tempo de fala foi mensurado para cada um envolvido na conversa.

segundos por fala, Aécio falou por 40 segundos, em média, por fala, o dobro das médias de Pastor Everaldo, Dilma Rousseff e Marina Silva. O que se concluiu é que Aécio teve mais tempo para expor suas respostas entre as perguntas de Bonner e Poeta. De um modo geral, ao observarmos as médias totais, constata-se que a primeira entrevista destaca-se das demais por representar quase o dobro da média geral.

Olhando para as médias dos dois jornalistas, observa-se novamente uma peculiaridade na entrevista de Aécio, é a que mais apresentou média de tempo por entrada de Bonner e Poeta, praticamente o dobro da média dos demais candidatos. Essa informação leva a concluir que, as perguntas da primeira entrevista, feitas a Aécio Neves, foram menores em quantidade, mas maiores em tamanho e duração, podendo ser questões mais completas, aprofundadas. A análise das perguntas será feita no tópico a seguir.

Análise do conteúdo: falas de Bonner e Poeta

Para além de uma análise somente quantitativa dessas entrevistas, foram criadas algumas variáveis a fim de qualificar a fala do entrevistador e classificá-la, identificando características próprias de cada citação, possibilitando uma definição de quais foram as peculiaridades de cada entrevista e o que elas tiveram em comum. A Tabela 2, a seguir, expõe todas as variáveis e categorias criadas, bem como a definição de cada uma. Portanto, a partir deste subtópico, desconsidera-se a participação do candidato na entrevista, voltando a análise apenas para o Jornal Nacional.

Tabela 2: Variáveis utilizadas e definições das categorias

Variável	Categorias	Definições
Origem	Original	Pauta um tema para iniciar o debate
	Derivada	Surge como consequência dentro de um diálogo
Tipo	Consolidada	Predefinida no roteiro da entrevista
	Progressiva	Dá continuidade ao diálogo temático, adiciona novas questões e dados
	Retrógrada	Retorna à pergunta feita anteriormente
	Interruptiva	Feita apenas para interromper a fala do entrevistado
Tema	Ético-moral	Corrupção, moral, ética, imagem pública do candidato
	Político-partidário	Políticas partidárias, relacionamento entre partidos e filiados
	Programa de Governo	Projetos propostos presentes no programa do candidato
	Temas latentes	Saúde, Segurança, Desemprego, Educação, Transporte e Inflação
Espaço-temporal	Presente	Pergunta sobre a atual campanha do candidato
	Passado	Pergunta sobre o passado do candidato ou ação passada
	Futuro	Pergunta sobre ações futuras, caso eleito
Valência	Negativa	Acusativa, com afirmações negativas ao candidato
	Positiva	Com elogios ou afirmações positivas ao candidato
	Neutra	Sem valência, neutra
	Equilibrada	Há conteúdo positivo e negativo equilibrados

Fonte: A Autora.

Como a pesquisa pretende identificar a maneira como os apresentadores do *Jornal Nacional* conduziram as perguntas, as primeiras características mensuradas dizem respeito à origem e aos tipos de perguntas feitas. A intenção a partir delas, é estudar se a entrevista se aproximou de um diálogo com o candidato e se, cada vez que os jornalistas o questionavam, a entrevista tinha conteúdo acrescentado, enriquecendo a conversa transmitida.

Voltando-se para o viés da função jornalística no período eleitoral, as perguntas também foram avaliadas sobre a temática predominante; se continham questões passadas, do presente ou futuras; e se carregavam um prejulgamento do veículo, o que é medido pela valência. Aqui, é importante descrever que a categoria “temas latentes” foi criada para mensurar o quanto o *Jornal Nacional* tratou os temas identificados na série de reportagens transmitida antes das entrevistas. Assim, defende-se, a partir do exposto pelo próprio JN, que os temas latentes são o de maior interesse do público para as eleições deste ano. Além dessa categoria, a pergunta pode ter como tema questões éticas e morais, partidárias ou voltar-se para o plano de governo apresentado pelo candidato.

A primeira constatação a ser feita analisando os dados obtidos, expostos na Tabela 3³, é de que a maioria das entradas dos jornalistas (30,5%) foi de perguntas progressivas, as que dão continuidade ao debate temático já iniciado. Mas, em contrapartida, houve um considerável número de entradas interruptivas, em que não há dados novos nem retorno a um tema debatido, que serviram apenas para cortar a fala do entrevistado. Já os números de perguntas consolidadas e retrógradas foram os mesmos. A origem da pergunta também é importante para saber se houve maior ocorrência das já predeterminadas pelo telejornal, ou se a entrevista evoluiu, com perguntas derivadas, umas das outras. As perguntas derivadas foram predominantes, representando três vezes o número de perguntas originais. Sobre a variável “espaço-temporal”, foi possível constatar que o JN preferiu debater questões atuais e passadas com os candidatos, promovendo poucas perguntas sobre as propostas futuras de cada um.

As constatações mais interessantes se relacionam com os temas e a valência das perguntas. As entrevistas conduzidas por Bonner (B) e Poeta (P) se

³ Para melhor visualização dos dados na tabela, foi ocultada a quantidade de entradas nulas em “origem”, “tema” e “espaço-temporal”, pois são as entradas de perguntas interruptivas, sem conteúdo. As porcentagens representam a frequência total de cada categoria válida em relação à sua respectiva variável.

concentraram nos temas ético-moral e político partidário, seguidos de programa de governo. Agora, os temas latentes, de interesse público e identificados como os mais importantes para o brasileiro no ano eleitoral em questão, estiveram presentes em apenas 8,5% das falas dos apresentadores.

Sobre a valência, os dados mostram que houve predomínio de falas neutras (66%), sem julgamentos aos candidatos, mas é importante ressaltar que dentro dessa categoria estão todas as entradas de tipo interruptiva, ou seja, que apenas serviram para cortar a fala do entrevistado. Além disso, 29,8% das perguntas foram negativas, um número bem acima das equilibradas. Não houve pergunta que carregasse viés positivo aos candidatos.

Tabela 3: Perguntas categorizadas por candidato e por apresentador

		Entrevista										Total
		Aécio		Campos		P. Everaldo		Dilma		Marina		
		Apres.		Apres.		Apres.		Apres.		Apres.		
		B	P.	B	P	B	P	B	P	B	P	
Tipo	Consolidada	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	29 (20,6%)
	Progressiva	1	1	0	5	11	9	5	1	5	5	43 (30,5%)
	Retrógrada	5	2	5	4	2	2	6	0	3	0	29 (20,6%)
	Interruptiva	0	0	0	2	3	2	11	9	6	7	40 (28,4%)
Origem	Original	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	28 (19,9%)
	Derivada	6	3	6	9	13	11	11	1	8	5	73 (58,8%)
Tema	Ético-moral	4	2	4	4	0	5	9	0	5	6	39 (27,7%)
	Político-partidário	0	0	4	3	9	7	0	0	6	0	29 (20,6%)
	Prog. de Governo	2	4	1	2	7	2	0	2	0	1	21 (14,9%)
	Temas Latentes	2	0	0	3	0	0	5	2	0	0	12 (8,5%)
Espaço Temporal	Presente	0	3	3	1	6	4	8	1	10	1	37 (26,2%)
	Passado	5	0	5	6	2	7	6	1	1	5	38 (27%)
	Futuro	3	3	1	5	8	3	0	2	0	1	26 (18,4%)
Valência	Negativa	4	2	4	5	3	7	5	2	7	3	42 (29,8%)
	Positiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 (0%)
	Neutra	2	2	5	9	15	9	20	11	9	11	93 (66%)
	Equilibrada	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	6 (4,3%)

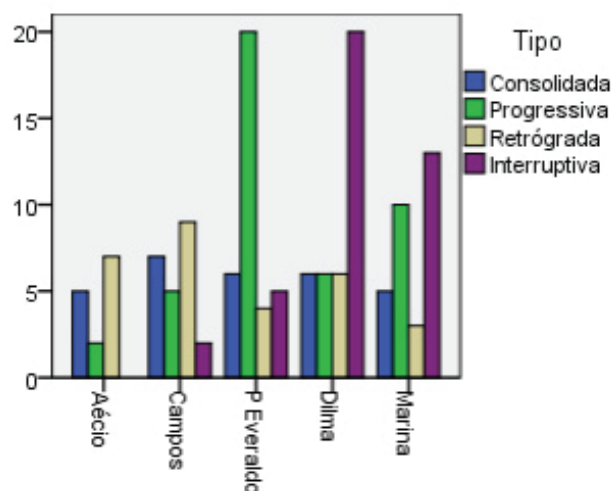
Fonte: A Autora.

Análise comparativa: entrevistas e os candidatos

Os dados da Tabela 3 também permitem uma leitura das diferenças e semelhanças das entrevistas do Jornal Nacional para cada candidato. Voltando-se inicialmente ao dado de tipo de fala, percebe-se que há uma concentração das interruptivas nas duas últimas entrevistas, as das candidatas Dilma Rousseff e Marina Silva, como exposto no Gráfico 1, a seguir. Enquanto Dilma Rousseff totalizou 20 interrupções (50% delas), o candidato Aécio Neves não foi interrompido durante toda a entrevista, ficando em zero. Aécio teve que responder mais perguntas

retrogradadas e consolidadas. O candidato Pastor Everaldo foi o que respondeu a mais perguntas progressivas.

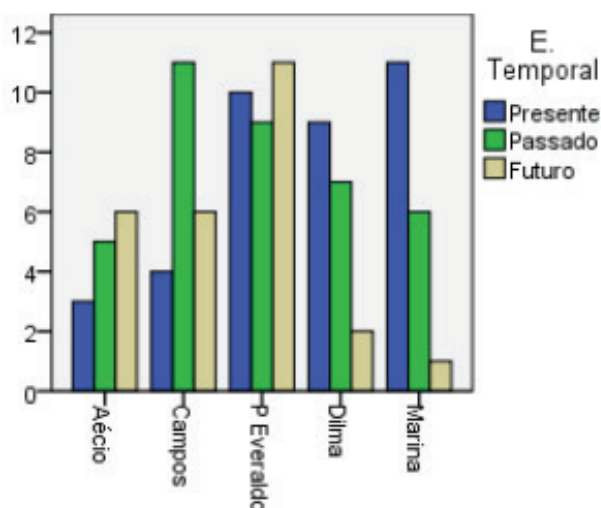
Gráfico 1: Tipo de pergunta X Candidato Entrevistado



Fonte: A Autora.

A comparação a partir da variável espaço-temporal permite a análise de que os três primeiros entrevistados foram mais questionados sobre o futuro do que Dilma e Marina. A elas, o JN reservou mais questionamento sobre o presente, como é visível no Gráfico 2, a seguir. Na comparação, as perguntas direcionadas ao passado dos candidatos prevaleceu nas entrevistas com Campos e Pastor Everaldo.

Gráfico 2: Espaço-temporal da pergunta X Candidato Entrevistado

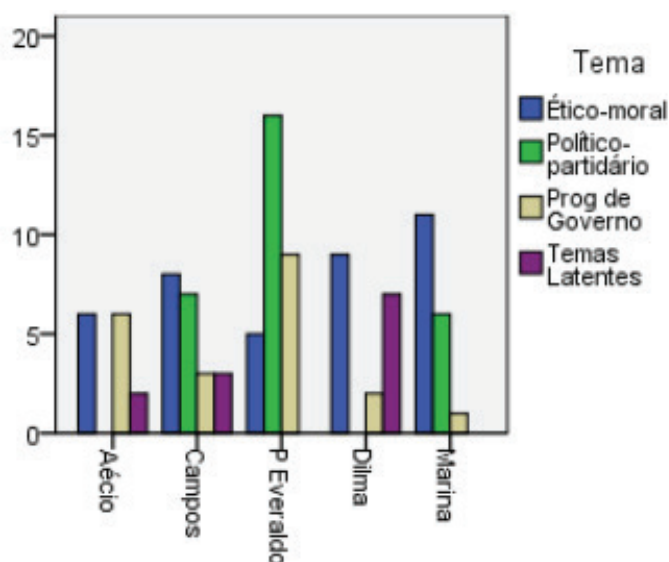


Fonte: A Autora.

Já na comparação entre os temas que prevaleceram nas entrevistas, o Gráfico 3 demonstra como em todos houve presença forte do tema ético-moral. Apenas na entrevista com o Pastor Everaldo é que o tema mais debatido pelo JN

foi relações político-partidárias. Com ele também houve um número maior de perguntas sobre as propostas de seu programa de governo. Já os temas latentes foram direcionados mais a Dilma, Campos e Aécio, respectivamente.

Gráfico 3: Tema predominante na pergunta X Candidato Entrevistado



Fonte: A Autora.

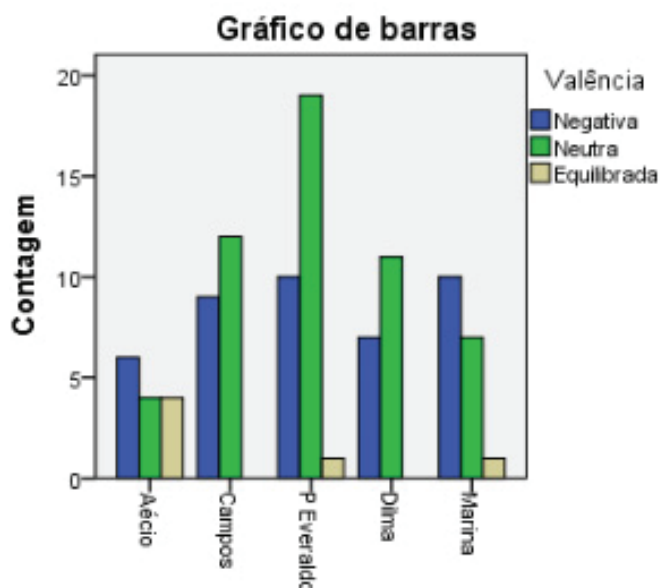
Outra informação derivada da Tabela 3 que pode ser visualizada em forma de gráfico é a valência das perguntas. Como já exposto, a grande parte das entradas que totalizaram a valência neutra são interruptivas. Assim, optou-se, no gráfico a seguir, a visualização apenas da valência das entradas de outros tipos (consolidadas, progressivas e retrógradas), para uma real comparação entre atuação dos apresentadores do JN nas perguntas para cada um dos candidatos.

Os poucos direcionamentos equilibrados ficaram em sua maioria com Aécio Neves, o qual também recebeu poucas perguntas neutras e negativas. Aécio foi o candidato que menos enfrentou falas dos entrevistadores, mas um dos únicos em que as perguntas de viés negativo superaram as neutras. Marina Silva também recebeu mais perguntas negativas do que neutras e equilibradas, porém, a quantia de negativas representa quase o dobro das perguntas de mesma valência feitas a Aécio.

Pastor Everaldo foi o que mais enfrentou questões neutras, chegando ao dobro dos demais candidatos na categoria. O candidato do PSC também respondeu a um alto número de perguntas negativas, semelhante à entrevista conduzida à Marina Silva. Já nas entrevistas de Dilma Rousseff e Eduardo Campos, as neutras superaram as negativas e não houve questionamentos

equilibrados. Como já identificado anteriormente, não houve entradas dos apresentadores positivas aos candidatos em nenhuma entrevista.

Gráfico 4: Valência da pergunta X Candidato Entrevistado



Fonte: A Autora.

Considerações finais

23

Percebe-se, com a análise propiciada por este trabalho, que o Jornal Nacional cumpriu a cobertura a que se propôs: “abordar os temas polêmicos das candidaturas e também confrontar os candidatos com o seu desempenho em cargos públicos”. Da perspectiva da ética e da função social do jornalismo, faltou ao Jornal Nacional aproveitar a oportunidade da entrevista ao vivo para debater com os candidatos as questões temáticas que mais preocupam os brasileiros atualmente, bem como questionar mais os programas de governo propostos na campanha. Ou seja, faltou dar preferência ao que é de interesse público.

A ausência de perguntas de valência positiva, bem como a grande proporção de questões negativas levantadas pelos apresentadores, também reforça a preferência do JN por conduzir entrevistas mais firmes nesta eleição. O predomínio dos temas ético-moral e político-partidário é outro indicativo que reforça a preferência por desqualificar o candidato. Percebe-se, com essas considerações, um posicionamento do telejornal com a pretensão de deslegitimar a posição do político e candidato perante o veículo de comunicação que o questiona e o julga.

Até quando a entrevistada foi a atual Presidente do Brasil, maior autoridade política brasileira, os apresentadores do JN se impuseram de maneira a questioná-la – e a interrompê-la – muito sobre questões ligadas à ética e à moral. A entrevista de Dilma Rousseff teve a mesma quantidade de interrupções, por parte dos apresentadores, que as outras quatro entrevistas juntas, somadas. Já a entrevista de Marina foi, predominantemente, voltada para as questões da presente campanha, mas principalmente sobre as suas relações partidárias e polêmicas no partido. Isto está diretamente ligado ao acidente aéreo que culminou com a morte de Campos.

A entrevista com Aécio Neves (PSDB) é a que mais se diferencia das demais. Ela foi a mais padronizada, com mais equilíbrio entre o número de entradas de cada apresentador e do entrevistado, além da soma das falas ultrapassar em apenas um segundo o tempo programado. A entrevista com Aécio teve mais perguntas sobre o futuro e sem o tema político-partidário. Outra peculiaridade da entrevista de Aécio foi o fato de ser a única em que as perguntas de valência negativa superaram em quantidade as perguntas neutras. Além disso, o candidato do PSDB foi o único a não ser interrompido enquanto explanava.

24

O que se pode constatar é que as entrevistas feitas pelo Jornal Nacional pretendiam pressionar e questionar, ao vivo, os candidatos às eleições de 2014. Já que, como anteposto, até a entrevista direcionada a Aécio Neves, mesmo sem interrupções, contou com um número superior de perguntas negativas sobre as neutras. A participação dos jornalistas se sobressaiu a dos candidatos, o que reforça a influência e o poder do meio de comunicação sobre o campo político. Já se pode esperar, com isso, que esta seja mais uma cobertura marcante para a história do JN no período eleitoral.

Referências

- BONNER, William. *Jornal Nacional: modo de fazer*. São Paulo: Globo, 2009.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/pesquisa/livro-pesquisa-brasileira-de-midia_internet-pdf/view.
- CONTATO, Ana Carolina Felipe. Eleições presidenciais em 2010: um olhar sobre a cobertura do Jornal Nacional. In: Intercom Sul, 2011, Londrina. Anais Intercom Sul 2011, 2011
- GLOBO, Memória. ZAHAR, J. (org). *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- KARAM, Francisco José. *Jornalismo, Ética e Liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia, Teoria e Política*. Fund. Perseu Abramo, 2001
- _____. *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
- _____. “Comunicação e política”. In: DUARTE, Jorge (Org). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007. Pp: 84-94.
- NEVES, Flora. *Telejornalismo e Poder nas eleições presidenciais*. Summus, 2008.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Ética da política e ética na política nas eleições de 2006. In: LIMA, Venício A. de. Lima (Org). *A Mídia nas Eleições de 2006*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007. p. 159-169.
- _____. Novas Configurações das Eleições na Idade Mídia. *Opinião Pública*. Campinas, Vol. VII, nº2, 2001, pp. 168-181.