

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS CENTRO DE EDUCAÇÃO E
CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

A AGENDA DO JORNAL NACIONAL: UMA ANÁLISE DA COBERTURA DE
CASOS DE CORRUPÇÃO

Laura Arantes Gobbi

Orientador: Prof. Dr. Fernando Antônio Farias de Azevedo

SÃO CARLOS

2018

LAURA ARANTES GOBBI

A AGENDA DO JORNAL NACIONAL: UMA ANÁLISE DA COBERTURA DE
CASOS DE CORRUPÇÃO

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Ciências Política da
Universidade Federal de São Carlos,
para obtenção do título de mestre em
Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Antônio Farias de Azevedo

Instituição Financiadora: CAPES

São Carlos

2018

A agenda do Jornal Nacional: Uma análise da cobertura de casos de corrupção



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência Política

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado da candidata Laura Arantes Gobbi, realizada em 17/04/2018:

Prof. Dr. Fernando Antonio Farias de Azevedo
UFSCar

Profa. Dra. Maria do Socorro Sousa Braga
UFSCar

Profa. Dra. Vera Lucia Michalany Chaia
PUC-SP

Certifico que a defesa realizou-se com a participação à distância do(s) membro(s) e, depois das arguições e deliberações realizadas, o(s) participante(s) à distância está(ão) de acordo com o conteúdo do parecer da banca examinadora redigido neste relatório de defesa.

Prof. Dr. Fernando Antonio Farias de Azevedo

A meu pai Ivan (*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Na minha trajetória dentro do mestrado, recebi imenso apoio de muitas pessoas. Primeiramente, gostaria de agradecer ao meu orientador, Fernando Azevedo, pela ajuda no desenvolvimento deste trabalho, e acima de tudo, pela confiança depositada em mim para que fosse possível a realização dessa dissertação. Agradeço também pelos ensinamentos em sala de aula e por me apresentar à área da Comunicação Política.

À professora Maria Socorro Braga, por aceitar gentilmente participar de minha banca, além dos ensinamentos em sala de aula desde a graduação e pelas contribuições para esse trabalho. Agradeço também à professora Vera Chaia, por ter aceitado o convite para participar de minha banca de dissertação e pelas contribuições feitas acerca do presente trabalho que o enriqueceram.

À minha mãe, Gláucia, meus irmãos, Gabriela e Diego, aos meus sobrinhos, Pedro e Manuela, e acima de tudo, ao meu pai, Ivan, que apesar de não estar mais presente aqui fisicamente, está presente de outras formas, desde a escola da Política como ênfase. Obrigada pela compreensão, principalmente pelas faltas de ligações e sumidas do *whatsapp*, prometo melhorar daqui para frente!

Aos meus amigos que também estiveram presentes em todo o processo, mesmo comigo sendo uma pessoa meio complicada de encontrar as vezes. Às minhas companheiras de grupo de pesquisa, Bárbara, Mércia, Lucy, Gabriela e Bernardo. Aos meus companheiros de mestrado, Bárbara, Guilherme, Lucilly, Brina e Leonardo. E às minhas sempre amigas: Ynaiê, Fran, Alice, Natália, Yasmim, Sthella, Marina, Marcela, Monique, Gabi e Carola. Ao meu namorado Tito, por saber lidar tão bem com as minhas constantes mudanças de decisões e surtos de tédio. E aos tantos outros que, mesmo que indiretamente, me fizeram companhia nessa trajetória.

Agradeço por fim à CAPES pela bolsa de mestrado, à Universidade Federal de São Carlos e ao Programa de Pós-Graduação em Política.

You'll never walk alone!

You say the hill's too steep to climb...Chiding! You say you'd like to see me try...Climbing! You pick the place and I'll choose the time and I'll climb the hill in my own way. Just wait a while for the right day and as I rise above the treeline and the clouds!

(Fearless – Pink Floyd)

Resumo: A televisão possui posição central dentro do sistema de comunicação brasileiro. Assim, ela se relaciona diretamente à população de maneira a influenciá-la, de alguma forma, através de sua programação. Os telejornais acabam sendo alçados como as principais peças na formação da opinião dos telespectadores, tornando importante as análises a respeito da construção de imagem. Num contexto em que cada vez mais a política se apoia na cobertura jornalística para expressar aos eleitores determinados pensamentos, é de extrema importância compreender a forma como fatos políticos são cobertos.

Casos de corrupção como o “Mensalão” e a Operação Lava Jato, obtiveram e ainda obtém grande cobertura midiática, alcançando um grande espaço dentro da agenda dos telejornais. Portanto, o principal objetivo dessa pesquisa é analisar a cobertura de casos de corrupção pelo Jornal Nacional da Rede Globo. Para se alcançar tal objetivo, serão utilizados os programas do JN dos dois últimos períodos eleitorais: 2014 e 2016.

Palavras-chave: Jornalismo Político; Corrupção; Televisão.

Abstract: *Television has a central position within the Brazilian communication system. In this way, it relates directly to the population so as to influence it in some way through its programming. The news programs end up being elevated like the main pieces in the formation of the opinion of the viewers, making important the analyzes regarding the construction of image. In a context where politics increasingly relies on journalistic coverage to express to voters certain thoughts, it is extremely important to understand how political facts are covered.*

Cases of corruption, such as "Mensalão" and "Operation Lava Jato", have obtained and still obtain great media coverage reaching a large space within the agenda of the news programs. Therefore, the main objective of this research is to analyze the coverage of cases of corruption by Globo's Jornal Nacional. To achieve this objective, the JN programs of the last two electoral periods will be used: 2014 and 2016.

Keys: Political Journalism; Corruption; Televison.

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E PARTIDOS

ANAC: Agência Nacional de Aviação Civil

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CCJ: Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania

CGU: Controladoria Geral da União

COMPERJ: Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro

CPI: Comissão Parlamentar de Inquérito

CPMI: Comissão Parlamentar Mista de Inquérito

DEM: Democratas

FGV: Fundação Getúlio Vargas

FHC: Fernando Henrique Cardoso

JN: Jornal Nacional

OEA: Organização dos Estados Americanos

PAC: Programa de Aceleração do Crescimento

PCdoB: Partido Comunista do Brasil

PDT: Partido Democrático Trabalhista

PMDB: Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PP: Partido Progressista

PPS: Partido Popular Socialista

PR: Partido da República

PRB: Partido Republicano Brasileiro

PSB: Partido Socialista Brasileiro

PSC: Partido Social Cristão

PSD: Partido Social Democrático

PSDB: Partido da Social Democracia Brasileira

PSOL: Partido Socialismo e Liberdade

PT: Partido dos Trabalhadores

PTB: Partido Trabalhista Brasileiro

PV: Partido Verde

STF: Supremo Tribunal Federal

STJ: Superior Tribunal de Justiça

TCU: Tribunal de Contas da União

TRT: Tribunal Regional do Trabalho

TSE: Tribunal Superior Eleitoral

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 01: Meios de comunicação em domicílios permanentes – Brasil 2013/2014.....	18
Tabela 02: Principais fontes de informação do brasileiro 2016.....	19
Tabela 03: Frequência que o brasileiro assiste televisão.....	19
Tabela 04: Utilização da Internet – Dias da semana (%)......	20
Tabela 05: Utilização da televisão – Dias da semana (%)......	20
Tabela 06: Função da televisão (%)......	21
Tabela 07: Emissoras de rádio e televisão controladas por políticos – Brasil (1994)......	28
Tabela 08: Principais emissoras do Brasil 2016.....	40
Tabela 09: Temas do Jornal Nacional Agosto/2014 em números.....	58
Tabela 10: Temas de Política no Jornal Nacional Agosto/2014 em números.....	60
Tabela 11: Atores da Política no JN Agosto/2014.....	62
Tabela 12: Temas do Jornal Nacional Setembro/2014 em números.....	63
Tabela 13: Temas de Política no Jornal Nacional Agosto/2014 em números.....	64
Tabela 14: Atores da Política no JN Setembro/2014.....	66
Tabela 15: Temas do Jornal Nacional Outubro/2014 em números.....	67
Tabela 16: Temas de Política no Jornal Nacional Outubro/2014 em números.....	68
Tabela 17: Atores da Política no JN Outubro/2014.....	70
Tabela 18: Temas do Jornal Nacional Agosto/2016 em números.....	71
Tabela 19: Temas de Política no Jornal Nacional Outubro/2016 em números.....	72

Tabela	20:	Atores	da	Política	no	JN	Agosto/2016.....	74			
Tabela	21:	Temas	do	Jornal	Nacional	Setembro/2016	em	números.....	75		
Tabela	22:	Temas	de	Política	no	Jornal	Nacional	Setembro/2016	em	números.....	77
Tabela	23:	Atores	da	Política	no	JN	Setembro/2016.....	80			
Tabela	24:	Temas	do	Jornal	Nacional	Outubro/2016	em	números.....	81		
Tabela	25:	Temas	de	Política	no	Jornal	Nacional	Outubro/2016	em	números.....	82
Tabela	26:	Atores	da	Política	no	JN	Outubro/2016.....	84			
Gráfico	01:	Ciclo	horário	do	uso	da	TV.....	22			
Gráfico	02:	Temas	do	Jornal	Nacional	(%).....	47				
Gráfico	03:	Notícias	de	política	no	JN	(%).....	48			
Gráfico	04:	Tempo	das	notícias	no	JN	(%).....	48			
Gráfico	05:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	(%).....	49		
Gráfico	06:	Corrupção/escândalo	político	no	JN	em	segundos	(%).....	49		
Gráfico	07:	Atores	políticos	no	JN.....	50					
Gráfico	08:	Instituições	políticas	no	JN.....	51					
Gráfico	09:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	2014	(%).....	52		
Gráfico	10:	Tempo	das	notícias	no	JN	em	2014	(%).....	52	
Gráfico	11:	Notícias	de	política	no	JN	em	2014	(%).....	53	
Gráfico	12:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	2014.....	53		

Gráfico	13:	Atores	políticos	no	JN	2014.....	54		
Gráfico	14:	Instituições	políticas	no	JN	2014.....	54		
Gráfico	15:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	2016 (%).....	55	
Gráfico	16:	Tempo	das	notícias	no	JN	em	2016 (%).....	56
Gráfico	17:	Notícias	de	política	no	JN	em	2016 (%).....	56
Gráfico	18:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	2015 (%).....	57
Gráfico	19:	Atores	políticos	no	JN	2016.....	57		
Gráfico	20:	Instituições	políticas	no	JN	2016.....	58		
Gráfico	21:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	Agosto/2014 (%).....	59	
Gráfico	22:	Cobertura	de	Política	ao	longo	de	Agosto/2014 (%).....	59
Gráfico	23:	Notícias	de	política	no	JN	em	Agosto/2014 (%).....	61
Gráfico	24:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	Agosto/2014.....	61
Gráfico	25:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	Setembro/2014 (%).....	63	
Gráfico	26:	Cobertura	de	Política	ao	longo	de	Setembro/2014 (%).....	64
Gráfico	27:	Notícias	de	política	no	JN	em	Setembro/2014 (%).....	65
Gráfico	28:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	Setembro/2014 (%).....	65
Gráfico	29:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	Setembro/2014 (%).....	67	
Gráfico	30:	Cobertura	de	Política	ao	longo	de	Outubro/2014 (%).....	68
Gráfico	31:	Notícias	de	política	no	JN	em	Outubro/2014 (%).....	69

Gráfico 32:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	Outubro/2014.....	69	
Gráfico 33:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	Agosto/2016	(%).....	71	
Gráfico 34:	Cobertura	de	Política	ao	longo	de	Agosto/2016	(%).....	72
Gráfico 35:	Notícias	de	política	no	JN	em	Agosto/2016	(%).....	73
Gráfico 36:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	Agosto/2016.....	73	
Gráfico 37:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	Setembro/2016	(%).....	76	
Gráfico 38:	Cobertura	de	Política	ao	longo	de	Setembro/2016	(%).....	76
Gráfico 39:	Notícias	de	política	no	JN	em	Setembro/2016	(%).....	77
Gráfico 40:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	Setembro/2016	(%).....	78
Gráfico 41:	Temas	do	Jornal	Nacional	em	Outubro/2016	(%).....	81	
Gráfico 42:	Cobertura	de	Política	ao	longo	de	Outubro/2016	(%).....	82
Gráfico 43:	Notícias	de	política	no	JN	em	Outubro/2016	(%).....	83
Gráfico 44:	Tempo	notícias	de	política	em	segundos	Outubro/2016.....	83	

Sumário

Resumo.....	7
1. Introdução.....	15
2. A centralidade da televisão.....	17
2.1 O sistema de mídia no Brasil.....	21
2.2 TV no Brasil.....	26
2.3 O jornalismo e a relação com o indivíduo.....	28
2.4 Teoria da Agenda.....	32
2.5 A Comunicação Política no Brasil.....	34
3. A centralidade da Rede Globo.....	37
3.1 Jornal Nacional.....	39
3.2 Corrupção e cobertura jornalística.....	40
4. Metodologia.....	43
5. Análise de dados.....	45
5.1 Anos.....	49
5.2 Meses.....	52
6. Conclusão.....	84
Referências.....	87

1. Introdução

O lugar central dos meios de comunicação dentro da sociedade brasileira está obrigando a adequação da política dentro desse contexto. Os eleitores buscam informação nos mais diferentes meios de comunicação, principalmente nos períodos eleitorais, em que é exigido que cada indivíduo que responde aos requisitos vote em algum candidato para os cargos de executivo e legislativo. Dessa forma, as fontes de notícia passam a adquirir uma posição central na vida das pessoas, pois elas serão responsáveis por levar diversas informações que poderão colaborar no momento da escolha do voto. Observando do ponto de vista dos próprios políticos, a publicidade em cima de determinados nomes, pode influenciar positivamente ou negativamente numa carreira política também (CHAIA, 2015).

A Rede Globo de Televisão tem se mostrado firme ao longo dos anos como a principal emissora televisiva brasileira. Devido à sua posição central dentro da comunicação brasileira, ela possui grande influência política e nos pleitos eleitorais. Ao colaborar com a construção da agenda dos telespectadores e dos candidatos, e também receber a interação dos dois grupos na construção de sua própria agenda, a forma como seus telejornais cobrem Política ganha uma importância extrema, pois exerce influência na formação da opinião pública.

Assim, a cobertura realizada a respeito de casos de corrupção é um momento crucial, uma vez que a forma como ela é feita poderá influenciar diretamente na vida política do país e atingir seu ápice durante os períodos de eleição, influenciando diretamente nos resultados eleitorais. Se tais esquemas podem ou não respingar nesses indivíduos que disputam a eleição, dependerá em grande parte da maneira como o tema “corrupção” será coberto. Portanto, compreender a forma como o JN cobre casos de corrupção, é dar um passo rumo ao entendimento de um período de grande importância para um país.

A presente pesquisa busca, desta forma, analisar como a cobertura de casos de corrupção é feita pelo Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão. Partindo-se da noção de que casos de corrupção recebem larga cobertura, e que podem definir os rumos de um pleito, serão utilizados os programas relativos aos períodos eleitorais de 2014 e 2016. Enquanto um representa eleições gerais e o outro, eleições locais, ambos colocam, à sua forma, a política em posição central dentro dos jornais. De acordo com Hallin e Mancini (2004), os períodos eleitorais são momentos críticos dentro de uma democracia, o que demonstra a importância de se conhecer a cobertura da mídia

durante tais momentos.

Outro fator de extrema importância, é o de que os períodos analisados, correspondem a esquemas de corrupção em que lideranças e partidos que disputaram as eleições estão envolvidos. Por exemplo, na Lava-Jato, há o envolvimento dos três principais partidos brasileiros: PT, PSDB e PMDB. Além de figuras muito conhecidas dentro da política estarem relacionadas de alguma forma, como o ex-governador do estado de Minas Gerais e candidato à presidência em 2014, Aécio Neves. Enquanto as campanhas dos candidatos buscam construir uma imagem positiva deles (MANIN, 2013), a agenda midiática que se foca na cobertura de casos de corrupção, desgasta a imagem dos partidos e dos candidatos e até mesmo da política de forma geral (THOMPSON, 2002).

Ao final da presente pesquisa, será possível responder as perguntas: como o tema “corrupção” é inserido na agenda do Jornal Nacional? Qual a frequência desse tema em comparação aos demais na agenda do JN? Qual o tempo destinado ao tema? Quais casos de corrupção dentro desse período foram mais salientados? Como esses casos foram salientados? Quanto aos atores ligados a partidos, quais são os principais? E quais são os outros atores que possuem relevância? A hipótese que será analisada a partir disso é a de que o tema corrupção compõe a agenda temática do JN de forma significativa, e a saliência dos casos e dos atores é desigual (os atores que aparecem na cobertura de casos de corrupção também aparecem na cobertura eleitoral). Para atingir o objetivo, a abordagem metodológica será quantitativa para encontrar a frequência com que o tema é coberto e seus principais atores.

Esse texto apresenta, além de sua introdução, o primeiro capítulo teórico sobre a importância da TV, não só na vida do brasileiro, como na do indivíduo de forma geral, além de fazer um panorama da área da Comunicação Política no Brasil e alguns de seus desdobramentos teóricos; o terceiro capítulo teórico, que se aprofunda na importância que a Rede Globo de Televisão e o Jornal Nacional possuem; o capítulo metodológico; a análise dos dados e, por fim, as considerações finais.

2. A centralidade da televisão

A televisão ainda é o principal meio de comunicação de massa do Brasil. Além de estar presente em boa parte dos domicílios, essa ainda é a forma mais corriqueira pela qual os brasileiros obtêm informações. De acordo com a Pesquisa por Amostra de Domicílio (2015), a TV está presente na casa da população brasileira: 97,4% dos domicílios particulares possuem televisor.

Tabela 01: Meios de comunicação em domicílios permanentes – Brasil 2013/2014

Característica	Domicílios particulares permanentes			
	2014		2015	
	Total	Percentual (%)	Total	Percentual (%)
Rádio	47722	72,3	46461	69,4
Televisão	64258	97,4	65159	97,4
Microcomputador	32438	49,2	31333	46,8
Microcomputador com acesso à <i>internet</i>	28158	42,7	27496	41,1

Fonte: Pesquisa por amostra de domicílio (2015, p. 68).

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (2016), 63% da população afirma que o meio de comunicação mais usado para se informar a respeito dos acontecimentos no Brasil é, justamente, a TV. A *internet*, aparece somente em segundo lugar, com apenas 26%, o que demonstra a força que a TV ainda tem em território nacional.

Tabela 02: Principais fontes de informação do brasileiro 2016

Meios de comunicação	Menção
TV	63%
Rádio	7%
Internet	26%
Jornal	3%
Revista	0%
Meio externo ¹	0%
Outro	0%
NS/NR	0%

Fonte: Pesquisa brasileira de mídia 2016 (2016, p. 14).

Quando questionados quantas vezes na semana assistiam a televisão, 77% disseram ver todos os sete dias da semana, como pode ser visto abaixo. Esse dado fica mais interessante quando é comparado à *internet*. Um total de 50% dos entrevistados disse usá-la todos os dias da semana (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2016).

Tabela 03: Frequência que o brasileiro assiste televisão (%)

Frequência	Porcentagem
1 dia por semana ou menos	3%
2 dias por semana	4%
3 dias por semana	5%
4 dias por semana	3%
5 dias por semana	4%
6 dias por semana	2%
7 dias por semana/Todos os dias	77%
Nunca/Não assiste/Ouve/Lê/Navega	3%
NS/NR	0%

Fonte: Pesquisa brasileira de mídia 2016 (2016, p. 15).

Ao comparar a frequência com outras mídias, o contraste é grande. No caso do rádio, mídia que já foi profundamente difundida no território brasileiro, hoje já não possui a mesma forma homoganeamente em todo o país. Contrastando com a

¹ Placas publicitárias, *outdoor*, ônibus, elevador, metrô, aeroporto.

porcentagem ligada à TV, há uma diferença de mais de 30% daqueles que assistem todos os dias da semana. Enquanto que, para a televisão, apenas 3% alegam nunca assistir, para o rádio constam 33% (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2016).

Passando para uma mídia mais atual como a *internet*, a disparidade ainda é perceptível. Metade dos indivíduos entrevistados dizem utilizar a internet todos os dias da semana, e, mesmo a quantidade de entrevistados que nunca fazem seu uso (37%), ainda é maior que os que nunca assistem TV (3%).

Tabela 04: Utilização da Internet – Dias da semana (%)

Frequência	Porcentagem
1 dia por semana ou menos	2%
2 dias por semana	3%
3 dias por semana	3%
4 dias por semana	2%
5 dias por semana	2%
6 dias por semana	1%
7 dias por semana/Todos os dias	50%
Nunca/Não assiste/Ouve/Lê/Navega	37%
NS/NR	0%

Fonte: Pesquisa brasileira de mídia 2016 (2016, p. 16).

Outro ponto a se observar, são os dias da semana em que os indivíduos mais assistem à televisão. Ao todo, 47% diz assistir mais durante a semana e apenas 26% assiste mais nos finais de semana.

Tabela 05: Utilização da televisão – Dias da semana (%)

Frequência	Porcentagem
Mais de segundo a sexta	47%
Mais aos finais de semana	26%
Assiste de segunda a sexta e aos finais de semana nas mesmas proporções	27%
NS/NR	0%

Fonte: Pesquisa brasileira de mídia 2016 (2016, p. 17).

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), quase 80% dos entrevistados diz ver TV para se informar das notícias do dia, enquanto 69% diz assistir apenas como forma de entretenimento.

Tabela 06: Função da televisão (%)

Função	Porcentagem
Para me informar/saber as notícias	79%
Para me divertir/como entretenimento	67%
Para passar o tempo/tempo livre	32%
Por causa de um programa específico/uma matéria específica	19%
Como uma companhia para mim	11%
Para estudar	4%
Outro	0%
NS/NR	0%

Fonte: Pesquisa brasileira de mídia 2015 (2015, p. 25).

Quanto à forma como o sinal da TV é recebido na casa dos brasileiros, mais da metade (72%), utiliza a TV aberta, enquanto apenas 26% possuem TV paga e 23%, o sinal da parabólica (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2015). O horário em que a TV alcança o maior pico de audiência, é o das 20h às 20h59min, o que configura o horário nobre.

Gráfico 01: Ciclo horário do uso da TV



Fonte: Pesquisa brasileira de mídia 2015 (2015, p. 20).

Dessa forma, a centralidade da televisão dentro do Brasil fica evidenciada. Apesar de uma parte significativa da população já ter acesso à *internet*, a TV ainda se configura como o principal meio de informação do brasileiro e, assim, sua presença dentro de contextos importantes do país, como os períodos eleitorais ganha ainda mais força.

2.1 O sistema de mídia no Brasil

No dia 20 de setembro de 1950, ia ao ar, na TV Tupi, o *Imagens do Dia*. O telejornal, com uma equipe enxuta, consistia numa série de filmes sobre os acontecimentos do dia. Em 1952, surgia outro programa, na mesma emissora, o *Telenotícias Panair*. Todavia, o telejornal mais significativo do período, foi ao ar um pouco depois. O *Repórter Esso*, já possuía uma cobertura de notícias nacionais e internacionais, apesar de ainda possuir uma produção precária que era característica dos programas da época. Outra marca, era a dos apresentadores vindos do rádio, que davam aos programas um ar radiofônico.

Em 1962, na TV Excelsior, foi exibido o telejornal que foi o símbolo das mudanças pelas quais a televisão brasileira passava, o *Jornal de Vanguarda*. Entre uma das principais novidades, estavam os cronistas que participavam ativamente da atração, como João Saldanha, Millôr Fernandes, Stanislaw Ponte Preta, entre outros. A qualidade jornalística era visível e obteve reconhecimento mundial. Contudo, o jornal

foi de encontro com o Ato Institucional nº5 e sua equipe achou mais cauteloso cancelá-lo a fim de evitar que o regime da época o fosse destruindo aos poucos.

Apesar de apresentar avanços técnicos, os telejornais, durante o período militar, ainda padeciam de não tentar encontrar um estilo próprio e sem abandonar a forma radiofônica de dar notícias, apenas com um apresentador atrás de uma bancada lendo notícias em um papel. Entretanto, é nessa mesma época que se inicia uma nova fase, com o fim do Repórter Esso e a criação do Jornal Nacional, na Rede Globo.

Isto posto, deve-se pensar no desenvolvimento de uma indústria de bens culturais apenas após o Golpe de 1964, porque foi o próprio regime militar que promoveu o desenvolvimento do capitalismo no Brasil. A necessidade do Estado em expressar seu poder, esbarra nas esferas culturais, as quais podem prejudicá-lo se paradas em mãos consideradas por ele como erradas. Desta forma, seria necessário se apropriar delas de alguma forma. Diversas entidades culturais, como a FUNARTE, Pró-memória, EMBRAFILME, Conselho Federal de Cultura, Instituto Nacional de Cinema, entre outros, surgiram nesse período.

(...) o Estado militar aprofunda medidas econômicas tomadas no governo Juscelino, às quais os economistas se referem como ‘a segunda revolução industrial’ no Brasil. Certamente os militares não inventaram o capitalismo, mas 64 é um momento de reorganização da economia brasileira que cada vez mais se insere no processo de internacionalização do capital; o Estado autoritário permite consolidar no Brasil o ‘capitalismo tardio’. Em termos culturais essa reorientação econômica traz consequências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais (ORTIZ, 1988, p. 114).

Em 1975, foi criado o Manual Básico da Escola Superior de Guerra, nele continha a ideia de que os meios de comunicação de massa, quando usados pelos grupos que governavam de forma a beneficiá-los, poderiam estancar pontos de inconformidade com o governo. Assim, o Estado deveria trabalhar de forma a garantir uma face repressora e outra de incentivar as atividades ligadas à cultura.

Não se deve deixar de lado o caráter repressivo do regime militar em relação à cultura. Devido ao fato de o mercado cultural envolver bens simbólicos – os quais se posicionaram em diversos momentos contra o regime –, o governo deveria pensá-los de

forma diferenciada do mercado de bens materiais. Assim, a ditadura passou a ter um lado repressivo e outro disciplinador. Essa face disciplinadora é bem mais complexa, pois ela não apenas reprimiria algo, e sim trabalharia incentivando determinado tipo de orientação. Assim, a censura daquele período se organizou de forma a limitar o surgimento de uma determinada obra ou linha de pensamento.

Um dos pilares que articularam com os militares a queda de João Goulart, foi o núcleo empresarial. Logo após a tomada do poder foram acontecendo colaborações entre o governo e empresas do setor de comunicação. Em 1965, é criada a EMBRATEL, que possibilita a modernização dos meios de comunicação no Brasil. Assim, é possível compreender o motivo pelo qual o Estado, ao mesmo tempo que censurava determinadas manifestações, apoiava o desenvolvimento de outras como forma de submetê-las as suas vontades.

Em 1967, é criado o Ministério de Comunicações, e no ano seguinte é inaugurado um novo sistema de micro-ondas, que permitiu a interligação de todo território nacional.

O sistema de redes, condição essencial para o funcionamento da indústria cultural, pressupunha um suporte tecnológico que no Brasil, contrariamente dos Estados Unidos, é resultado de um investimento do Estado. Não deixa de ser curioso observar que o que legitima a ação dos militares no campo da telecomunicação é a própria ideologia da Segurança Nacional. A ideia de 'integração nacional' é central para realização desta ideologia que impulsiona os militares a promover toda uma transformação na esfera das comunicações. Porém, como simultaneamente este Estado atua e privilegia a área econômica, os frutos deste investimento serão colhidos pelos grupos empresariais televisivos (ORTIZ, 1988, p. 118).

Não obstante, o regime militar batia de frente com o empresariado ligado ao setor da comunicação, uma vez que a ideologia da Segurança Nacional era conservadora, enquanto os empresários possuíam interesses comerciais. O relacionamento entre empresários do setor de comunicação e militares não era totalmente amistoso devido a esses fatos, no entanto, era o preço a se pagar para que o governo investisse no desenvolvimento do setor.

Desse modo, a indústria de bens culturais no Brasil passou pelo período em que houve a modificação da figura dos capitães de indústria para a figura do *manager*.

Enquanto o primeiro representava um modelo administrativo visto como “arcaico” e muito centrado apenas na figura de uma pessoa, o dono – o *manager* – já não apelava para sua imagem da mesma forma, evitando concentrar poderes nas mãos apenas de uma pessoa, o que fracionava as empresas e possibilitava o investimento em diversos setores. Daí surgiram os grandes conglomerados, tendo como maior exemplo o formado por Roberto Marinho, em que estava a Rede Globo de Televisão. Assim, a figura do empresário se distancia da imagem de suas empresas.

A televisão começou a ter um maior domínio depois do golpe militar de 1964, se beneficiando dele. Nesse período, surgiram modificações realizadas pelo governo vigente para que se realizasse uma reorganização econômica em que houvesse um fortalecimento da indústria de produção de bens culturais, e aconteceu também o aumento do hábito de assistir televisão, já que com os investimentos no setor os aparelhos melhoraram (ORTIZ, 1988).

Em 1970 existiam 4 milhões 259 mil domicílios com aparelhos de televisão, o que significa que 56% da população era atingida pelo veículo; em 1982 este número passa para 15 milhões 855 mil, o que corresponde a 73% do total de domicílios existentes (ORTIZ, 1988, p. 130).

À vista disso, o Jornal Nacional foi ao ar pela Rede Globo de Televisão em setembro de 1969, ao vivo, nas capitais de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba. Com produção acurada, a emissora buscava concorrer diretamente com o Repórter Esso, da TV Tupi. No entanto, o JN ainda enfrentou um ponto: o de que teria algum tipo de afinidade ideológica com o governo militar que presidia o país no momento.

Na edição de estreia, o locutor Hílton Gomes anunciava, como manchete do dia, que o governo do país passava temporariamente o controle aos três ministros militares, por causa da doença do presidente da República, general Costa e Silva. O acaso evidenciava o que para muitos significava mais do que uma simples coincidência. A integração nacional pela notícia, via Jornal Nacional, e o endurecimento da ação do governo militar começavam no mesmo dia (REZENDE, Guilherme Jorge de, 2000, p. 110).

O escolhido para ser a cara do programa foi Cid Moreira. Com boa aparência, bom timbre e com experiência adquirida na apresentação do Jornal de Vanguarda, ele

foi o apresentador até 1996. Os apresentadores que seguiram, também respeitavam a esse padrão global. Contudo, devido à censura da época, o jornal foi despolitizado e mesmo com repórteres que passavam, através de suas inserções, a ideia de neutralidade e rigidez, a emissora teve que fazer uso de seus outros programas de entretenimento para se aproximar dos telespectadores. Outra questão era a falta de profundidade, que gerava um jornal de densidade baixa e com pouco conteúdo.

Apesar disso, os índices de audiência do JN não sofreram abalos, pelo contrário. Em 1979, alcançou 79,9% da audiência nacional, o que pode ser explicado pela estratégia, repetida até os dias de hoje, de colocá-lo entre as novelas “das sete” e “das oito”. A emissora se viu incentivada a continuar investindo na área e surgiram novos telejornais em sua programação: Hoje; Bom dia São Paulo, Globo Repórter, entre outros. Com a redemocratização, os jornais da Globo passaram a ser um pouco mais críticos, o que não foi suficiente para acabar com o estigma de apoiadora do regime passado. A emissora também não conseguiu se manter longe de outras polêmicas políticas, como no caso do último debate presidencial de 1989 entre Luís Inácio “Lula” da Silva e Fernando Collor de Mello.

A montagem considerada tendenciosa e prejudicial ao candidato Lula que o Jornal Nacional exibiu do debate foi o estopim de um desentendimento interno no jornalismo da Rede Globo. O atrito resultou no afastamento de Armando Nogueira da direção geral do telejornalismo da emissora e sua substituição por Alberico Souza Cruz (...). Nogueira lembrou que o clima de tensão se tornou perturbador a partir das duas semanas que antecederam a eleição e culminou com a edição distorcida do debate (...). Armando contou que a possibilidade de vitória do candidato do Partido dos Trabalhadores, Lula, precipitou uma reação dos partidários de Fernando Collor de Mello no próprio setor de jornalismo da TV Globo (REZENDE, Guilherme Jorge de, 2000, p. 129).

As polêmicas relacionadas à política não pararam. Em 1994, mais uma vez, o enquadramento positivo sobre um candidato ao pleito em detrimento de outro, pode ter influenciado no cenário eleitoral do momento. Segundo Albuquerque (1994), o JN sugeriu que a candidatura de Fernando Henrique Cardoso era resultado de uma grande junção de lideranças políticas que se uniram ao chegaram a um consenso sobre as questões do país. Diferentemente, a candidatura de Lula, em que foi destacada a preferência do candidato em apertar seus laços com o movimento sindical e sua relação

intensa com o grevismo, constituiu a ideia de um possível governo marcado por conflitos. As eleições de 1998 receberam uma cobertura diferente. O Jornal Nacional não só dedicou menos de 5% de seu tempo à cobertura eleitoral, como também excluiu toda a agenda de campanha de sua pauta (MIGUEL, 2004). O candidato Lula reclamou na época de um possível enviesamento da mídia e acusou o governo da época de manter relações com a imprensa, pedindo para retirar da agenda os temas abordados em sua campanha.

Em 1998, o Jornal Nacional recusou-se a incorporar em sua pauta, os temas que eram apresentados na propaganda eleitoral. Os principais candidatos da oposição, Lula e Ciro Gomes, enfatizaram, em seus programas de televisão, o desemprego, apresentado como o principal problema social do país (...). O aumento do desemprego e a seca, tanto quanto outros problemas enfrentados pelo governo (...) haviam ocupado razoável espaço nos diferentes órgãos da imprensa antes da Copa do Mundo, aí incluído o próprio Jornal Nacional. Depois do campeonato mundial, porém, a agenda mudou. O incêndio em Roraima fora debelado, mas o desemprego crescente e a estiagem que prosseguia no Nordeste tinham simplesmente sumido dos noticiários (...) (REZENDE, Guilherme Jorge de, 2000, p. 67).

No dia primeiro de abril de 1996, o JN sofreu uma mudança drástica em sua bancada: seus âncoras símbolos, Cid Moreira e Sérgio Chapelin, foram substituídos por William Bonner e Lilian Witte Fibe, numa tentativa de dar “um ar mais jovial” ao programa além da credibilidade que um jornalista pode apresentar em uma bancada de um jornal. Era o fim definitivo da era radiofônica na TV.

2.2 TV no Brasil

De acordo com Azevedo (2006), um dos pontos a serem observados quando se fala sobre a centralidade da TV, é a participação que o setor tem na quantidade de investimentos publicitários. Independentemente de serem emissoras abertas ou fechadas, principalmente as ligadas a Rede Globo de Televisão, possuem uma grande parcela do mercado publicitário; 59,6% dos investimentos publicitários tem como alvo a TV, enquanto o jornal, que vem logo atrás, conta com apenas 16,3% (AZEVEDO, 2006).

No que diz respeito à diversidade externa, ou seja, a diversidade de informação nos meios de comunicação que garanta que diversas perspectivas políticas sejam de

fácil acesso aos telespectadores, pode-se dizer que o sistema de mídia brasileiro possui baixa diversidade externa (AZEVEDO, 2004). Isso acontece possivelmente devido à proximidade das elites ligadas principalmente aos maiores jornais do país.

(...) as constituições brasileiras desde 1946 proibiam o controle das empresas jornalísticas e de radiodifusão por parte de pessoas jurídicas, sociedades anônimas por ações e estrangeiros. A intenção dos legisladores, conforme esclarece o autor, era permitir a identificação plena dos proprietários e impedir o controle da mídia pelo capital estrangeiro. Contudo, o efeito indireto de tais restrições legais produziu a formação de monopólios familiares no setor das comunicações de massas (...) (AZEVEDO, 2006, p. 99).

É dessa forma que o sistema de mídia brasileiro acabou na mão de apenas oito famílias. A família Marinho é a que detém o maior número de emissoras, 32 ao todo. Logo atrás vêm a família Saad, proprietária da Rede Bandeirantes de Televisão, com 12, e por fim, os Abravanel, do SBT. Nas emissoras regionais, estão as outras cinco famílias restantes: Sirotsky; Câmara; Daou; Zahran; Jereissati. Em outras mídias também há famílias dominantes, como no caso dos Civita do Grupo Abril; os Mesquita, do Estado de S. Paulo e por fim, os Frias, da Folha de S. Paulo. Enfim, praticamente toda a mídia brasileira é controlada por apenas 15 famílias (LIMA, 2001).

Outra característica do nosso sistema de mídia, é o controle exercido por políticos nas rádios e emissoras de televisão. Isso só foi possível de acontecer porque, até 1988, quem definia as concessões dos serviços de radiodifusão era o Presidente da República. Como é mostrado na tabela abaixo.

Tabela 07: Emissoras de rádio e televisão controladas por políticos – Brasil (1994)

Emissoras	Total	Políticos e ex-políticos	%
Televisão	302	94	31,12
Rádio	2908	1169	40,19

Fonte: LIMA (2001, p. 106).

Apesar de mudarem as regras na Constituição de 1988, a prática continuou acontecendo. Já no governo de Fernando Henrique Cardoso, 268 das 1848 estações de TVs que foram autorizadas eram controladas por políticos ou empresas (LIMA, 2001).

Mesmo com as novas regras, juntamente ao processo neoliberal pelo qual o mundo passou, que promoveu maior desregulamentação e a permissão de entrada do capital estrangeiro, não houve mudanças drásticas. A forma encontrada para o monopólio familiar continuar se fortalecendo foi por meio das fusões que levam às propriedades cruzadas.

Em resumo, o monopólio familiar, a propriedade cruzada dos principais meios de comunicação de massa, o controle parcial de redes locais e regionais de TV e rádio por políticos profissionais, e a inexistência de uma imprensa partidária ligada a interesses sociais minoritários com alguma expressão nacional faz com que nosso sistema de mídia apresente ainda, depois de mais de duas décadas do retorno à democracia, uma reduzida e precária diversidade externa (AZEVEDO, 2006, p. 101).

Desta forma é possível afirmar que, de acordo com o modelo proposto por Hallin e Mancini (2004), o sistema brasileiro de mídia é o mediterrâneo ou pluralista polarizado. No modelo pluralista polarizado, os jornais têm baixa circulação e são orientados para uma elite, além da centralidade do rádio e da televisão. O desenvolvimento da imprensa comercial aconteceu tardiamente, assim como o advento da liberdade de expressão. O paralelismo político ainda é alto pois o jornalismo orientado para a defesa de alguns interesses é predominante, apesar de ter alguma diversidade externa. Como os principais exemplos, temos França, Espanha, Itália, Grécia e Portugal (AZEVEDO, 2006).

Entre as várias características mais fortes de nosso sistema de mídia, deve-se sempre destacar o surgimento tardio da imprensa e dos jornais comerciais no Brasil, além da centralidade que a televisão possui dentro do sistema. Assim, temos um sistema marcado pelo monopólio familiar, uma baixa circulação de jornais e pequena diversidade externa de acordo com o ponto de vista político. O sistema acaba por se orientar em cima das elites e é moldado de acordo com os públicos que impõem mais força. Junta-se isso ao contexto histórico brasileiro, uma democracia relativamente recente que veio após ciclos de regimes autoritários o que sucede o modelo mediterrâneo (AZEVEDO, 2016).

2.3 O jornalismo e a relação com o indivíduo

Partindo-se da noção de que até mesmo as falas de determinados atores que são selecionadas para serem apresentadas durante os jornais televisivos representam as verdadeiras ideias dos programas jornalísticos (TUCHMAN, 1972), coloca-se em posição central de altíssima importância a forma como a Política recebe cobertura dos jornais. O modo como esta cobertura é realizada pode se ligar diretamente à forma como o eleitor se comporta nos períodos eleitorais. Assim, é de extrema importância compreender a maneira como os jornais, no caso desta pesquisa, o Jornal Nacional, cobrem alguns fatos políticos.

A relação entre a população e a manutenção e consolidação do regime democrático, é um tema em que vários pesquisadores já se debruçaram. Uma das principais respostas a respeito dessa relação, é a de que os indivíduos não conseguem ter acesso às informações sobre assuntos sensíveis. Assim, a dificuldade para se manter estável em uma democracia é muito maior. Este foi o caso de Walter Lippmann (1922), que considerava que as pessoas desenvolviam seus entendimentos sobre o mundo através de pseudoambientes em que as informações eram distorcidas. Assim, a formação da opinião pública se daria de modo problemático.

A partir do aprimoramento das metodologias científicas, pesquisadores começaram a busca por provar esse problema. Uma das pesquisas mais importantes do período, realizada por Philip Converse (1964), detectou que somente indivíduos que possuem algum grau maior de ideologia tinham acesso às informações, o que demonstra como a distribuição das notícias de assuntos públicos era desigual. Assim, os outros grupos se orientavam politicamente através de outros pontos, como a identificação partidária, por exemplo.

Tais trabalhos, tentaram mostrar como que os baixos níveis de informação são prejudiciais a um regime democrático, podendo até impedi-lo de ser implantando em um país. A forma de resolver esta problemática encontrada por autores que seguem essa linha, foi a de organizar um governo democrático que se oriente em torno de uma elite de peritos bem informada e capaz de governar uma população com baixo conhecimento a respeito das informações de caráter público. O grande problema é que esse tipo de governo pode passar a representar o interesse de poucos ligados a essa elite e não refletir propriamente sobre as necessidades da população.

Ao criticar a ignorância do público, o modelo cidadão ignorante revela um certo viés elitista. Como Schattschneider afirma, o significado da ignorância das pessoas em relação aos assuntos públicos depende, em grande medida, de como se define a democracia. A ideia de que a democracia é um fracasso porque as pessoas não são capazes de responder questões apresentadas em pesquisas de opinião demonstra uma atitude pedante por parte dos acadêmicos (...). Este enfoque sugere, implícita ou explicitamente, que cidadãos não podem fazer parte da discussão de temas políticos e que as decisões políticas devem ser de responsabilidade das elites (PORTO, 2007, p. 25-26).

É desta maneira que a teoria do cidadão ignorante segue para um caminho perigoso, uma vez que ela abre espaço para que ocorra uma tirania de peritos (LUIA E MCCUBBINS, 1998). Contrariamente a esta teoria, há autores que acreditam que, mesmo com poucas informações, os eleitores conseguem ter decisões coerentes. Assim, ganha espaço uma nova teoria: a escolha racional. Criada por economistas e tem como base principal a obra de Anthony Downs, “*An Economic Theory Of Democracy*” (1957). Estando o indivíduo em um cenário em que as informações são falhas, a procura por informações menos problemáticas demanda custos as vezes altos, como tempo e esforço. Assim, ao tomar decisões políticas racionais, os indivíduos buscam atalhos que demandam o menor esforço possível. Daí surge a identificação partidária, por exemplo.

De acordo com Samuel Popkin (1994), as pessoas juntam suas experiências passadas e as informações acumuladas no decorrer dos anos de notícias e campanhas para, assim, tomar a decisão. Portanto, o fato do cidadão não ter acesso a uma informação em sua totalidade, não necessariamente representa um perigo. O problema do modelo do cidadão racional é que ele desconsidera outros importantes pontos que influenciam nas decisões do indivíduo e deixa de lado as desigualdades econômicas e simbólicas pelas quais algumas pessoas passam. Questões relativas à “cultura” também são desprezadas.

Segundo Porto (2007), os cidadãos podem tomar decisões coerentes com os baixos níveis de informação, no entanto, somente quando o debate está aberto e há muitas opções de interpretação da realidade política.

Mesmo quando existe informação abundante sobre um determinado tema ou evento político, as estruturas políticas e comunicacionais podem limitar o debate público ao restringir o número de enquadramentos que podem ser utilizados na formação de preferências pelos cidadãos. Neste caso, a deliberação política é limitada de forma perigosa. Por outro lado, se existe uma pluralidade de enquadramentos interpretativos na esfera pública, e particularmente na mídia, mesmo cidadãos com baixos níveis de informação podem ter acesso a atalhos que permitem a eles desenvolver opiniões coerentes sobre assuntos públicos (PORTO, 2007, p. 40-41).

Na teoria do cidadão interpretante, a tentativa de explicar a relação entre a interpretação da realidade dos indivíduos e o ambiente político em que estão se foca no ponto de referência que é utilizado para interpretar as situações. Por exemplo, alguns poucos grupos privilegiados têm total acesso à mídia e exercem certa influência no que é transmitido aos cidadãos. A mídia se utiliza de enquadramentos que protegem determinados grupos e os auxilia a se manterem no mesmo *status* alto que estão.

As pesquisas desenvolvidas por Paul Lazarsfeld com o *Bureau of Applied Social Research* a respeito das eleições norte-americanas, desenvolveram o chamado modelo dos efeitos limitados. Eles se interessavam nos efeitos de curto prazo que as campanhas, não só políticas, exerciam nos indivíduos. Foi chamado de efeitos limitados porque entre os meios de comunicação e os indivíduos há diversas variáveis que intermediam essa relação. O papel dos chamados “líderes de opinião” é fundamental, pois diversos entrevistados alegaram que suas decisões sofreram influências de outras pessoas. Assim, as ideias centradas na mídia vão em direção aos líderes e estes os enviam para o restante da população. Ao chegar nos indivíduos, eles apenas procurarão pelas informações que representam suas crenças e seus interesses (PORTO, 2007).

Os trabalhos de Lazarsfeld, apesar de algumas críticas, tiveram sua importância. No entanto, não foram os únicos a colocar um foco na temática. Um tempo depois, McCombs e Shaw (2009) publicaram o texto “A Teoria da Agenda”, que analisava os efeitos do agendamento da mídia. A mídia trabalharia determinando a agenda de campanha política, o que levaria à saliência de tais temas dentro da opinião pública. Assim, a imprensa não busca dizer o que os indivíduos devem pensar, mas sim em como devem pensar (MCCOMBS E SHAW, 2009). Portanto, são estudos que buscam compreender o processo de formação do ambiente político de acordo com a definição da agenda dos temas que são relevantes ao público.

O problema que esta abordagem apresenta é o de que não há a ênfase na forma como os temas são mostrados ao público. Assim, começou-se a associar o enquadramento com a Teoria da Agenda, buscando compreender como o público pensa sobre determinado tema. São os estudos que inauguraram o chamado “segundo nível de efeitos”.

Segundo Hallin (1989), em seu estudo a respeito da cobertura jornalística sobre a Guerra do Vietnã, o trabalho jornalístico se separa em três pontos: a esfera da controvérsia legítima; esfera do consenso e a esfera dos desviantes. Na primeira, estão inclusas as questões vistas como relevantes pelos atores envolvidos principalmente nos processos eleitorais. Na esfera do consenso, estão os temas que não são vistos como controversos dentro do jornalismo e para a população em geral. Os jornalistas não se sentem obrigados a buscar opiniões alternativas e a neutralidade é deixada de lado. Por fim, na esfera dos desviantes, há a determinação do que é uma posição política aceitável dentro daquele meio; a partir disso, vozes serão silenciadas e pontos de vistas que se diferem do considerado correto são totalmente ignorados. Desta forma, os jornalistas se sentem no papel de exaltar determinadas linhas e marginalizar outras que são opostas a estas.

Mesmo que a mídia apresente algum grau de diversidade, ela será limitada por três fatores: ela é dependente de fontes oficiais ligadas ao Estado, o que não deixa espaço para que a oposição consiga ter algum espaço dentro do noticiário; quando a mídia consegue quebrar um pouco desse padrão, apenas determinadas formas de oposição são consideradas; e, por fim, a mídia normalmente não deixa lugar para coberturas de movimentos oposicionistas e radicais.

2.4 Teoria da Agenda

Ao final do século XIX, o jornalismo partidário foi se enfraquecendo e a imprensa, que buscava uma boa recepção no mercado, entrou em seu lugar. Com essa queda, a imprensa passou a buscar audiência, se relacionando de forma bem mais competitiva com o mercado. Após o aumento da popularidade do rádio e da televisão, com o aumento da capacidade de disseminação da informação à população, surgiu a chamada sociedade *media-centered*; agora, com a mídia fazendo o papel de interação entre o público e a política, surge a chamada “democracia de público”.

Juntamente, iniciaram-se processos de mudança na democracia, e o debate político começou a ser realizado através dos meios de comunicação. Desse contexto, surge a chamada Teoria da Agenda. Partindo-se da ideia de Lippmann (2010), de que os meios de comunicação eram a ligação principal dos acontecimentos do mundo com as imagens formadas pelos indivíduos.

Segundo Lippmann (2010), a opinião política de um indivíduo se utiliza mais da bagagem adquirida através de jornais do que das informações que ele possui anteriormente adquiridas de outras formas. A mídia, assim, passa a atuar como formadora de um “pseudo-ambiente” que indica o que ela quer passar aos seus telespectadores. A mídia começa, assim, a trabalhar na construção do mapa cognitivo do indivíduo, o que, juntamente do fato dela ser o primeiro contato que indivíduos estabelecem com determinadas imagens, contribui para o estabelecimento da agenda da mídia ao selecionar pontos em específico e deixando outros de lado.

A agenda da mídia busca, ao cobrir algum assunto com maior frequência, ressaltar certos temas em detrimento de outros, e, dessa forma, determinar a agenda do público. A visibilidade maior de alguns temas, consiste na agenda da mídia; e os temas de maior importância para o público, formam a chamada “agenda do público” (MCCOMBS E SHAW, 2009). Além de escolher temas específicos no lugar de outros, a mídia estabelece escalas de proeminência entre os objetos e constrói seus atributos negativos e positivos. A partir disso, esses tópicos serão expostos ao público, que fará uma relação entre os fatos expostos pela mídia com os atributos e construirão a percepção de quais são os temas de maior peso naquele momento (AZEVEDO, 2004).

Num contexto político, o eleitor passou a deixar de lado a ideologia e a fidelidade partidária para se concentrar nas informações passadas a cada período eleitoral (AZEVEDO, 2004). Portanto, a Teoria da Agenda se firma num contexto de mudança na forma como a mídia influencia na formação da opinião pública e, conseqüentemente, suas influências nas mudanças sofridas pela democracia que teve de aprender a trabalhar com um debate que passa a ser realizado através dos meios de comunicação.

A partir daí a teoria avançou e passou a ser considerado que a imprensa não necessariamente dizia às pessoas como pensar, mas no que pensar. Assim, entram em cena McCombs e Shaw com o termo específico para isso: “agendamento”.

(...) a literatura do agendamento abarca a pesquisa de três componentes que constituem o processo do agendamento. Esses três componentes são os estudos da agenda mediática (*media agenda-setting*), definidos como os estudos do conteúdo dos média, os estudos da agenda pública (*public "agenda-setting"*), definidos como os estudos que conceptualizam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte de membros do público, e os estudos sobre a agenda da política governamental (*policy "agenda-setting"*), definidos como o estudo das entidades governamentais (TRAQUINA, 2000, p. 18).

Através da frequência de determinados temas em detrimento de outros, a agenda da mídia se foca em salientar determinados temas como forma de determinar a agenda do público. A imprensa seleciona e divulga temas, os quais brigam pela atenção da mídia e da sociedade. A maior visibilidade de determinados temas no lugar de outros é chamado, segundo McCombs e Shaw (2009), como “agenda da mídia”, enquanto os temas considerados importantes pelos indivíduos são chamados de “agenda do público”.

Assim, a mídia, ao escolher determinados temas, acaba escolhendo os acontecimentos e objetos mais importantes da notícia além de estabelecer uma escala de proeminência entre os objetos, construir atributos negativos e positivos para eles e estabelecer uma relação direta entre as proeminências dos tópicos expostos pela mídia e a percepção de quais são os temas mais importantes naquele momento. Dessa forma, os dois primeiros pontos apresentados se referem ao primeiro nível de efeito do agendamento – a proeminência do objeto –, e o terceiro, ao segundo nível de efeito – a proeminência de atributos –, ou seja, as diferentes formas de enquadramento (AZEVEDO, 2004).

Os públicos usam estas saliências da mídia para organizar suas próprias agendas e decidirem quais assuntos são os mais importantes. Ao longo do tempo, os tópicos enfatizados nas notícias tornam-se os assuntos considerados os mais importantes pelo público. A agenda da mídia torna-se, em boa medida, a agenda do público. Em outras palavras, os veículos jornalísticos estabelecem a agenda pública. Estabelecer esta ligação com o público, colocando um assunto ou tópico na agenda pública de forma que ele se torna o foco da atenção e do pensamento do público – e, possivelmente, ação – é o estágio inicial na formação da opinião pública (MCCOMBS, 2009, p. 18).

A forma como casos de corrupção entram na agenda da mídia tem o potencial de indicar como os períodos eleitorais poderão se desenrolar. Assim, compreender como se dá essa agenda temática dentro dos períodos eleitorais é entender uma das facetas de uma disputa política. Portanto, o objetivo da presente pesquisa é investigar como se deu a agenda de casos de corrupção dentro do Jornal Nacional durante as eleições de 2014 e 2016.

2.5 Comunicação política no Brasil

O desenvolvimento da Comunicação Política no Brasil se deu juntamente ao período de redemocratização, principalmente devido a importância que os períodos eleitorais voltaram a ter dentro da vida política brasileira a partir de 1989. De acordo com Chaia (2015), anteriormente, haviam estudos que buscavam traçar o perfil dos eleitores, através de pesquisas que procuravam compreender as ideologias e bases sociais ligadas a lideranças personalistas, como Jânio Quadros e Adhemar de Barros, e partidos políticos. Contudo, o objeto central não era a comunicação em si. Entre os autores que se ocupavam de tais pesquisas estão, Francisco W. Weffort, Gláucio Dillon Soares, Orlando de Carvalho, entre outros. Pesquisas que se interessavam pelos processos eleitorais e se debruçavam sobre objetos ligados às campanhas eleitorais, *marketing* político e comportamento eleitoral, surgiram apenas nos anos 70. Entre o maior destaque, está o grupo de pesquisa de Bolivar Lamounier, entretanto, o foco ainda não era os meios midiáticos.

Somente ao final dos anos 70 e começo dos 80, que os cientistas sociais passaram a enxergar que comunicação e política poderiam ser áreas que caminham juntas. Alguns trabalhos se voltavam para uma vertente politizada que se preocupava com os regimes autoritários, de modo a centrarem seus debates na ideologia e na propaganda política do período (CHAIA, 2015). Também devem ser citados os estudos que possuem como núcleo a relação da comunicação com o processo de redemocratização.

Livros como *A censura política na imprensa brasileira 1968-1978* de Paolo Marconi (Marconi, 1980); *Comunicação de massa sem massa e Televisão e capitalismo no Brasil* (Caparelli, 1980 e 1982, respectivamente); *Estado Novo: ideologia e propaganda política* (Garcia, 1982); *The impact of the 1964 revolution on brazilian television* (Mattos, 1982); *O discurso sufocado e Imprensa e capitalismo* (Marcondes Filho, 1982 e 1984, respectivamente); além dos coletivos *Comunicação e classes subalternas* (Mello, 1980) e *Comunicação e ideologia* (Neotti, 1980) podem ser alguns dos exemplos lembrados para demonstrar a intensa politização dos estudos e de modo simultâneo a persistência da ausência de trabalhos sobre novas modalidades de interação entre mídia e política, as quais permaneciam bloqueadas pelo autoritarismo estatal brasileiro (RUBIM; AZEVEDO, 1998, p. 190).

A revista *Comunicação & Política* foi fundada em março/maio de 1983, e em suas cinco primeiras edições trabalhou com ambas as temáticas de uma forma que elas não se cruzavam significativamente. Isso só foi modificado na metade dos anos 80, em especial devido ao artigo “A televisão brasileira na transição. Um caso de conversão rápida à nova ordem”, de Roberto Amaral Vieira (1986). Seguiu-se, então, uma série de trabalhos sobre eleições e sobre a relação conjunta entre mídia e política, que seriam posteriormente determinantes no alicerce da área. O impacto das eleições de 1989 também podem ser sentidos ao examinar a revista.

A rememoração de alguns textos quase que escritos no calor da hora demonstra o impacto da eleição de 1989 sobre a produção acadêmica. A revista *Comunicação & Política*, em duas edições publicadas em 1989 e 1990, traz quatro artigos sobre a temática. No seu número nove aparece o texto “Comunicação, espaço público e eleições presidenciais”, na qual a mídia, em especial as telenovelas, já emergem como componentes importantes da construção do cenário político (Rubim, 1989). Na edição de número 11, a revista publica quatro artigos, que têm desdobramentos posteriores desta área de estudos: “O presidente na televisão. A construção do sujeito e do discurso político no guia eleitoral” (Fausto Neto, 1990); “Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989” (Lima, 1990); “Comunicação e política: enigma contemporâneo” (Rubim, 1990) e “Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira” (RUBIM; AZEVEDO, 1998, p. 98).

A temática das eleições não se restringiu apenas a 1989. O *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor de Mello em 1994, também propiciou mais um grupo de trabalhos, como “O espetáculo da crise: os *media* e o processo de *impeachment* contra Collor” (Albuquerque, 1993); “A cara pintada da política” (Weber, 1993); “Política em tempos de *media*: impressões de crises” (Rubim, 1993); entre outros.

Após a eleição de 1989, a área já estava alicerçada e foi possibilitando o surgimento de ambientes acadêmicos específicos do assunto. Em novembro de 1990, aconteceu o I Simpósio Nacional de Pesquisa em Comunicação, realizado pelo Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos (CBELA), na Escola de Artes e Comunicações da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Dessa forma, com a consolidação da área, foi possível o advento de espaços acadêmicos cujo principal objeto de pesquisa se encontra na Comunicação Política. Estão entre as principais instituições e pesquisadores da área: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Universidade Federal Fluminense (UFF), que possui como um de seus docentes, Afonso de Albuquerque; Universidade Federal da Bahia (UFBA), onde a linha de pesquisa “Mídia e política”, desenvolveu-se sob os olhos dos pesquisadores Wilson Gomes e Antônio Albino Canelas Rubim. Além dos espaços já citados, ainda temos a Universidade de Brasília (UNB); UNICAMP; Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); entre outros. O Laboratório de Mídia e Política da IUPERJ, um dos núcleos de maior peso da área, que foi dirigida por Marcus Figueiredo encerrou suas atividades após a morte de seu diretor em 2014. Por fim, na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), há o desenvolvimento de pesquisas relativas a campanhas políticas e jornalismo, orientadas pelo Prof.º Dr.º Fernando Antônio Farias de Azevedo.

3. A centralidade da Rede Globo

Num contexto de transição política e econômica, surgiu o conglomerado comandado por Roberto Marinho. Ele abrangia a TV Globo, Sistema Globo de Rádio, VASGLO (espetáculos), Rio Gráfica, Galeria Arte Global, Fundação Roberto Marinho e Telcom. Marinho apenas comandava de forma geral o conglomerado, mas não dirigia diretamente cada uma das empresas. Inicialmente, a Rede Globo era comandada por pessoas ligadas ao meio artístico e jornalístico. Depois, os administradores passaram a ser, em sua maioria, indivíduos do *marketing* e do planejamento. Os contratos não eram mais feitos pelo proprietário da empresa e foi contratado um empresário, em específico, para gerir a parte administrativa da emissora – Joe Wallach. E assim se seguiu em todas as áreas:

(...) Um homem de vendas, bastante calejado pelo mercado, José Ulisses Arce, ficou responsável pela área de vendas. No mesmo nível hierárquico que o da administração e da produção e da programação, seria contratado algum tempo depois o Boni. Como regente dessas três áreas ficava Walter Clark, com a visão de homem de marketing que era (ORTIZ, 1988, p. 137).

Foi a partir desse momento que a Globo começou a pensar em como um planejamento de suas atividades a longo prazo poderia gerar um lucro maior, investindo, inclusive, no número e na qualidade de comerciais exibidos durante a programação. Desde este período, a Rede Globo vem mantendo sua posição de destaque. Sua cobertura abrange 117 afiliadas localizadas em todos os estados brasileiros, 5482 municípios e 98,44% do território nacional. No ano de 2011, alcançou 99,50% dos telespectadores que possuíam aparelhos televisivos. Fora do Brasil, a emissora lucra com a venda de seus programas para mais de 130 países e possui assinantes em mais de 115 países (FERREIRA; SANTANA, 2012). De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), é a emissora mais citada como primeira e segunda opção.

Tabela 08: Principais emissoras do Brasil 2016

Emissoras	Menção
Globo	56%
SBT	11%
Record	12%
Band	3%
Globo News	1%

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (2016, p. 17)

Segundo Palha (2011), o jornalismo da emissora se dividiu, em 1980, entre os programas locais e os exibidos pelo canal a nível nacional, o que permitiu uma maior interação entre as redes afiliadas com a central, levando a uma cobertura de maior abrangência centrada na figura de repórteres que atuavam como porta-vozes daquele momento.

Assim, dada a relevância da Rede Globo de Televisão até os dias de hoje, a importância de programas como o Jornal Nacional (JN) é evidente. Trata-se do principal jornal televisivo da Rede Globo e do Brasil em audiência e que, mesmo em queda comparada a outros anos, continua sendo o telejornal² de maior audiência do “horário nobre”³ da TV brasileira.

Contemporaneamente, o JN vem sofrendo com quedas de audiência, mas, ainda assim, vem alcançando índices consideravelmente superiores se comparados aos atingidos pelos principais telejornais das demais emissoras de TV aberta no Brasil. Em Março de 2018⁴, O JN alcançou uma média de 31,3 pontos, enquanto que o Jornal da Band, marcou 3,4 e o Jornal da Record, 6,9.

Dada a importância do jornalismo do JN, ressaltada em muitos trabalhos (ALBUQUERQUE, 1994; FABRÍCIO, 1997; PORTO, 2002; PORTO, 2007), é importante frisar que os jornalistas não trabalham apenas passando uma informação, mas atuam diretamente na forma como o sentido do mundo da política é criado (PORTO, 2007). Ao fazer uso de citações, jornalistas tentam tirar o peso de suas vozes para se criar a impressão de que apenas os acontecimentos estão falando. No entanto,

² 21 de Janeiro de 2018 a 4 de Fevereiro de 2018 (IBOPE, 2018).

³ Faixa de horário que vai aproximadamente das 20h30 às 22h30 e corresponde à maior audiência da televisão nacional (IBOPE, 2017).

⁴ 5 de Março de 2018 a 11 de Março de 2018 (IBOPE, 2018).

usam falas de outros atores para representar o que eles realmente pensam de verdade (TUCHMAN, 1972). As sonoras e fontes entrevistadas são importantes por passarem uma noção de imparcialidade ao público (PORTO, 2004).

3.1 Jornal Nacional

O jornal nacional está no ar desde 1º de setembro de 1969, constituindo o primeiro programa jornalístico brasileiro a ser transmitido para todo o país, além de trazer a inovação da transmissão de notícias via satélite no exato momento em que aconteciam (REZENDE, 2000). Assim, por meio de sua longa trajetória, o programa construiu um respeito e alcançou uma posição de alto prestígio dentro do Jornalismo em geral.

Segundo Gutman (2009), o Jornal Nacional constrói uma esfera que denota uma representação da sociedade civil, a qual enxerga no programa uma instituição de prestígio que pode dizer algo sobre os acontecimentos do dia. Isso pode ser demonstrado através da forma como o programa é constituído. A disposição do cenário, os apresentadores, a trilha sonora, a abertura, entre outros, trabalham juntos para passar a noção de agilidade, objetividade e de verdade, características de um jornal.

O cenário do Jornal Nacional, com prevalência da cor azul, é composto por uma bancada construída em estrutura metálica e transparente, onde repousam dois computadores, por uma imagem do globo terrestre disposta atrás e acima da bancada e a redação ao fundo formada por mesas, computadores, televisores e jornalistas. Como a maior parte dos telejornais nacionais, a apresentação do JN ocorre explicitamente de dentro da redação, isto é, o lugar da produção da notícia ambienta a enunciação, a diferença é que a bancada dos apresentadores é posicionada numa espécie de mezanino e parece flutuar sobre a redação. O cenário-redação pode ser interpretado como um dispositivo auto-reflexivo do subgênero telejornal, uma vez que se associa a uma tendência de simular um sentido de transparência e, portanto, de verdade e objetividade com base na revelação do local de produção das notícias (GUTMAN, 2009, p.7).

Os apresentadores sentados atrás de uma banca é característica da grande maioria dos telejornais brasileiros, e sua importância dentro da estrutura do JN se dá por serem os principais elos entre o público e o programa. É através da voz deles, que recebe autorização do telespectador, que eles transmitem as principais notícias do dia.

Outro aspecto característico do enquadramento do Jornal Nacional é o uso dos movimentos de câmera nos momentos de fechamento e nas passagens de bloco. Após a despedida do programa (o conhecido “Boa Noite”), uma fusão nos leva da bancada para um plano geral em plongê da redação e um movimento *travelling* promove o distanciamento do telespectador daquele espaço-tempo para, na sequência, este colocar-se em um novo lugar para partilhar um novo tempo através do fluxo interrompido da programação televisiva. Nas passagens de bloco, quando os apresentadores anunciam as principais notícias do bloco seguinte, um *zoom out* nos afasta lentamente da cena, indicando um breve distanciamento (GUTMAN, 2009, p.9).

3.2 Corrupção e cobertura jornalística

Segundo Schilling (1999), a corrupção é exercida em locais em que os funcionários públicos detêm forte poder nas tomadas de decisões, e que, como contrariar o desejo dos eleitores tem um custo muito alto, ela opera de forma a tentar reduzir uma incerteza gerada por este cenário. A forma de corrupção conhecida por nós, originou-se durante o período do Brasil República e, por mais tentativas que sejam feitas para extingui-la completamente, num regime democrático é impossível se ver livre dela. Entre os motivos estão: a tolerância pela diversidade em que o regime democrático se firma e a força desproporcional em garantir a sobrevivência individual pela busca do dinheiro em detrimento do espaço coletivo, prevalecendo o interesse privado sobre o Estado (RIBEIRO, 2000).

Na última década, o debate sobre a corrupção aumentou e ganhou densidade. Em meio a uma série de escândalos, jornalistas, acadêmicos e atores políticos buscam identificar as causas institucionais do fenômeno e as suas raízes históricas e culturais, alertam para custos e consequências sociais e sugerem reformas que poderiam diminuir a incidência da corrupção. As tentativas de compreender o fato vão da interpretação superficial dos escândalos mais recentes até a avaliação detalhada das falhas individuais e estruturais que propiciaram determinados esquemas. (SPECK, 2000, p. 3).

De acordo com a ONU, corrupção abrange 7 tipos de ações diferentes: suborno, desfalque/roubo/fraude, extorsão, abuso da função, favorecimento/nepotismo, exploração de conflito de interesse e contribuições políticas impróprias. Apesar de se ligar ao setor público, também não deve ser excluída do privado. Porém, esta é apenas uma das definições, e que faz parte de um programa chamado *United Nations Convention Against Corruption* (Uncac), que visa combater a corrupção (GEHRKE;

BORBA; FERREIRA, 2017). Porém, ainda há um intenso debate sobre a forma como se deve conceituar “corrupção”, além dos diversos enfoques dados ao tema.

Alguns estudos estão mais preocupados em destacar os custos da corrupção para a sociedade, para as instituições e são prioritariamente casos e países que desenvolveram saídas políticas e souberam controlar o Poder Executivo, minimizando o aparecimento de corrupção. O próprio Banco Mundial, como agência financiadora internacional, avalia a necessidade de combater a corrupção, pois países com altos índices desses casos não são viáveis para se fazer investimentos. Portanto, os estudos de corrupção possuem um objetivo principalmente instrumental e moral e não propriamente científico, porque as causas e os elementos desencadeadores de casos de corrupção não são avaliados e tampouco destacados (CHAIA; TEIXEIRA, 2001, p. 62).

Dentro da Ciência Política, esta temática muitas vezes se associa ao estudo dos chamados “escândalos políticos”, os quais podem afetar a imagem dos atores daquele período. Segundo a Teoria Social do Escândalo (THOMPSON, 2002), criado pelo sociólogo John B. Thompson, escândalo consiste nos eventos e ações que podem afetar de alguma maneira a reputação dos indivíduos devido à suposta existência de transgressões de cunho moral ou de valores e que são levadas ao público.

Um ponto importante para entender de que modo os escândalos políticos estão ganhando cada vez mais espaço dentro dos jornais, é a maior profissionalização dos jornalistas atuantes dentro do jornalismo investigativo. Esses jornalistas acabam por atuar, muitas vezes, como aqueles que lutam pelos interesses do público, e, ao divulgarem extensamente um escândalo, estão fazendo um feito de grande importância em divulgá-lo ao público. Escândalos políticos também são comprados pelo público, o que dá uma brecha para que a cobertura continue sendo feita exaustivamente (CHAIA, 2015).

Entretanto, nem todos os escândalos conseguem ganhar espaço dentro da cobertura midiática. Outro ponto de extrema importância para se frisar é o de que esquemas de corrupção não são sinônimos de escândalos políticos. Muitas vezes um caso não chega a ser direcionado à categoria de escândalos. Assim, quando algum esquema de corrupção alcança destaque na mídia, isso ocorre possivelmente porque grupos em específico possuem interesses em possíveis desmoralizações de algumas pessoas. Por meio disso, políticos e governantes passam a utilizar a cobertura midiática em cima de seus interesses e como forma de construção de imagem.

Quando a cobertura da mídia é negativa em cima de um político, sua equipe deve se preparar, pois atualmente a mídia é atenta a qualquer atividade que ela julga com potencial de virar notícia e isso pode estremecer carreiras. Conjuntamente, deve-se sempre considerar o papel do público, que segue os passos de cada acontecimento por meio da cobertura jornalística.

A partir do que foi exposto acima, a presente pesquisa busca, como objetivo principal, analisar a cobertura de casos de corrupção pelo Jornal Nacional da Rede Globo durante períodos eleitorais. Num determinado período de tempo, diferentes temas competem pela atenção da mídia. Por meio da análise de frequência das notícias veiculadas durante o programa, pretende-se identificar qual espaço esse tema ocupou dentro da agenda do JN, incluído em uma lista de temas pré-selecionados, e identificar os principais atores, políticos e institucionais ou individuais e coletivos, e os enquadramentos relacionados a esses. A partir disso, serão observados casos de corrupção que entraram na agenda do JN durante os períodos eleitorais de 2014 e 2016⁵, correspondentes dos períodos eleitorais de ambos os anos, sendo que o primeiro se refere às eleições gerais e o segundo às eleições locais. Em 2014 aconteceram as eleições presidenciais, e, em 2016, as municipais.

Os dois anos colocaram a política em posição ainda mais central devido a importância de se debater nos pleitos, candidatos, atores de destaque e partidos, que estavam envolvidos nas disputas. Isso possibilitou uma cobertura mais direta em cima dos atores ligados aos casos de corrupção que também estavam envolvidos nas eleições. Assim, a presente pesquisa buscará analisar a cobertura dos esquemas de corrupção nos períodos eleitorais.

⁵ Do dia 19 de agosto de 2014 a 26 de outubro de 2014 e do dia 16 de agosto de 2016 a 30 de outubro de 2016.

4. Metodologia

Para analisar como a cobertura de casos de corrupção é feita pelo Jornal Nacional, através do exame dos programas relativos aos períodos eleitorais de 2014 e 2016, o principal material empírico serão os programas exibidos nos períodos citados, correspondentes dos períodos eleitorais de ambos os anos e disponíveis no site do JN (<http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/>). O recorte foi escolhido por serem ambos anos eleitorais, o que coloca a Política em uma posição de destaque ainda maior.

Por meio da análise dos materiais acima citados, pretende-se analisar o tema “corrupção” dentro da agenda do Jornal Nacional. E assim, entender como o tema “corrupção” é inserido na agenda do Jornal Nacional? Qual a frequência desse tema, em comparação aos demais, na agenda do JN? Qual o tempo destinado a ele? Quais casos de corrupção dentro desse período foram mais salientados? Pensando-se quanto aos atores ligados aos períodos eleitorais, há alguma relação? E quais são os outros atores que possuem relevância? A hipótese que será analisada a partir daí é a de que o tema corrupção compõe a agenda temática do JN de forma significativa e a saliência dos casos e dos atores é desigual. A partir disso, a abordagem quantitativa será usada. A abordagem quantitativa refere-se a:

- Análise da frequência do tema corrupção em relação ao conjunto de temas do JN, como exemplo, Política, Economia, entre outros, em que serão quantificados os segmentos;
- O tempo destinado ao tema “corrupção” em relação ao conjunto de temas do JN.

Na Teoria da Agenda, ao salientar de maneira maior certos temas em lugar de outros, os portais de notícia buscam determinar a agenda do público. Desta forma, segundo McCombs e Shaw, configura-se a chamada “agenda da mídia”, que é a visibilidade maior a determinados temas pela mídia, e a “agenda do público”, que são os temas vistos com maior importância perante os olhos do público. Ao selecionar temas e atores em específico, a mídia constrói uma escala de proeminência entre esses objetos que podem receber enquadramentos negativos ou positivos que constituirão atributos a seu respeito. Conseqüentemente, haverá uma relação entre estas proeminências construídas pela mídia e a percepção do público a seu respeito dentro daquele período de tempo. (AZEVEDO, 2004).

Independentemente do veículo, um foco restrito sobre poucos temas transmite uma mensagem poderosa a uma audiência sobre quais são os mais importantes tópicos do momento. O agendamento dirige nossa atenção às etapas formativas da opinião pública quando então os temas emergem e logo conquistam a atenção do público, uma situação que confronta os jornalistas com uma forte responsabilidade ética para selecionar cuidadosamente os temas em suas agendas (MCCOMBS, 2009, 42).

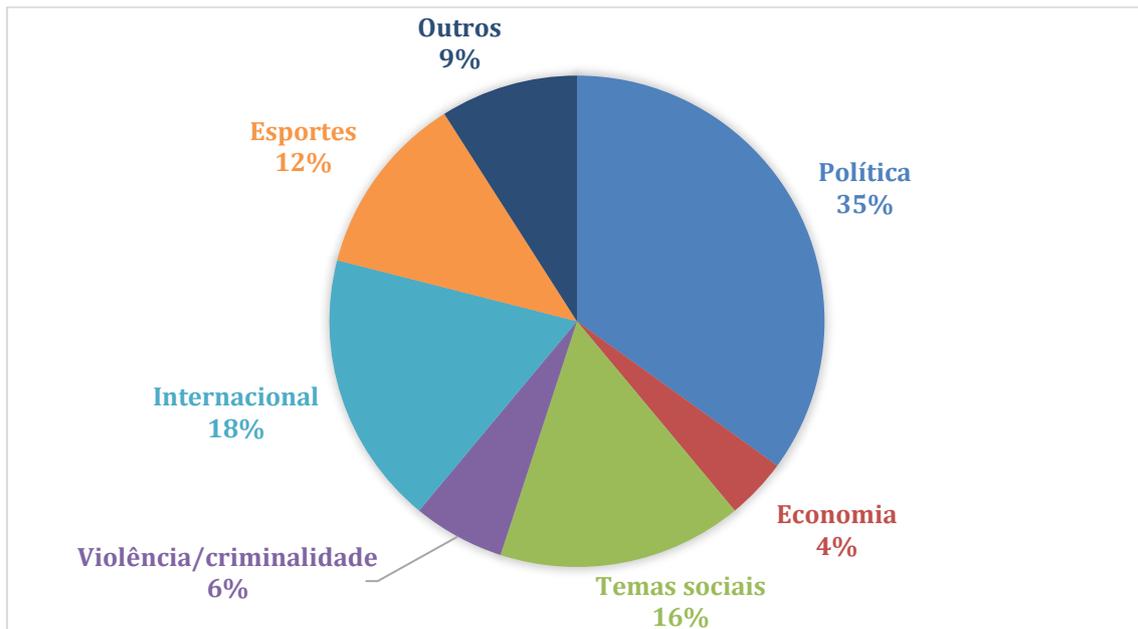
O modelo foi usado para obter os objetivos da pesquisa na identificação, através das notícias, do agendamento do programa para, assim, compreender como o Jornal Nacional contribuiu na formação da imagem dos casos de corrupção no Brasil. Foi analisada a frequência com a qual os casos de corrupção apareciam, para medir a importância dada a cada um, além dos principais atores políticos presentes na cobertura. Os programas do JN coletados foram transcritos para a criação de um banco de dados.

A agenda do JN é composta por temas como “economia”, “temas sociais”, “criminalidade/violência” e “esportes” (PORTO, 2007), “corrupção” pode ser enquadrado como um desdobramento do tema “política”, que se adequa à visão clássica do jornalismo político de função cão de guarda. Desta maneira, haverá a possibilidade de construir um mapa sobre a cobertura de casos de corrupção no Brasil.

5. Análise dos dados

Ao todo, a política alcançou 35% das notícias quando se analisa todos os períodos observados. Apesar de não atingir metade da agenda, ainda é o tema de maior proeminência, uma vez que “tema sociais” ficou em segundo lugar e possui apenas 16% das notícias.

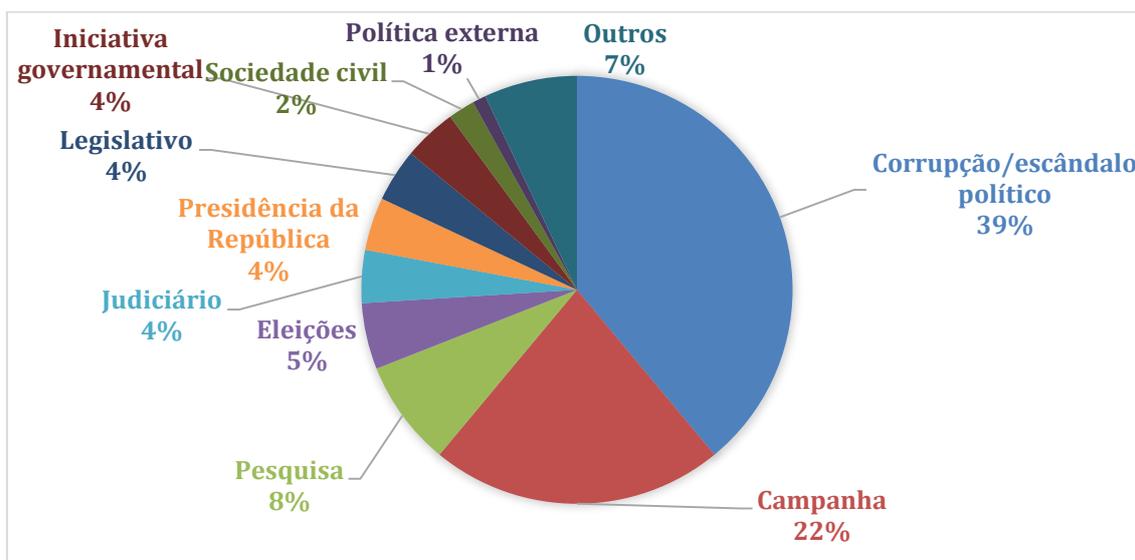
Gráfico 02: Temas do Jornal Nacional (%)



Fonte: Elaboração própria.

Ao todo, foram analisadas 352 notícias relativas à política, das quais 132 (39%), estavam relacionadas à corrupção. Em seguida, vem as relativas à campanha política, que somaram ao todo 74 matérias (22%). O tema “pesquisa” ocupa a terceira colocação com 27 (8%) das matérias destinadas a ela. Em seguida, a categoria que envolve outros temas que não entraram na classificação de nenhuma outra categoria vêm com 7%. “eleições” alcançou 5%, enquanto “judiciário”, “presidência da República”, “legislativo” e “iniciativa governamental” obtiveram 4%. Por fim, “sociedade civil” e “política externa” tiveram 2% e 1%, respectivamente.

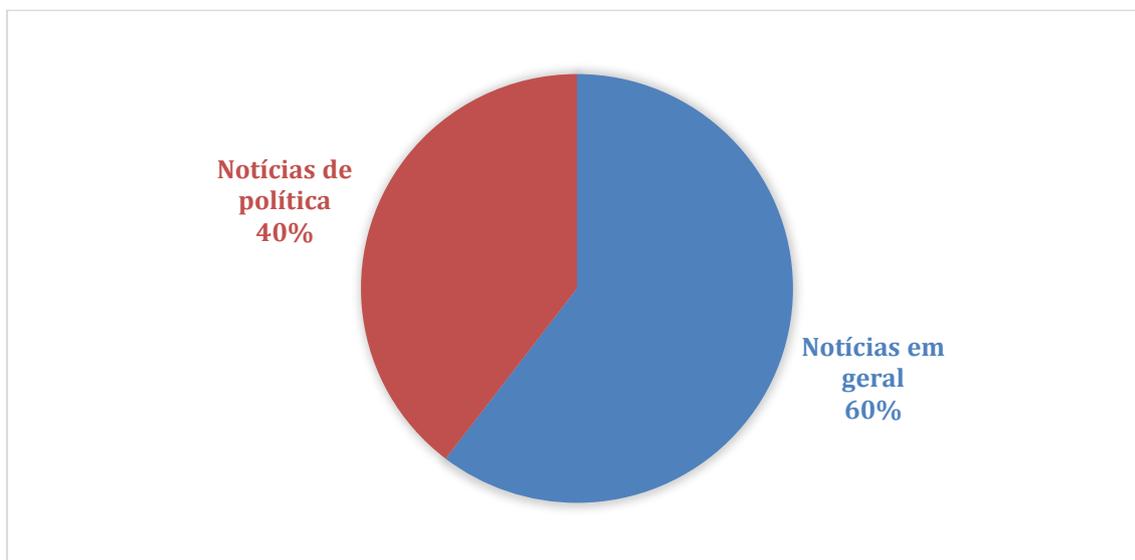
Gráfico 03: Notícias de política no JN (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao tempo, foram analisados 89634 segundos, o que configura aproximadamente 25 horas, dos quais 35476 segundos foram destinados à “política”, o que computa aproximadamente 10 horas dentro dos períodos analisados. Dessa forma, “política” ocupa 39,6% do tempo do JN como pode ser visto no gráfico abaixo.

Gráfico 04: Tempo das notícias no JN (%)

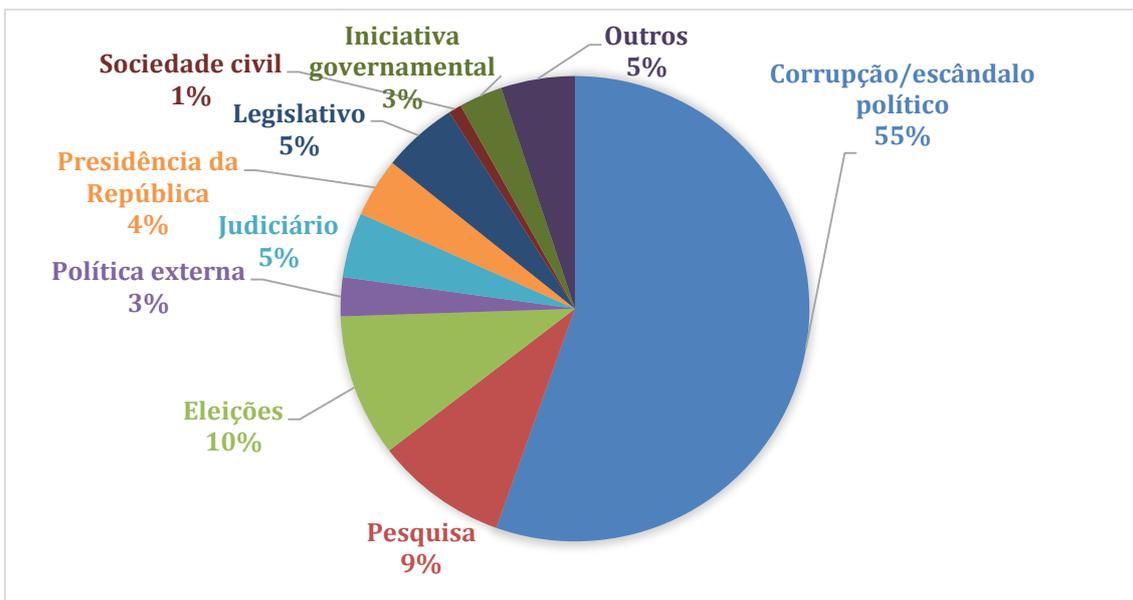


Fonte: Elaboração própria.

A respeito dos temas relacionados à categoria “política”, “corrupção/escândalo político” ocupa mais da metade de todo o período analisado. Ao que se pode observar, 55,4% do tempo do JN dedicado à política é a respeito dessa sub-categoria. Os temas

“eleições” e “pesquisa” ocupam, respectivamente, o segundo e terceiro lugar com 9,9% e 9,1%. Quanto à temática ligada às eleições, possivelmente se deve ao fato de que os dois períodos analisados se referem a períodos eleitorais, principalmente o relacionado a 2014, ano de disputa presidencial.

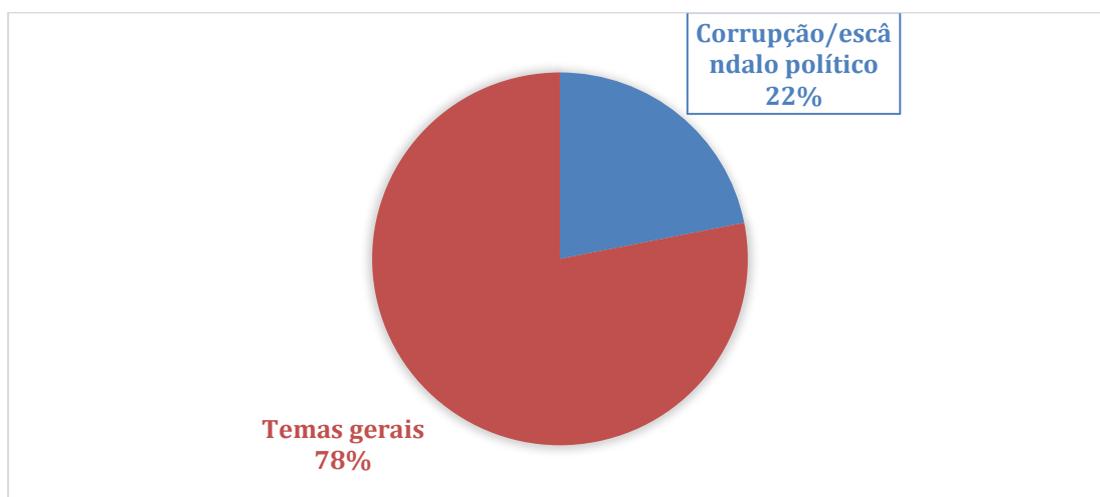
Gráfico 05: Tempo notícias de política em segundos (%)



Fonte: Elaboração própria.

No gráfico abaixo, é possível ver o destaque que a subcategoria “corrupção/escândalo político” possui dentro do programa. Dentro de todas as matérias do jornal, a subcategoria alcançou uma porcentagem de 21,9% do tempo.

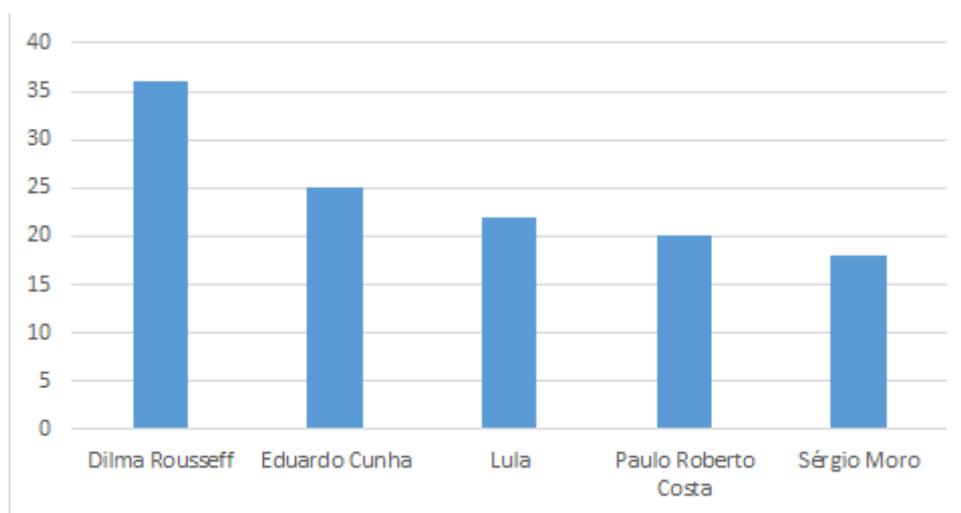
Gráfico 06: Corrupção/escândalo político no JN em segundos (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto aos atores, a ex-presidente Dilma Rousseff foi citada em 36 matérias relativas à “corrupção/escândalos políticos”, seguida de Eduardo Cunha em 25, Lula em 22, Paulo Roberto Costa em 20 e Sérgio Moro em 18. Em 2014, Dilma era presidente do país e concorria à reeleição; já em 2016, ela enfrentava o processo de impeachment. O período analisado coincide com o seu julgamento e posterior cassação do mandato. Eduardo Cunha também foi cassado em 2016 e o período também foi de encontro a este momento. O ex-presidente Lula também foi amplamente citado em notícias que envolviam esquemas de corrupção. Envolvimento com a Lava Jato e esquemas que se utilizavam de seu instituto ocuparam uma parte da agenda do jornal. Paulo Roberto Costa foi diretor da Petrobras e o primeiro envolvido na Lava Jato a delatar. Devido à sua importância na criação da narrativa da Operação Lava Jato, foi altamente citado. Por fim, o juiz Sérgio Moro, que é uma das figuras mais importantes da Operação atuando como o outro lado da moeda em relação aos atores que tiveram imagens ligadas à corrupção.

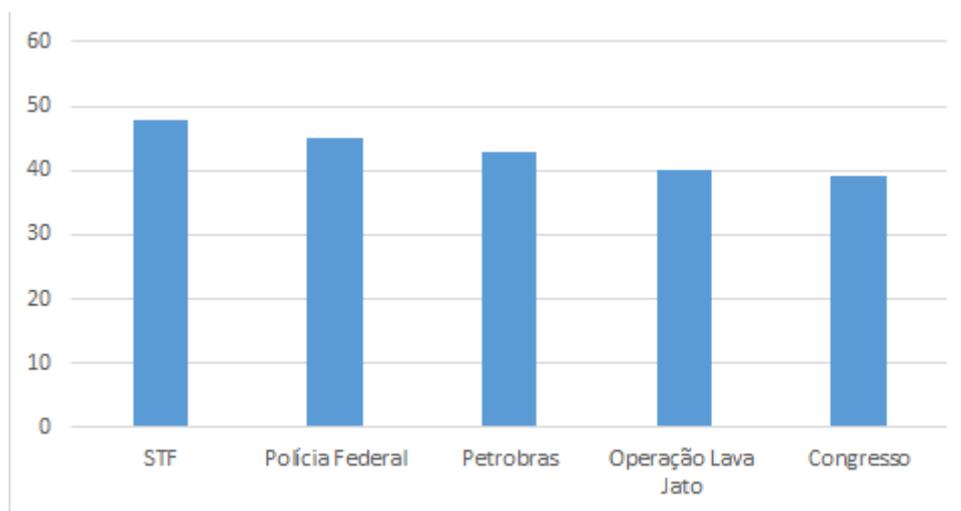
Gráfico 07: Atores políticos no JN



Fonte: Elaboração própria.

Quanto as instituições, partidos, empresas, programas governamentais e operações, o Supremo Tribunal Federal foi o que recebeu maior número de matérias, totalizando 48. A polícia federal foi citada em 45 matérias devido ao seu papel fundamental na construção da imagem dos casos de corrupção. Logo depois, a Petrobras ficou com 43 reportagens. De promessas de campanha a esquemas de corrupção, a empresa está presente em todo o noticiário do JN. A Operação Lava Jato foi citada em 40 programas e por fim, o Congresso apareceu em 39.

Gráfico 08: Instituições políticas no JN



Fonte: Elaboração própria.

De longe, o esquema de corrupção mais citado foi a Lava Jato. Outros foram citados, no entanto sem a mesma intensidade e se restringido a poucas, e em alguns casos até mesmo em apenas uma matéria. Foram eles: Operação Satiagraha; Operação Acrônimo; Operação Greenfield; Operação Omertà; Operação Méti; Escândalo do Banestado; Mensalão do PT; Mensalão mineiro; além de casos com menos apelo midiático como o da Saúde no Distrito Federal e compra de votos por vereadores do Rio de Janeiro. Algumas vezes, o esquema de corrupção envolvendo a Petrobras foi chamado de “Petrolão”, porém, com o passar das matérias, o nome foi sendo abandonado e as notícias começaram a se relacionar apenas à Lava Jato. Outro detalhe importante é a diferenciação entre os “mensalões”. O “mensalão” que aconteceu durante o governo Lula, foi exaustivamente chamado de “Mensalão do PT”, enquanto o esquema ocorrido durante o governo de Eduardo Azeredo, foi chamado apenas de “Mensalão Mineiro”, sem vincular a um partido.

5.1 Anos

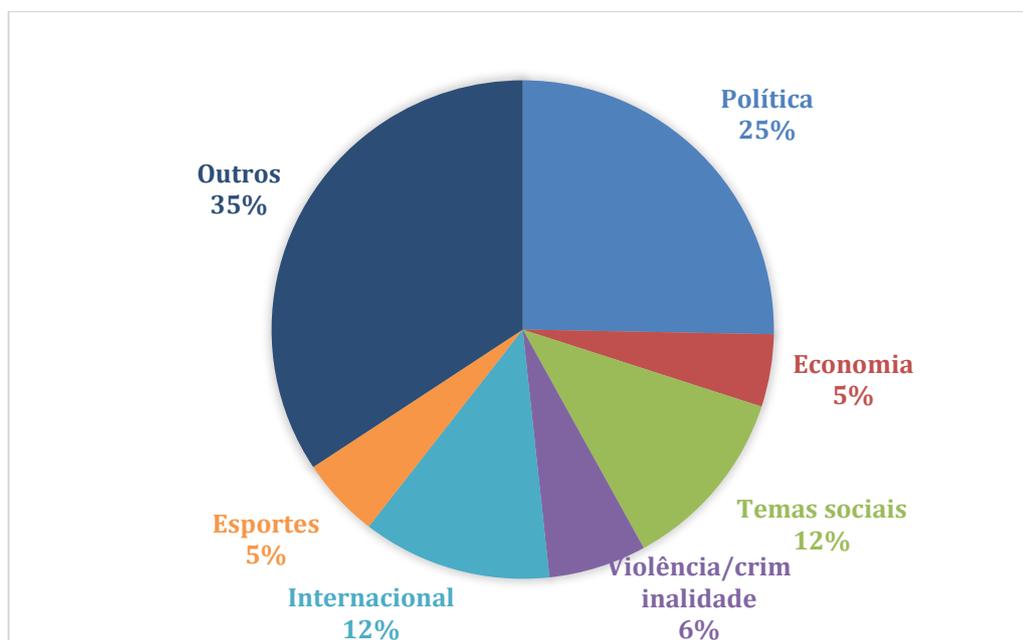
Foram analisados os períodos correspondentes aos pleitos de 2014 e 2016. Em 2014, o momento era de eleições gerais, já em 2016, as eleições eram municipais.

a) 2014

No ano de 2014, dentro do período analisado, encontravam-se 608 matérias. Dentre estas reportagens, 25,3% são sobre política. As relativas ao grupo “outros”, são

maioria (34,3%), porém são diversas temáticas menores agrupadas em um mesmo grupo. Portanto, “política” ainda assim ocupa lugar de destaque.

Gráfico 09: Temas do Jornal Nacional em 2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Como se pode observar, 18280 segundos foram dedicados à política, o que corresponde a aproximadamente 5 horas e 4% do tempo do ano.

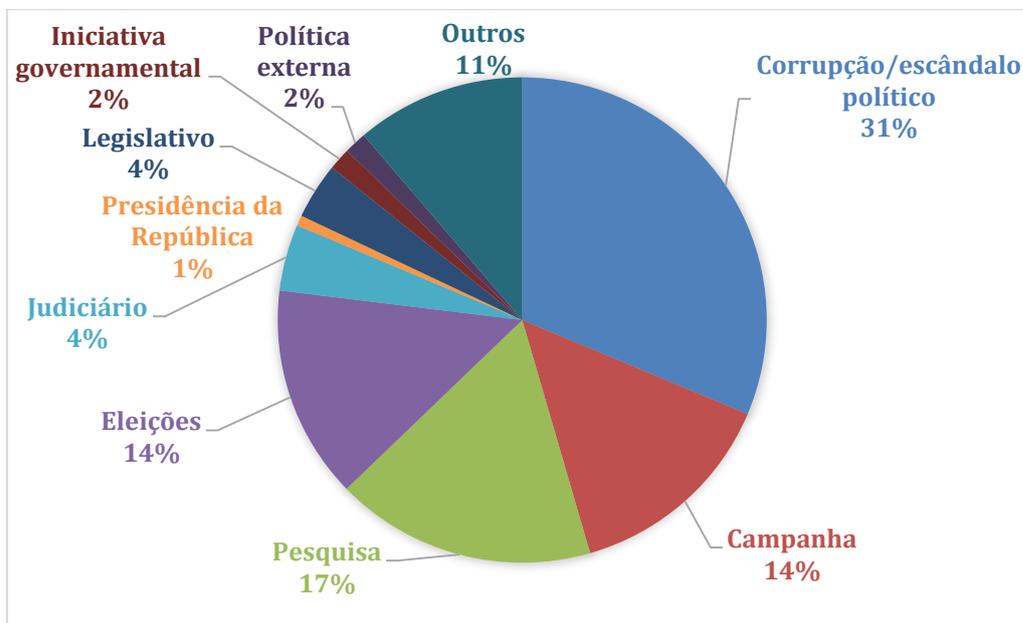
Gráfico 10: Tempo das notícias no JN em 2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto às temáticas, “corrupção/escândalo político”, com 31,8%, foi a que recebeu mais matérias a respeito. Seguida de “pesquisa eleitoral”, com 17,5%.

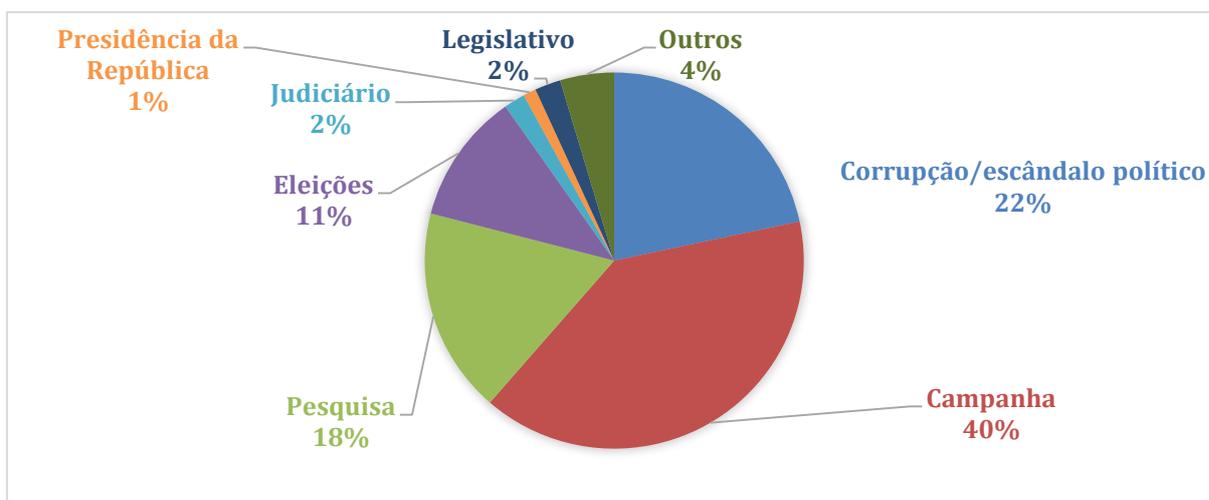
Gráfico 11: Notícias de política no JN em 2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

No ano de 2014, houve a eleição presidencial, o que ocupou grande parte da cobertura do JN. Assim, a temática “campanha”, ocupou maior tempo em segundos. 39,6% correspondem à cobertura das campanhas de candidatos. “Corrupção/escândalos políticos”, vem em segundo lugar com 21,6%.

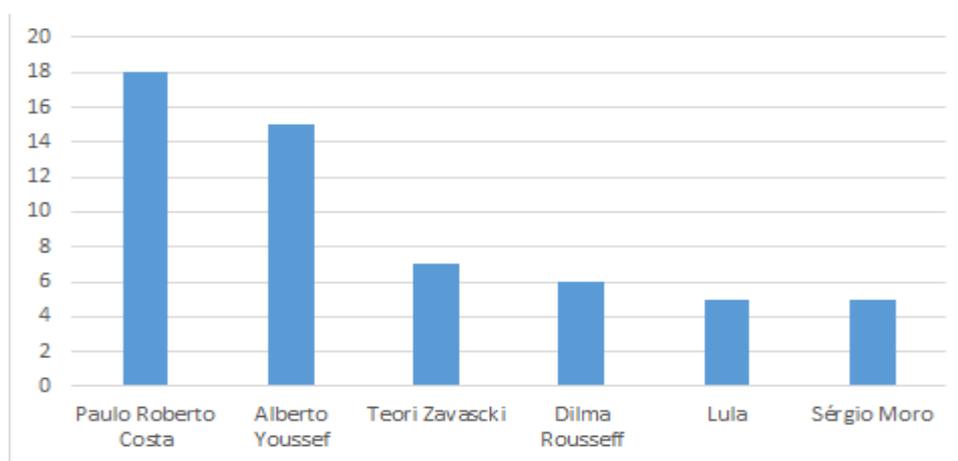
Gráfico 12: Tempo notícias de política em segundos 2014



Fonte: Elaboração própria.

Em 2014, Paulo Roberto Costa foi o ator mais citado em reportagens sobre o tema, uma vez que sua delação foi no início de 2014 e foi um dos acontecimentos principais da Lava Jato no ano. Alberto Youssef também foi um dos principais personagens do esquema, principalmente em seu início. Sérgio Moro em quinto lugar, já demonstra a cobertura que estava se desenvolvendo sobre a Lava Jato e será ainda maior em 2016. Dilma Rousseff foi a única candidata ao pleito do ano que apareceu entre os cinco mais citados em reportagens sobre corrupção. Aécio Neves não foi citado e Marina Silva, foi apenas uma vez.

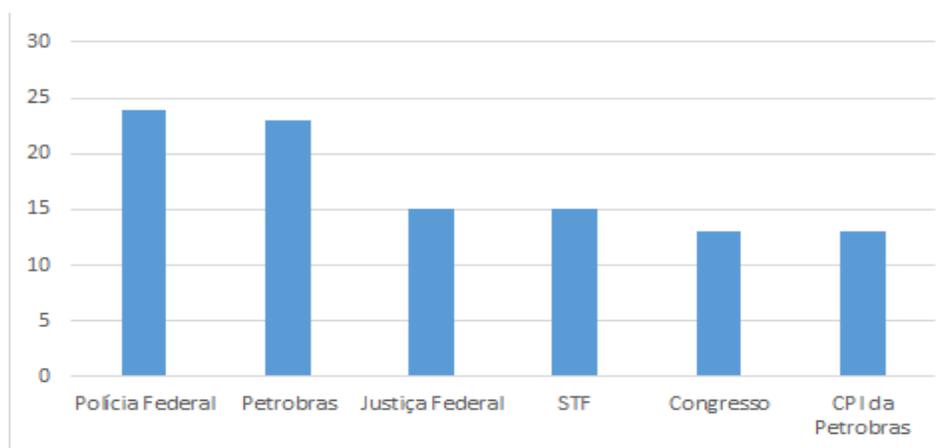
Gráfico 13: Atores políticos no JN 2014



Fonte: Elaboração própria.

Em 2014, Petrobras e CPI da Petrobras já estão entre os 5 mais citados. A CPI da Petrobras e sua cobertura com certo destaque também demonstra a cobertura sobre a Lava Jato que estava se desenhando.

Gráfico 14: Instituições políticas no JN 2014

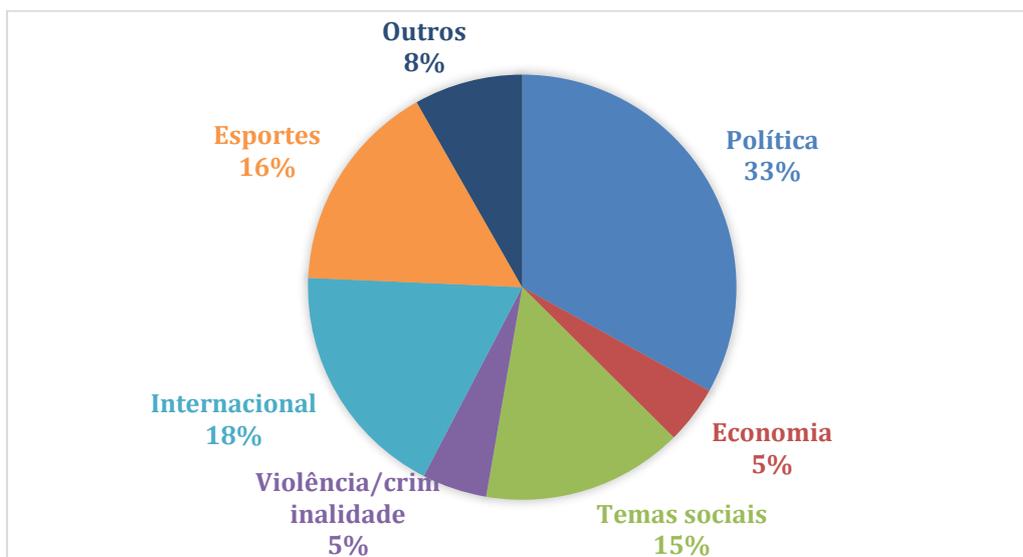


Fonte: Elaboração própria.

b) 2016

Em 2016, o período era de eleições municipais. Possivelmente por serem coberturas mais regionalizadas, as eleições não tiveram grande cobertura ao longo do período analisado, tendo apenas destaque na edição pós-eleição. Porém, a temática “política”, foi a de maior proeminência no ano, com 33%, seguido de notícias internacionais, mas com 18,06%.

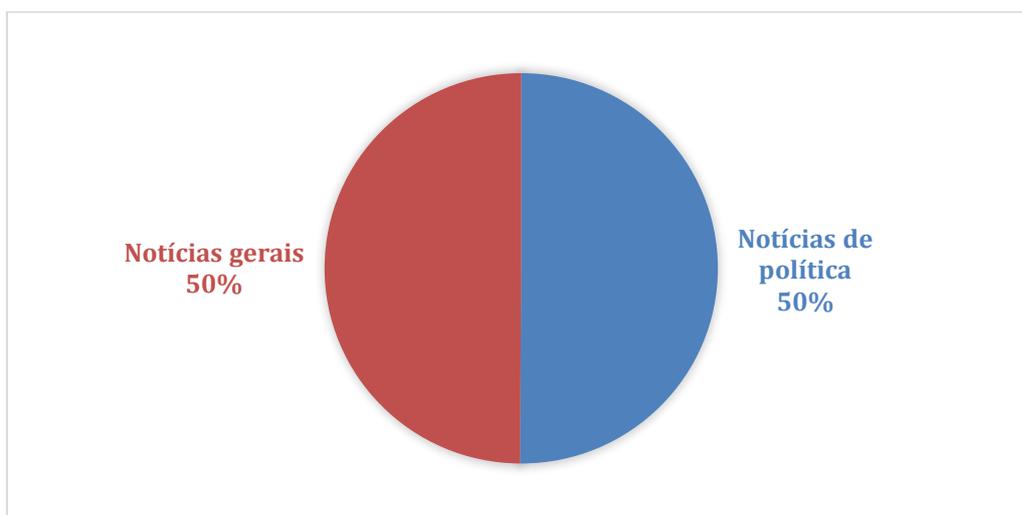
Gráfico 15: Temas do Jornal Nacional em 2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Dos 47345 segundos analisados de 2016, 23706 segundos foram destinados à política, o que configura 6 horas e meia, aproximadamente, e 50,07% do tempo total. O que qualifica que em 2016 houve maior espaço ainda para “política”, mesmo não sendo um ano de disputa eleitoral presidencial e sem o jornal se ocupar de campanhas.

Gráfico 16: Tempo das notícias no JN em 2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

177 matérias diziam respeito à política, dentro delas, metade (50,9%) são sobre “corrupção/escândalos políticos”.

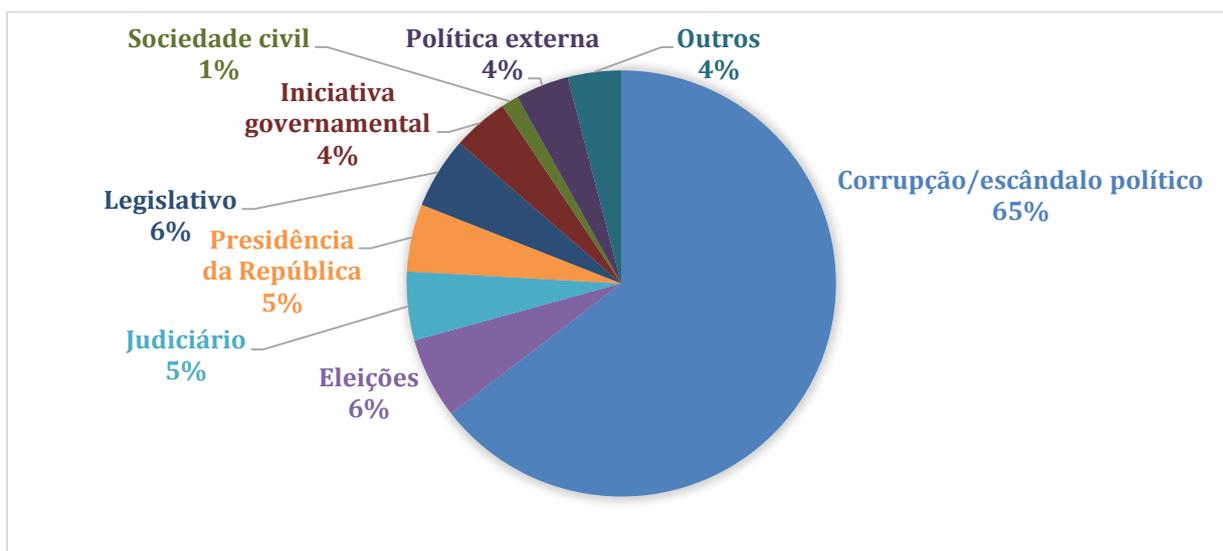
Gráfico 17: Notícias de política no JN em 2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Na questão do tempo, de 24513 segundos dedicados à “política”, mais da metade (64,3%) foram destinados à “corrupção/escândalos políticos”, constituindo 4 horas e 30 minutos, aproximadamente.

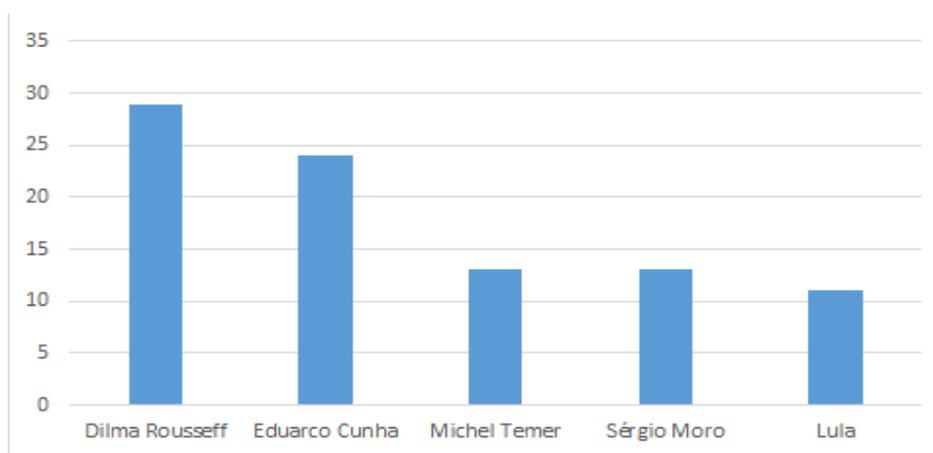
Gráfico 18: Tempo notícias de política em segundos 2015 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Em 2016, os cinco atores mais citados já mostram uma configuração de agenda diferente do outro ano analisado. Dilma Rousseff aparece em primeiro, seguida de Eduardo Cunha. Ambos foram destituídos de seus cargos. Michel Temer assumiu a presidência e Sérgio Moro se consolidou como um dos principais atores da Lava Jato. O ex-presidente Lula mais uma vez está entre os cinco. Nenhum estava concorrendo no pleito do ano.

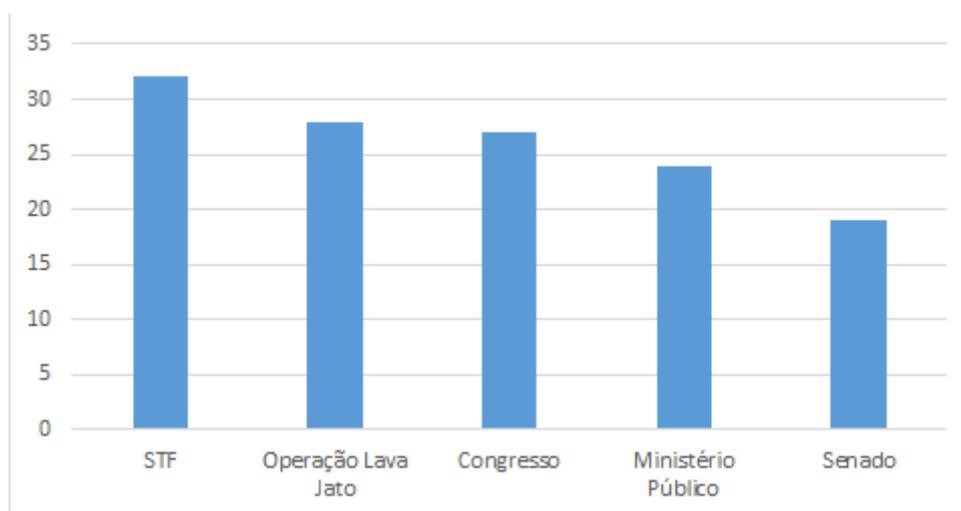
Gráfico 19: Atores políticos no JN 2016



Fonte: Elaboração própria.

Em 2016, a Operação Lava Jato já está entre os mais citados e mostra como teve algum domínio sobre a agenda do Jornal Nacional ao ser citada em 28 matérias.

Gráfico 20: Instituições políticas no JN 2016



Fonte: Elaboração própria.

5.3 Meses

a) Agosto

No mês de agosto de 2014, as notícias relativas à “política” constituíram a maior parte do conteúdo do Jornal Nacional, seguida das notícias de temas internacionais e logo depois, as relativas à violência/criminalidade.

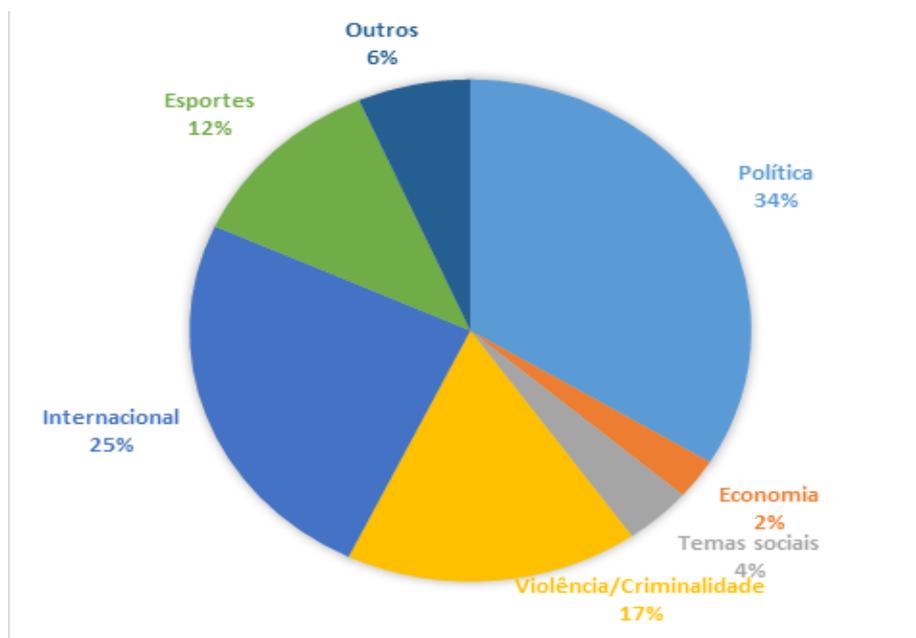
Tabela 09: Temas do Jornal Nacional Agosto/2014 em números

Política	26
Economia	2
Temas sociais	3
Violência/Criminalidade	13
Internacional	19
Esportes	9
Outros	5
Total	77

Fonte: Elaboração própria.

Como é mostrado no Gráfico 21, temas políticos formam 34% da agenda do mês de agosto de 2014.

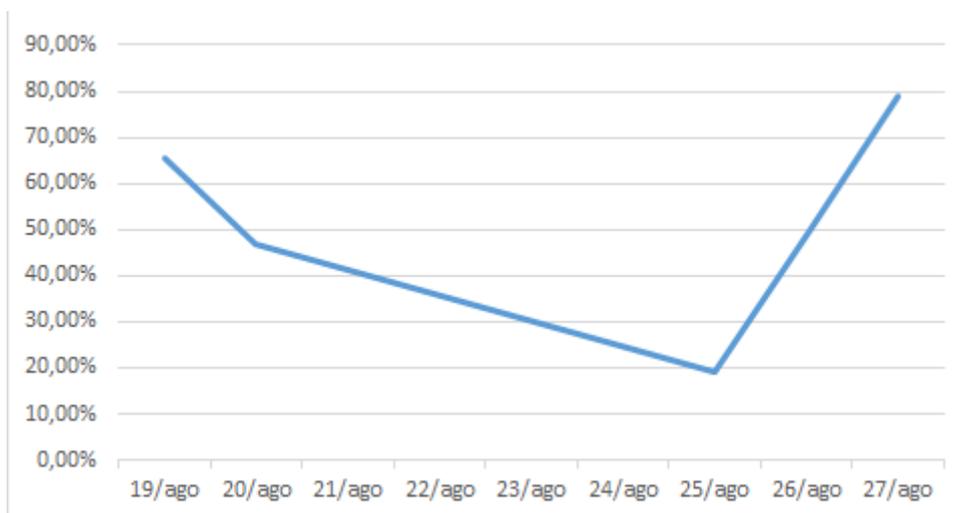
Gráfico 21: Temas do Jornal Nacional em Agosto/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quando analisado o tempo destinado ao tema, é possível perceber que durante seus dias, “política” não recebeu uma cobertura uniforme. No dia 25 de agosto, ela teve espaço em apenas 18,99%, enquanto nos dias 19 e 27 de agosto, teve 65,56% e 79%, respectivamente, do tempo do programa.

Gráfico 22: Cobertura de Política ao longo de Agosto/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto às temáticas tratadas dentro do tema “política”, não houve uma grande diversidade, como pode ser observado na Tabela 02, em que apenas quatro assuntos foram o centro das reportagens. Apareceram apenas “corrupção/escândalo político”, “campanha”, “pesquisa” e “outros”.

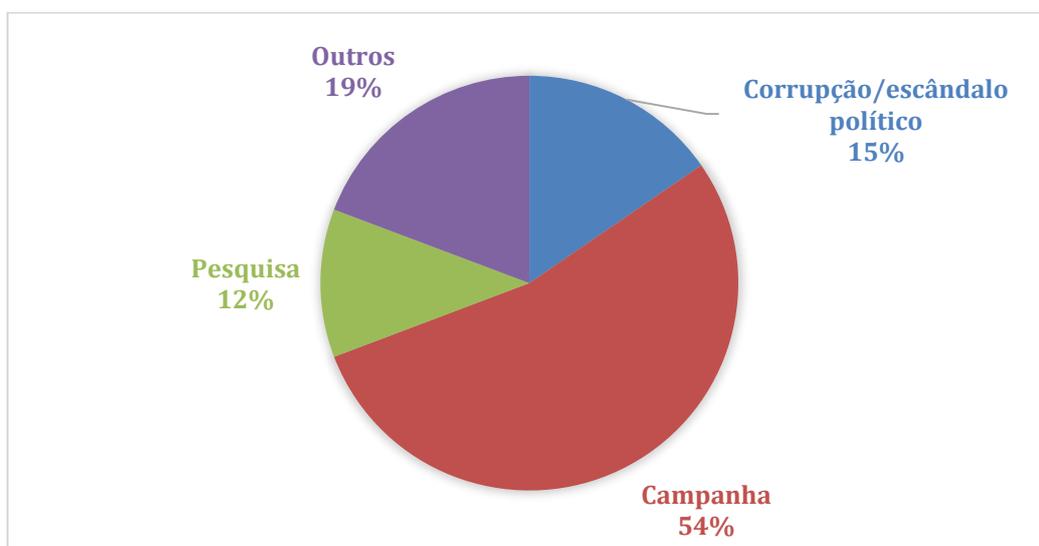
Tabela 10: Temas de Política no Jornal Nacional Agosto/2014 em números

Corrupção/escândalo político	4
Iniciativa governamental	0
Sociedade civil/movimentos civis/ONGs	0
Legislativo	0
Presidente	0
Judiciário	0
Política externa	0
Campanha	14
Pesquisa	2
Eleições	0
Outros	5
Total	26

Fonte: Elaboração própria.

No gráfico 23, um pouco mais da metade das matérias sobre “política” (53,84%) foram sobre campanha, enquanto as notícias relativas à corrupção, ficaram em terceiro lugar (15,38%), atrás, ainda, da categoria “outros” (19,23%).

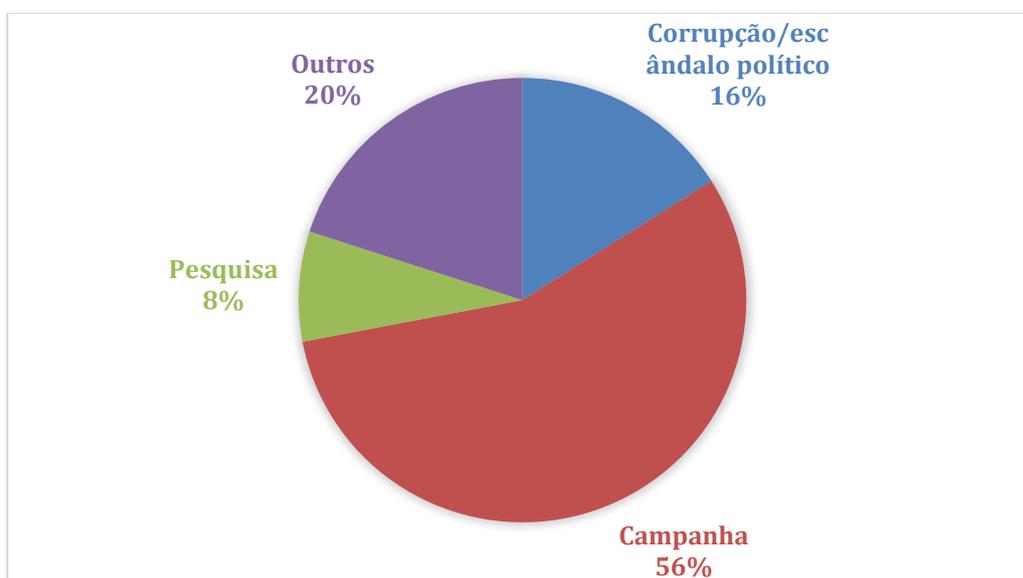
Gráfico 23: Notícias de política no JN em Agosto/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao tempo, 56% foi dedicado à “campanha”, 20% para “outros” e 16% para “corrupção”.

Gráfico 24: Tempo notícias de política em segundos Agosto/2014



Fonte: Elaboração própria.

A tabela abaixo mostra todos os atores, partidos, instituições, empresas, entre outros, que foram citados em matérias sobre corrupção. Petrobras, Graça Foster e Refinaria de Pasadena, já indicavam o desenrolar da agenda sobre cobertura de casos de corrupção do JN.

Tabela 11: Atores da Política no JN Agosto/2014

Petrobras, Graça Foster e Refinaria de Pasadena	2
TCU, Flávia Silva Jacua de Araújo, Colin Silva Foster, Dilma Rousseff, Nestor Cerveró, José Jorge, Luís Inácio Adams, Raquel Cerveró, Bernardo Cerveró, Conselho de Ética da Câmara, André Vargas, Congresso, Ministério da Saúde, Laboratório Labogen, Alberto Youssef, Operação Lava Jato, Polícia Federal, STF, Eduardo Cunha, Ministério Público, Tribunal de Contas do Rio de Janeiro, Companhia Habitacional e Haroldo Cedraz	1

Fonte: Elaboração própria.

b) Setembro de 2014

No mês de setembro de 2014, as notícias relativas à “política” constituíram a maior parte do conteúdo do Jornal Nacional, novamente, seguida das notícias de temas internacionais, e, logo depois, das relativas à categoria “temas sociais”.

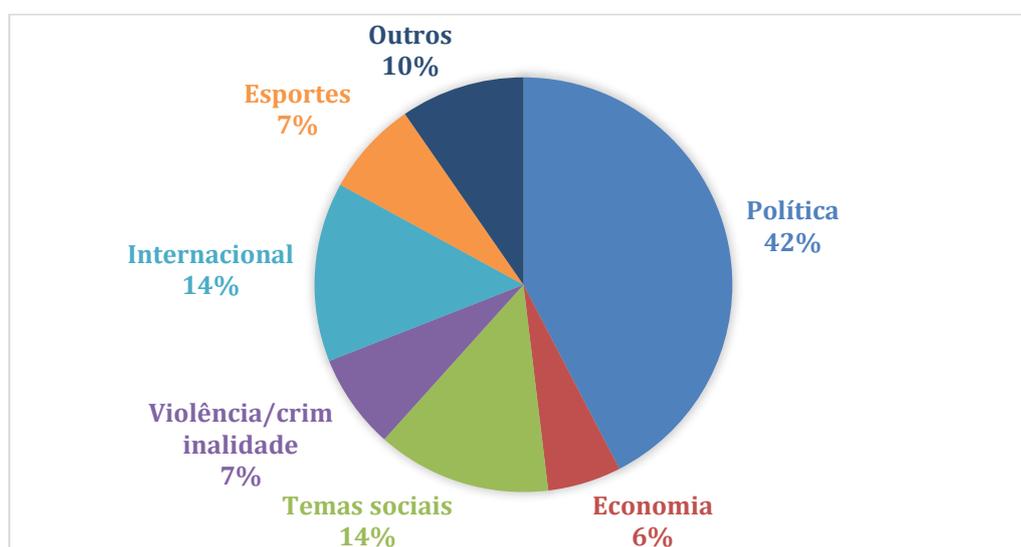
Tabela 12: Temas do Jornal Nacional Setembro/2014 em números

Política	84
Economia	13
Temas sociais	31
Violência/Criminalidade	17
Internacional	32
Esportes	17
Outros	22
Total	216

Fonte: Elaboração própria.

Como mostra o gráfico 20, 42,4% das matérias do JN no mês referido são sobre política.

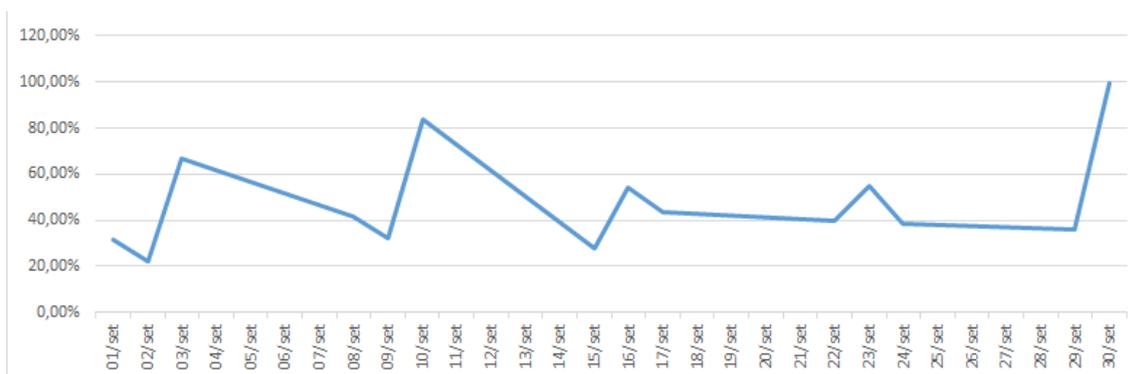
Gráfico 25: Temas do Jornal Nacional em Setembro/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quando analisados o tempo destinado ao tema, é possível perceber que durante os dias analisados, “política” não recebeu uma cobertura uniforme. No dia 10 e 30 de Setembro, respectivamente, ela teve espaço em 84,07% e 99,44%, enquanto no dia 2 de Setembro, teve 22,24% do tempo do programa.

Gráfico 26: Cobertura de Política ao longo de Setembro/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto as temáticas tratadas dentro do tema “política”, não houve uma grande diversidade. Como pode ser observado na Tabela 04, houve maior diversidade de temas quando comparado ao mês anterior. O destaque dado à campanha, possivelmente foi por ser o primeiro mês completo em que os candidatos poderiam realizá-la.

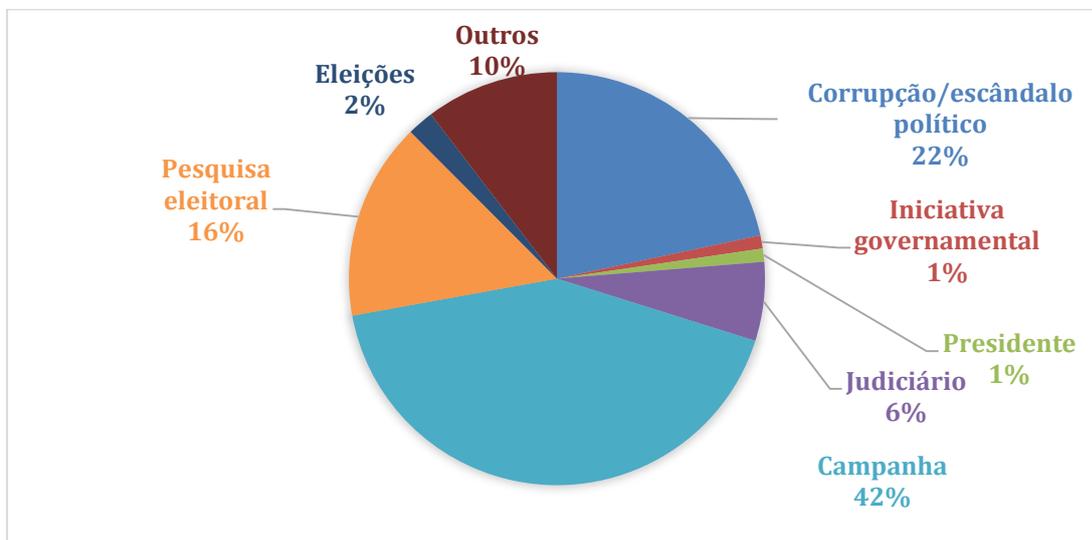
Tabela 13: Temas de Política no Jornal Nacional Agosto/2014 em números

Corrupção/ escândalo político	21
Iniciativa governamental	1
Sociedade civil/movimentos civis/ONGs	0
Legislativo	0
Presidente	1
Judiciário	6
Política externa	0
Campanha	41
Pesquisa eleitoral	15
Eleições	2
Outros	10
Total	97

Fonte: Elaboração própria.

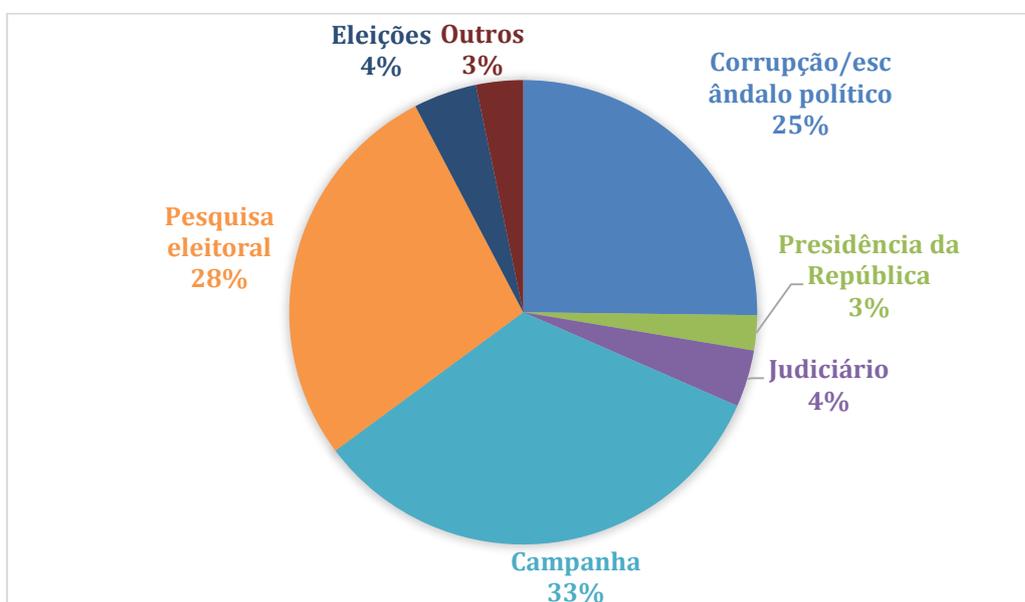
No gráfico 27, quase a metade das matérias sobre política (42%) foram sobre campanha, enquanto as notícias relativas à corrupção ficaram em segundo lugar (22%).

Gráfico 27: Notícias de política no JN em Setembro/2014 (%)



Relativo ao tempo, 32,7% foi destinado à campanha, seguido de “pesquisa” com 27,1%. E, finalmente, em terceiro lugar, “corrupção/escândalo político” com 24,8%.

Gráfico 28: Tempo notícias de política em segundos Setembro/2014 (%)



Em setembro, as notícias relacionadas à corrupção foram basicamente sobre a Lava Jato, com destaque para a validação da delação premiada de Paulo Roberto Costa, que foi assunto frequente na agenda do JN.

Tabela 14: Atores da Política no JN Setembro/2014

Petrobras	15
Paulo Roberto Costa	12
Polícia Federal e CPI da Petrobras	9
Congresso, STF	8
Alberto Yousseff, Operação Lava Jato, Ministério Público, Justiça Federal	7
PT, Teori Zavascki	6
Dilma Rousseff, PP, Lula	5
PMDB, Rodrigo Janot	4
Vital do Rêgo, Senado, TCU, Sérgio Moro	3
CCJ, Ciro Nogueira, CPMI, CGU, Refinaria de Abreu e Lima, Graça Foster, Refinaria de Pasadena, Carlos Alberto Pereira, Delúbio Soares	2
Sérgio Zveiter, Conselho de Ética, André Vargas, Vicente Cândido, Francisco Falcão, Félix Fischer, Conselho Nacional de Justiça, Superintendência da Polícia Federal, Procuradoria Geral da República, Edison Lobão, Henrique Eduardo Alves, Renan Calheiros, Romero Jucá, Cândido Vaccarezza, João Pizzolatti, Mário Negromonte, Sérgio Cabral, Roseana Sarney, Eduardo Campos, Marina Silva, PSB, João Vaccari Neto, Marco Maia, Bolsa de Valores de São Paulo, Ciro Nogueira, Cícero Lucena.	1

Fonte: Elaboração própria.

c) Outubro de 2014

No mês de outubro de 2014, as notícias sobre política foram mais uma vez a maioria reportada no Jornal Nacional, porém, temas sociais tiveram uma diferença de apenas 10 matérias, seguidos das de temática internacional.

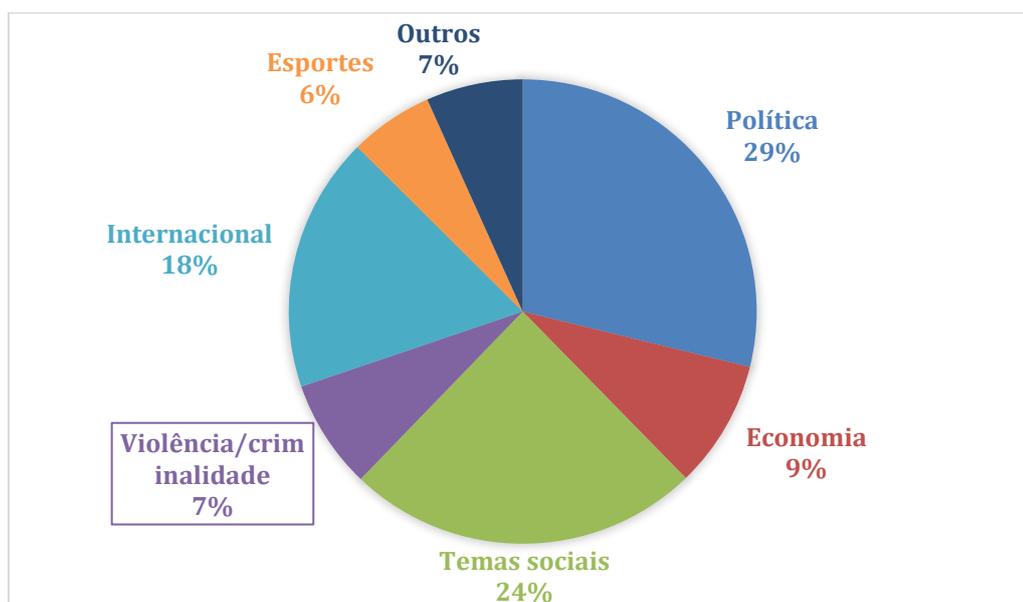
Tabela 15: Temas do Jornal Nacional Outubro/2014 em números

Política	65
Economia	20
Temas sociais	55
Violência/Criminalidade	17
Internacional	40
Esportes	13
Outros	15
Total	225

Fonte: Elaboração própria.

Como é mostrado no Gráfico 29, temas políticos formam 28,9% da agenda do mês de outubro de 2014, com temas sociais logo atrás (24,5%).

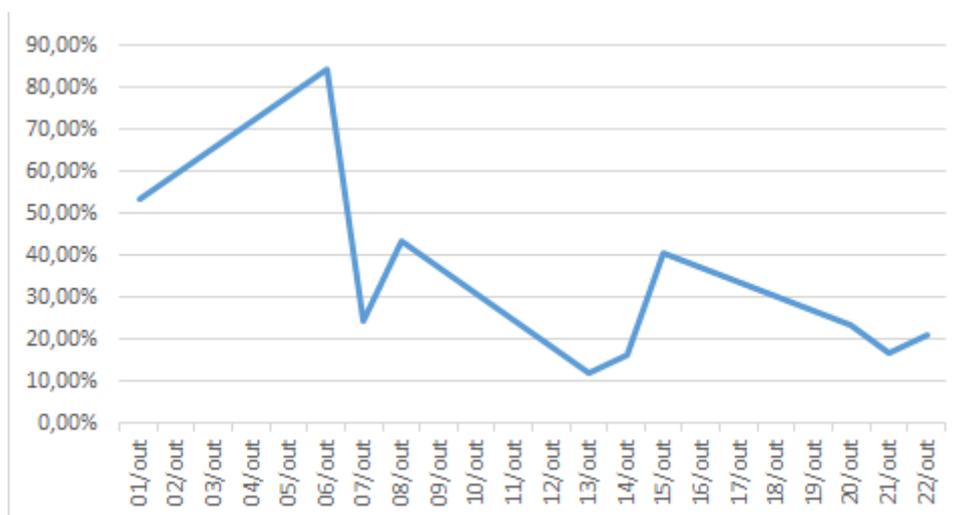
Gráfico 29: Temas do Jornal Nacional em Setembro/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quando estudado o tempo destinado ao tema, é possível perceber que durante os dias analisados, “política” não recebeu uma cobertura uniforme; mais uma vez houve períodos de muito destaque e outros muito reduzidos. Nos dias 13 e 14 de outubro, ela teve espaço em apenas 12,04% e 16,57%, atingindo seu ápice em 6 de outubro com 84,58%.

Gráfico 30: Cobertura de Política ao longo de Outubro/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto às temáticas tratadas dentro do tema política, houve uma certa equiparação entre três assuntos, como pode ser observado na Tabela 02. “Campanha”, “eleições” e “corrupção/escândalo político” tiveram coberturas parecidas quanto à quantidade de matérias.

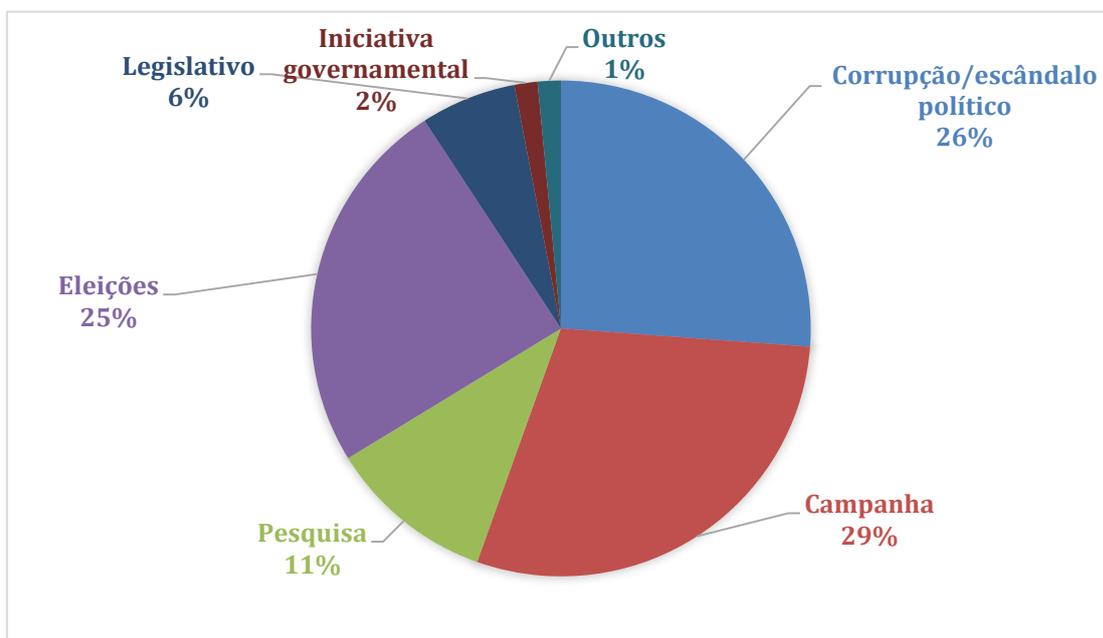
Tabela 16: Temas de Política no Jornal Nacional Outubro/2014 em números

Corrupção/escândalo político	17
Iniciativa governamental	1
Legislativo	4
Campanha	19
Pesquisa eleitoral	7
Eleições	16
Outros	1
Total	65

Fonte: Elaboração própria.

No gráfico 54, 29,3% das notícias são sobre campanha. Corrupção/escândalos políticos vem em segundo, com 26,2% e eleições, com 24,6%.

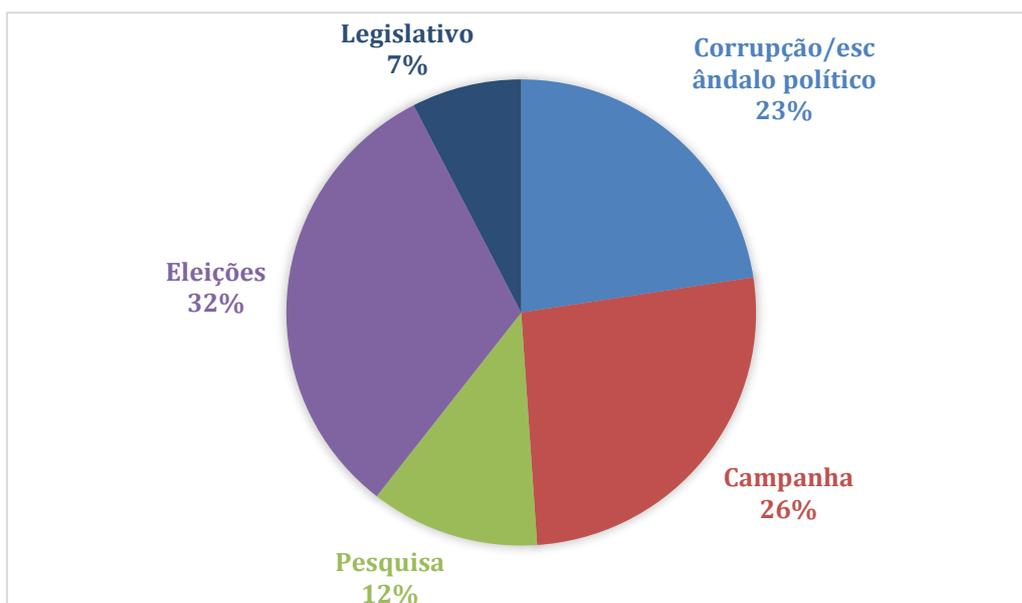
Gráfico 31: Notícias de política no JN em Outubro/2014 (%)



Fonte: Elaboração própria.

No gráfico 32, “eleições” foi o assunto com maior tempo de cobertura, atingindo 32% do tempo dedicado. Em seguida, “campanha” com 26%, e em terceiro, “corrupção/escândalo político” com 23%.

Gráfico 32: Tempo notícias de política em segundos Outubro/2014



Fonte: Elaboração própria.

Por fim, a agenda de outubro de 2014, continuou cobrindo acontecimentos relativos à Petrobras e relacionados à Lava Jato.

Tabela 17 – Atores da Política no JN Outubro/2014

Polícia Federal	14
Justiça Federal	8
Alberto Youssef	7
STF, Petrobras, Paulo Roberto Costa	6
Paulo Roberto Costa,	5
Operação Lava Jato, CPI da Petrobras, CPI da Petrobras, Congresso	4
PT	3
Sérgio Moro, TCU	2

Fonte: Elaboração própria.

Foram citados apenas uma vez: Luiz Estevão, TRT, Teori Zavascki, Benedito Rodrigues Oliveira Neto, PSDB, Fernando Pimentel, José Serra, Marcier Trombiere Moreira, Banco do Brasil, Ministério do Esporte, Ministério da Saúde, Ministério das Cidades, Pedro de Medeiros, ANAC, Bridge Participações, CCJ, André Vargas, Conselho de Ética, Sérgio Zveiter, Meire Poza, Breno Altman, Enivaldo Quadrado, Postalis, Senado, Renan Calheiros, Ministério Público Estadual de Alagoas, Joaquim Gomes, Toinho Batista, Ledson da Silva, Refinaria Abreu e Lima, Piemonte Empreendimentos, Consórcio Mendes Júnior, Mendes Júnior Trading Engenharia, Engevix, Galvão Engenharia, OAS, OAS Engenharia, Associação dos Juízes Federais do Brasil, CPI, Vital do Rêgo, João Vaccari Neto, Renato Duque, COMPERJ, Estratégia Corporativa, UTC, Odebrecht, José Jorge, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, CGU, PRONATEC, Henrique Paim, Fundo nacional de Desenvolvimento da Educação, Protógenes Queiroz, Operação Satiagraha, Tribunal de Contas do Estado, Júlio Lambertson Rabello, Alessandra Pereira Evangelista, Polícia Militar, Nelma Kodama, Comissão de Valores Mobiliários, José Carlos Cosenza, Marco Maia.

d) Agosto de 2016

No mês de agosto de 2016, as notícias relativas à “política”, constituíram a maior parte do conteúdo do Jornal Nacional, seguidas das notícias de esportes. Esta

configuração se deu porque foi o mês das Olimpíadas de 2016, que aconteceram na cidade do Rio de Janeiro.

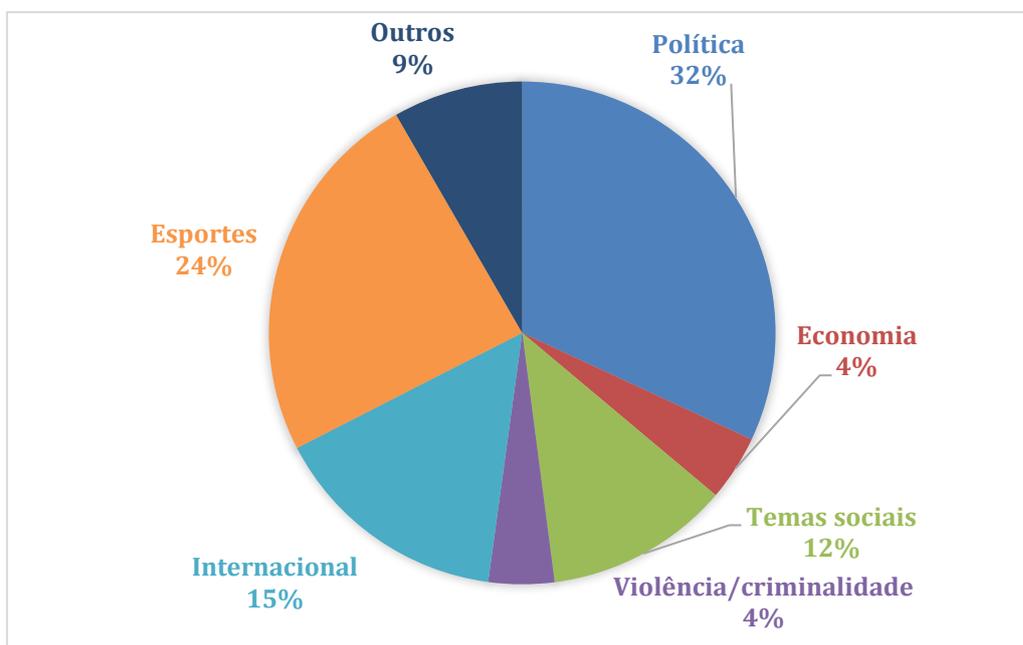
Tabela 18: Temas do Jornal Nacional Agosto/2016 em números

Política	46
Economia	6
Temas sociais	17
Violência/ Criminalidade	6
Internacional	22
Esportes	35
Outros	12
Total	144

Fonte: Elaboração própria.

Como mostra o gráfico 33 abaixo, 32% da agenda do JN do mês de agosto de 2016 é constituída de notícias ligadas à política.

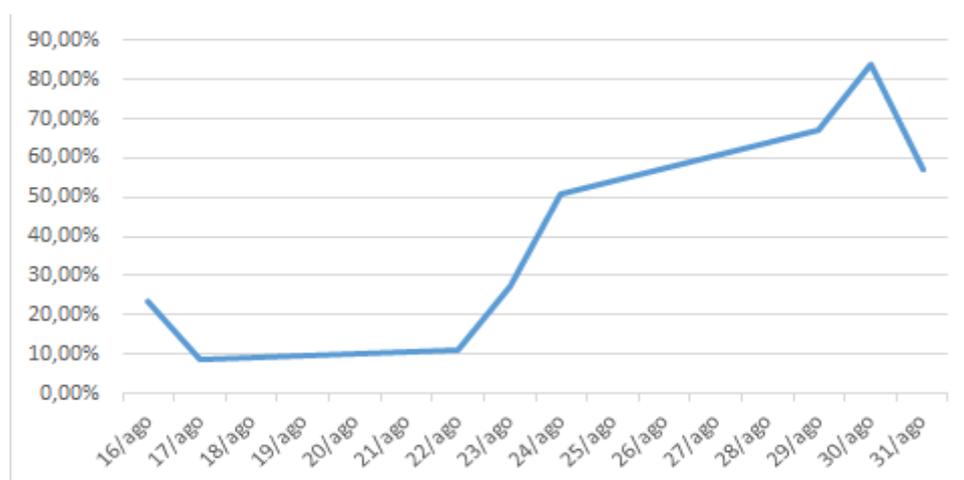
Gráfico 33: Temas do Jornal Nacional em Agosto/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao tempo, no início até a metade do mês “política” teve cobertura baixa. Essa temática foi aumentando apenas no final do mês, atingindo seu ápice no dia 30 de agosto (84,12%).

Gráfico 34: Cobertura de Política ao longo de Agosto/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto às temáticas tratadas dentro do tema “política”, foram, majoritariamente, reportagens abordando “corrupção/escândalo político”.

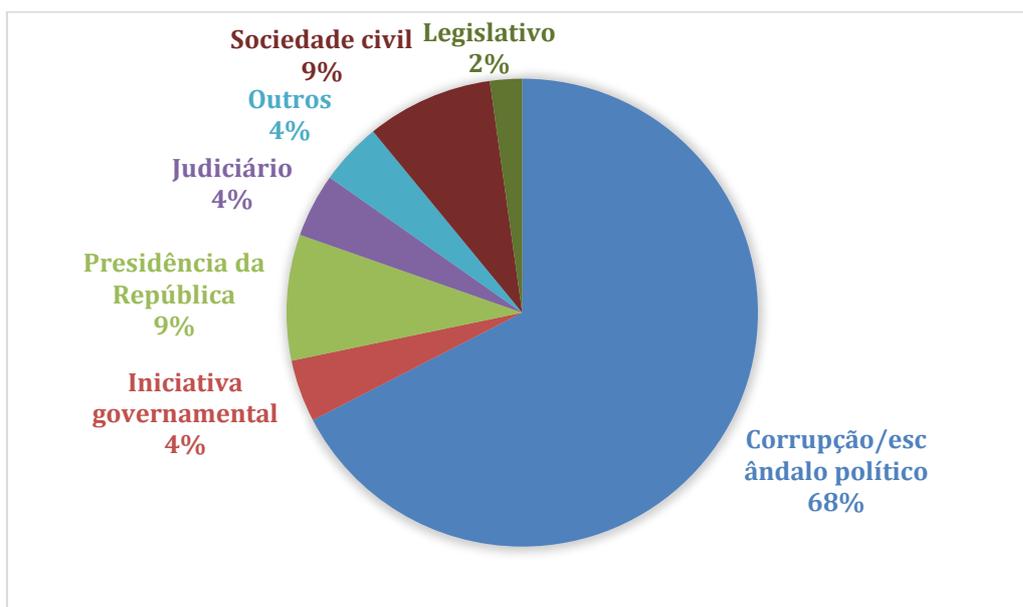
Tabela 19: Temas de Política no Jornal Nacional Outubro/2016 em números

Corrupção/ Escândalo político	31
Iniciativa governamental	2
Sociedade civil/movimentos civis/ONGs	4
Legislativo	1
Presidente	4
Judiciário	2
Política externa	0
Campanha	0
Pesquisa eleitoral	0
Eleições	0
Outros	2
Total	46

Fonte: Elaboração própria.

No gráfico 28, mais da metade das notícias são sobre corrupção/escândalos políticos (67,4%).

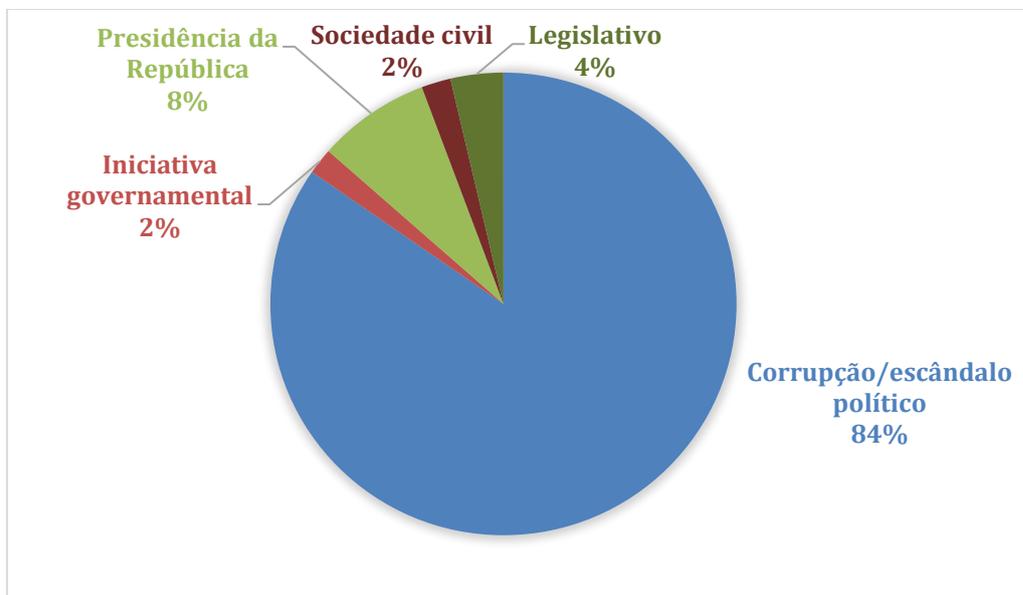
Gráfico 35: Notícias de política no JN em Agosto/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao tempo, 83,7% foi destinado à cobertura de “corrupção/escândalos políticos”.

Gráfico 36: Tempo notícias de política em segundos Agosto/2016



Fonte: Elaboração própria.

O mês de agosto de 2016 foi marcado principalmente pelas discussões sobre o impeachment de Dilma Rousseff. No dia 30, 84,12% foi destinado à “política” e no dia

seguinte, 31 de agosto, foi aprovado o afastamento da ex-presidente. Dilma esteve, então, no centro da agenda.

Tabela 20: Atores da Política no JN Agosto/2016

Dilma Rousseff	20
STF	16
Senado	15
Ricardo Lewandowski	12
Eduardo Cunha	10
PSDB	9
Congresso	8
Michel Temer	7
Ministério Público	6
José Eduardo Cardozo	5
Lula, Justiça Federal, Operação Lava Jato, Renan Calheiros, PT, Aloysio Nunes, Cássio Cunha Lima, Janaína Paschoal	4
Polícia Federal, Vanessa Grazziotin, José Eduardo Cardozo, Fernando Collor, DEM	3
STJ, TCU, Celina Leão, Liliane Roriz, PMDB, Ana Amélia, Kátia Abreu, Instituto Lula, Receita Federal, Jorge Viana, Petrobras, Rede, PP	2

Fonte: Elaboração própria.

Foram citados apenas uma vez os nomes: Teori Zavascki, Rodrigo Janot, Aloísio Mercadante, Delcídio do Amaral, Marcelo Navarro, Francisco Falcão, Operação Acrônimo, BNDES, Eduardo Serrano, Construtora JHSF, Benedito Oliveira Neto, Fernando Pimentel, Voz Populi, Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Odebrecht, OAS, Refinaria Abreu e Lima, OEA, Gleisi Hoffmann, José Agripino, Itamaraty, Comissão Interamericana de Direitos Humanos, Câmara Legislativa, Valério Neves, Gim Argello, Gilson Bittencourt, Ricardo Lodi, Comissão Especial, TSE, Empresa Focal, Rede Seg, VTPB, Maria Thereza de Assis Moura, Ricardo Pessoa, Júlio Camargo, Zwi Skornicki, Ministério do Esporte, SB Marketing, Sérgio Borges,

Confederação Brasileira de Taekwondo, Carlos Fernandes, Confederação Brasileira de Tiro Esportivo, Eduardo Amorim, Secretaria de Segurança do Distrito Federal, José Taveira Rocha, Afrêni Gonçalves, Saneago, PAC, Justiça de Minas Gerais, Marcos Valério, Clésio Andrade, Eduardo Azeredo, Mensalão tucano, Chico Buarque, Banco do Brasil, Plano Safra, Ministério da Fazenda, Aécio Neves, Justiça do Paraná, Luiz Antônio Abi Antoun, Beto Richa, Governo do Paraná, Randolfe Rodrigues, Paulo Paim, Petrolão, José Guimarães, Miguel Reale Júnior, FHC, Antônio Anastasia, Comissão Especial de *Impeachment*, Ataíde Oliveira, Minha Casa Minha Vida, Brasil Carinhoso, Pronatec, Crack é preciso vencer, Rede cegonha, Bolsa Família, Fies, Farmácia Popular, Seguro Desemprego, Minha Casa Melhor, Fátima Bezerra, Lídice da Mata, Humberto Costa, Solange Almeida, Pedro Chávez, Manuel Júnior, Carlos Sampaio, Alberto Youssef, Nestor, Cerveró, Fernando Soares, Rodrigo Maia, PSOL, Líder Táxi Aéreo, Ginter Transportes, Andrade Gutierrez, Flávio Machado Filho, Clara Ant, Instituto Cidadania, Milian Matsuda, Camargo Corrêa, Paulo André Cangussu, Luiz Inácio Lula da Silva Palestras, Santiago Zapata, Paulo Okamoto, Eunício Oliveira, PSB, PR, PSC, PDT, PPS, PTB, PRB, PV, Senador Reguffe, PCdoB, PSD, Kátia Abreu, Gilmar Mendes, Solidariedade, FGV, Thomaz Pereira, Marlon Reis, Celso de Mello, CPI da Saúde, Ricardo Cardoso, Polícia Civil

e) Setembro de 2016

No mês de setembro de 2016, as notícias relativas à política, constituíram maior parte do conteúdo do Jornal Nacional, seguida das notícias de esportes e logo depois, as relativas à temas internacionais.

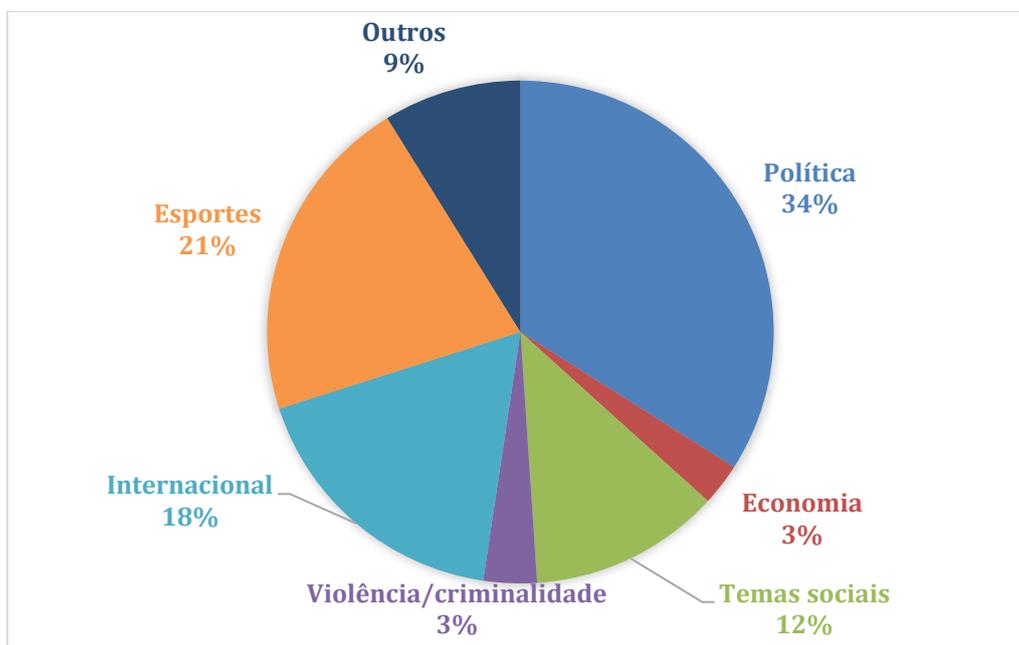
Tabela 21: Temas do Jornal Nacional Setembro/2016 em números

Política	50
Economia	4
Temas sociais	18
Violência/ Criminalidade	5
Internacional	26
Esportes	31
Outros	13
Total	147

Fonte: Elaboração própria.

Mais uma vez, “política” é o tema de maior destaque dentro do JN com 34% de matérias.

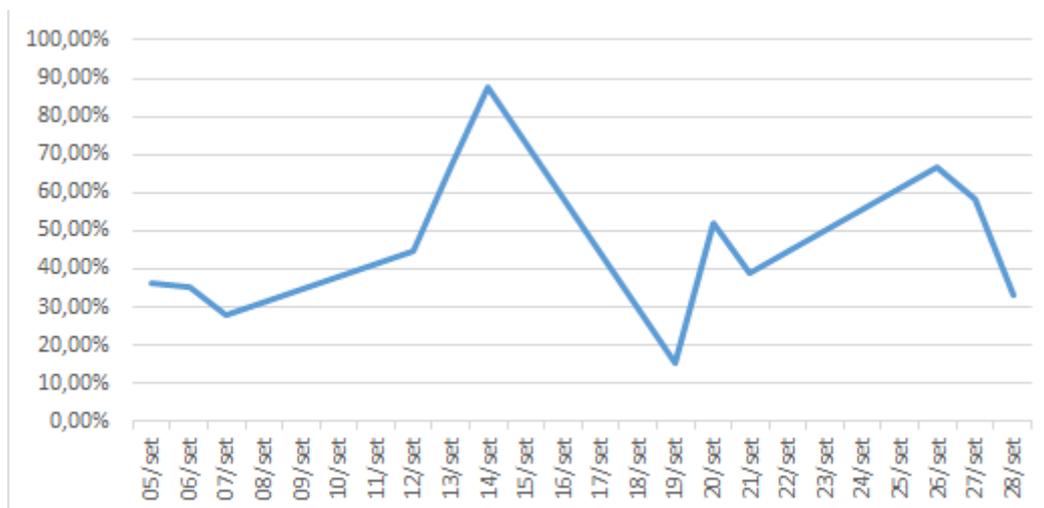
Gráfico 37: Temas do Jornal Nacional em Setembro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quando analisados o tempo destinado ao tema, é possível perceber que durante os dias analisados, “política” mais uma vez teve um grande ápice e uma queda brusca. No dia 14 de setembro, alcançou 87,42%, e no próximo dia analisado, 19 de setembro, foi para 15,41%.

Gráfico 38: Cobertura de Política ao longo de Setembro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto às temáticas tratadas dentro do tema “política”, a maioria das reportagens foi a respeito da temática “corrupção/escândalos políticos”.

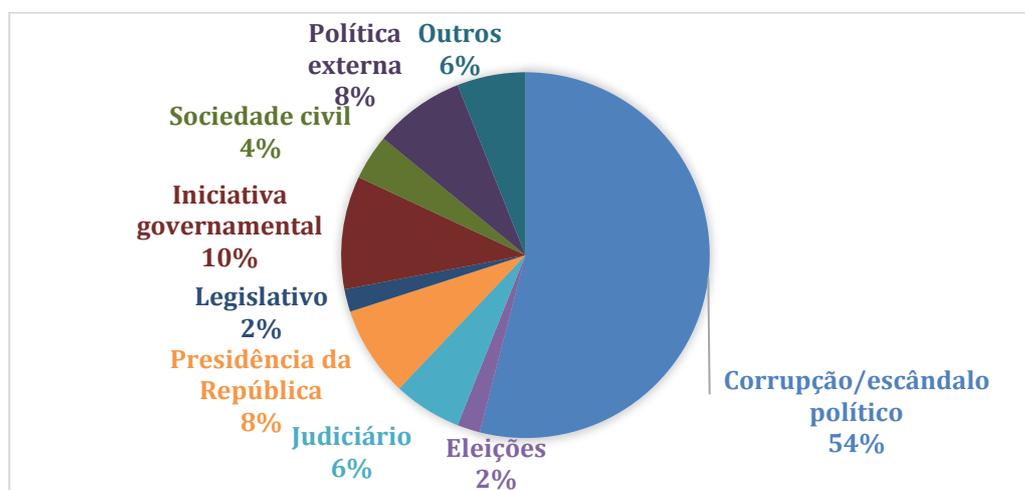
Tabela 22: Temas de Política no Jornal Nacional Setembro/2016 em números

Corrupção/ escândalo político	27
Iniciativa governamental	5
Sociedade civil/movimentos civis/ONGs	2
Legislativo	1
Presidente	4
Judiciário	3
Política externa	4
Campanha	0
Pesquisa eleitoral	0
Eleições	1
Outros	3
Total	50

Fonte: Elaboração própria.

O tema “corrupção/escândalo político” ocupou mais da metade do noticiário de política do mês, com 54%.

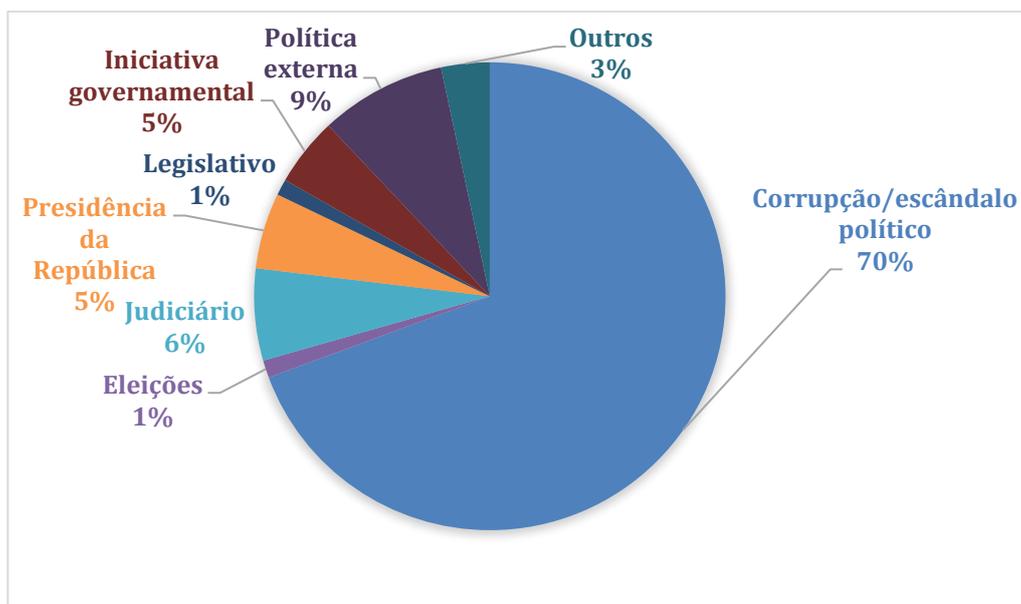
Gráfico 39: Notícias de política no JN em Setembro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Mais da metade do tempo, também é ocupado por notícias de corrupção/escândalo político, com 68,8%. O dado mais interessante, é a volta do grupo “eleições”, que retorna no mês em que aconteceu o primeiro turno das eleições municipais (1,2%).

Gráfico 40: Tempo notícias de política em segundos Setembro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Setembro de 2016 foi o primeiro mês que a Lava Jato aparece em primeiro lugar, com 16 reportagens. Nesse momento tiveram também dois acontecimentos que chamaram a atenção da mídia: a perda do mandato de Eduardo Cunha e a prisão de Palocci. O PT, sendo citado em 10 matérias, também deve ser destacado, uma vez que é o primeiro partido a receber cobertura do tipo, dentro dos períodos analisados.

Foram citados apenas uma vez: Santander, Bradesco Asset, Deloitte, Ecovix, Engevix, J&F, WTorre, Caixa Econômica Federal, Previ, Banco do Brasil, Funcef, Postalis, Correios, Petros, Vanisley de Souza Oliveira, Carlos Augusto Borges, Demóstenes Marques, Carlos Alberto Caser, Alexej Predtechensky, Gerson Almada, Desenvix, Walter Torres Júnior, Eldorado Celulose, Florestal Brasil, Eugênio Staub, Gradiente, PTB, Daniele Cunha, Secretaria Geral da Câmara, Miguel Rossetto, Jaques Wagner, Newton Ishii, José Carlos Bumlai, Conselho Superior do Ministério Público Federal, Marcelo Nobre, Pauderney Avelino, Fernando Collor, Telerj, Companhia Estadual de Habitação do Rio, Arlindo Chinaglia, Júlio Camargo, Cláudia Cruz, CCJ, Julius Baer, Paulinho da Força, André Moura, Hugo Motta, Leonardo Quintão, João

Carlos Bacelar, Wellington Roberto, Marco Feliciano, Grupo Globo, Organizações Globo, Marquinho Mendes, Vital do Rêgo, Ricardo Berzoini, Marco Maia, Grupo JIF, Petrolão, Paulo Ferreira, Mensalão do PT, Lula Palestras, Agenor Medeiros, OAS Investimentos, Randolfe Rodrigues, Andrade Gutierrez, Otávio Azevedo, TSE, Herman Benjamin, PSOL, Rede, Vladimir Aras, PP, PR, Elton Freitas, Bovespa, Refinaria Abreu e Lima, Refinaria Getúlio Vargas, Agenor Franklin, Operação Omertà, Mônica Moura, Antônio Palocci Filho, BNDES, Roberto Teixeira, Instituto Cidadania, Ministério da Fazenda, Francenildo Costa, Ministério da Casa Civil, Paulo Roberto Costa, Fernando Baiano, Rodrigo Janot, Ministério da Justiça, José Roberto Batochio, Celso Daniel, Sombra, Paulo Bernardo, Ernesto Kugler, Alberto Youssef, Teori Zavascki, Superintendência da Polícia Federal.

Tabela 23: Atores da Política no JN Setembro/2016

Operação Lava Jato	16
Congresso	12
Ministério Público	11
PT	10
Petrobras	9
STF	8
Polícia Federal, Lula, Conselho de Ética	7
OAS, Justiça Federal, Eduardo Cunha, Dilma Rousseff, Antonio Palocci	6
Léo Pinheiro, Sérgio Moro, CPI da Petrobras, Rodrigo Maia, PMDB, Michel Temer	5
Procuradoria geral da República, PSDB, Odebrecht, Justiça Eleitoral	4
Operação Greenfield, Marcos Rogério, DEM, Deltan Dallagnol, Marcelo Odebrecht	3
Invepar, Sete Brasil, Humberto Vianna de Lima, Maurício Pereira, Joesley Batista, JBS, Wesley Batista, João Vacc, ari Neto, Gim Argello, CPMI da Petrobras, Carlos Marun, Força Aérea, PSOL, Rede, José Dirceu, Instituto Lula, Paulo Okamoto, Paulo Gordilho, Fábio Yonamine, Roberto Moreira, Cristiano Zanin, Bancoop, Miro Teixeira, Beto Mansur, Juscelino Antônio Dourado, Branislav Kontic, Guido Mantega, Gleisi Hoffmann, Alexandre de Moraes	2

Fonte: Elaboração própria.

f) Outubro de 2016

No mês de agosto de 2014, as notícias relativas à política, constituíram a maior parte do conteúdo do Jornal Nacional, seguidas das notícias de temas internacionais e logo depois, as relativas à violência/criminalidade.

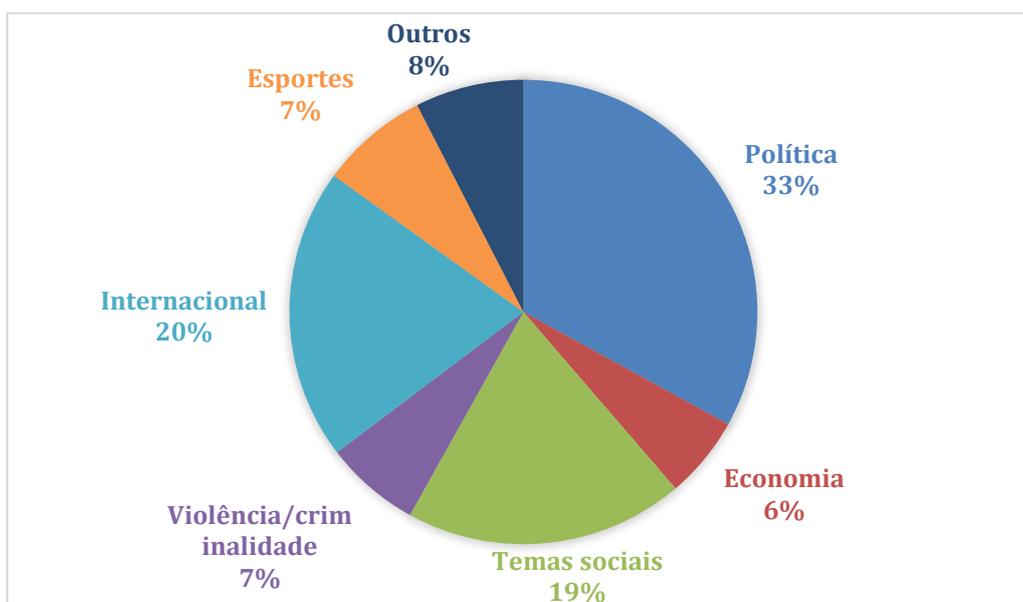
Tabela 24: Temas do Jornal Nacional Outubro/2016 em números

Política	70
Economia	12
Temas sociais	41
Violência/ Criminalidade	14
Internacional	43
Esportes	16
Outros	16
Total	212

Fonte: Elaboração própria.

No mês de outubro de 2016, “política” ocupou 33% das notícias do JN, seguido de temas internacionais com 20,3% e temas sociais com 19,3%.

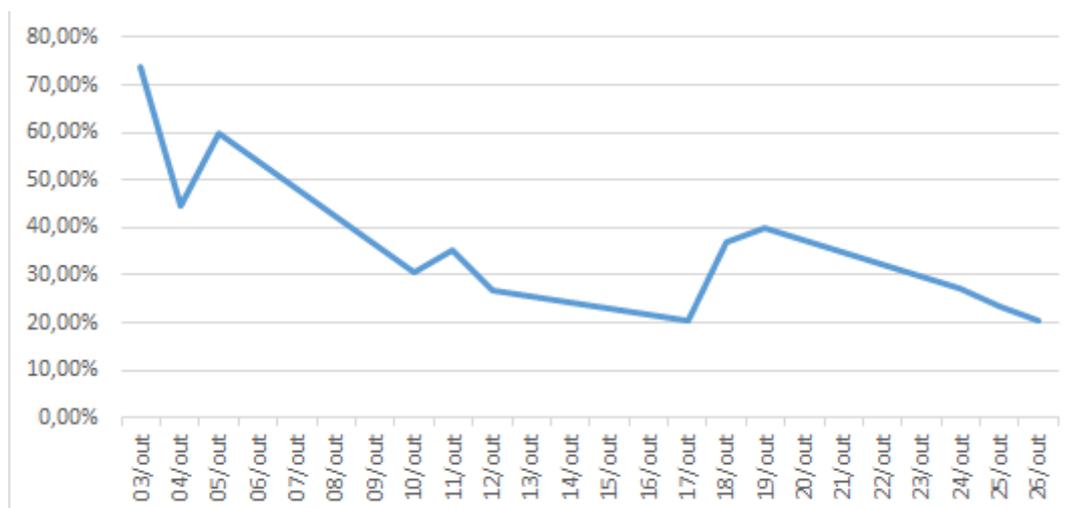
Gráfico 41: Temas do Jornal Nacional em Outubro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao tempo, o período mostrou certa linearidade, com apenas um pico no início do mês, dia 3 de outubro, com 73,93%.

Gráfico 42: Cobertura de Política ao longo de Outubro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto as temáticas tratadas dentro do tema política, novamente “corrupção/escândalos políticos” foi, definitivamente o assunto com mais espaço dentro do JN.

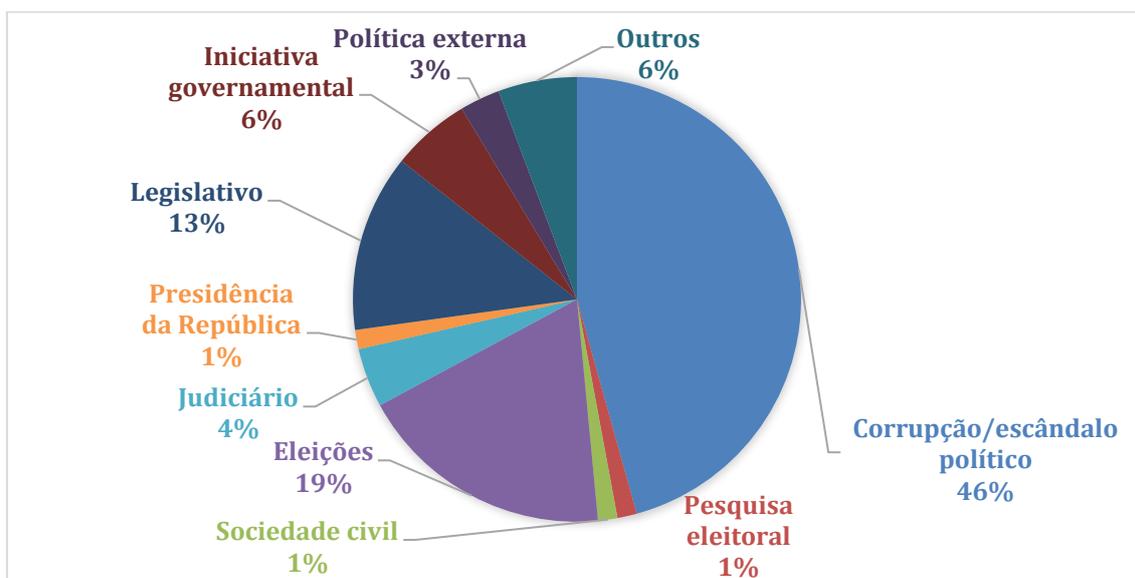
Tabela 25: Temas de Política no Jornal Nacional Outubro/2016 em números

Corrupção/ escândalo político	32
Iniciativa governamental	4
Sociedade civil/movimentos civis/ONGs	1
Legislativo	9
Presidente	1
Judiciário	3
Política externa	2
Campanha	0
Pesquisa eleitoral	1
Eleições	13
Outros	4
Total	70

Fonte: Elaboração própria.

As notícias de corrupção/escândalo político alcançaram 45,7% das notícias de política, com “eleições” vindo atrás, mas já com 18,6%.

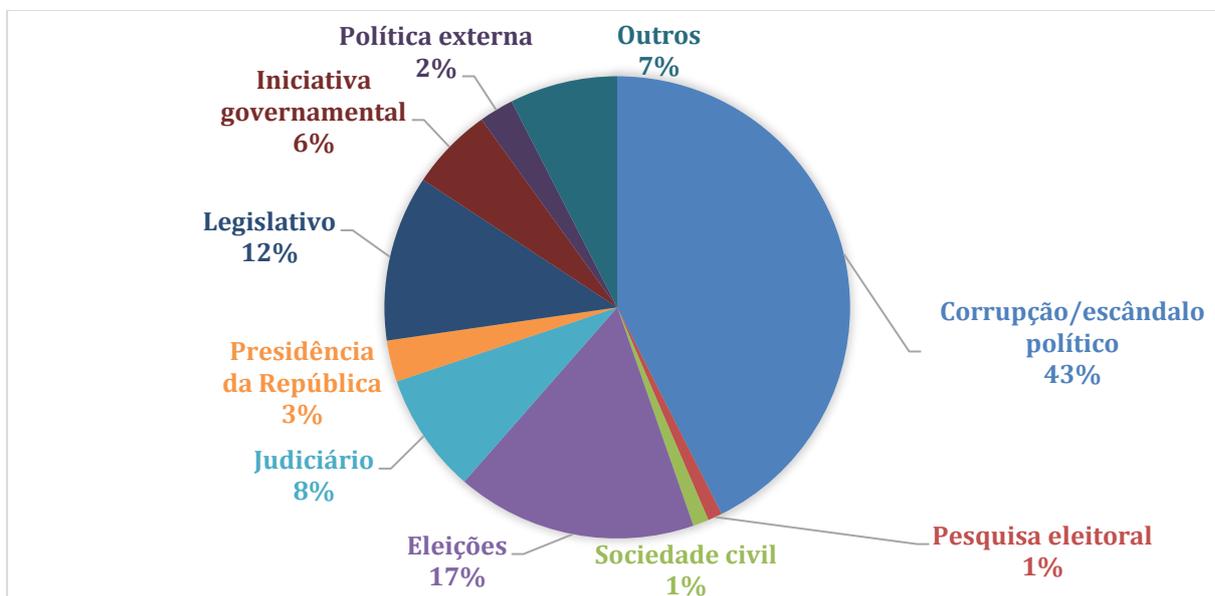
Gráfico 43: Notícias de política no JN em Outubro/2016 (%)



Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao tempo, “corrupção/escândalo político” ocupou 42,6% do tempo, seguindo “eleições” com 16,7% e “legislativo” com 11,6%.

Gráfico 44: Tempo notícias de política em segundos Outubro/2016



Fonte: Elaboração própria.

Em outubro de 2016, a agenda já se configurou em sua maioria voltada para a Lava Jato, as ações da Polícia Federal dentro dela, os esquemas da Petrobras, as atuações do Congresso, Ministério Público e Congresso, além da presença constante do ex-presidente Lula, que recebeu cobertura uniforme por todo o período analisado.

Tabela 26: Atores da Política no JN Outubro/2016

Polícia Federal	11
Petrobras	9
STF, Sérgio Moro, Eduardo Cunha, Operação Lava Jato	8
Ministério Público, Congresso	7
Lula, PMDB, Senado, Justiça Federal	4
Dilma Rousseff, Claudia Cruz, Odebrecht, Marcelo Odebrecht, Renan Calheiros, PSDB	3
Rodrigo Janot, Refinaria Abreu e Lima, Eduardo Campos, BNDES, Taiguara Rodrigues dos Santos, Exergia Brasil, TCU, Delcídio do Amaral, Marx Beltrão, Henrique Eduardo Alves, Polícia do Senado, Pedro Ricardo Araújo Carvalho, Operação Métris	2

Fonte: Elaboração própria.

Foram citados uma vez: Fernando Bezerra Coelho, João Carlos Lyra, Aldo Guedes, Companhia Pernambucana de Gás, Construtora Queiroz Galvão, OAS, Camargo Corrêa, Mário Negromonte, PP, Dialog, Ministério das Cidades, Tribunal de Contas dos Municípios da Bahia, Teori Zavascki, José Carlos Bumlai, Cambambe, José Múcio Monteiro, Banco do Brasil, Banco Safra, Ricardo Lodi, Guido Mantega, Arno Augustin, Nelson Barbosa, Diogo Oliveira, FHC, Nestor Cerveró, Alston, GE, NRG, Philippe Reichstul, Michel Temer, Frei Chico, Marisa Letícia, Eletrobrás, Angra II, Termelétrica Mauá II, Hidrelétrica de Simplício, Gilmar Mendes, Aécio Neves, CPI dos Correios, Mensalão mineiro, Eduardo Paes, Clésio Andrade, José Dirceu, Mensalão do PT, Luís Roberto Barroso, Romacart Azeredo de Souza, Hamilton Nunes de Oliveira, Guilherme Ferreira de Oliveira, Paulo Renato Teixeira Ribeiro, Kilinho, Leonardo Picciani, Carioca Engenharia, Tânia Fontenelle, Agrobilara Comércio, Participações LTDA, Jorge Picciani, Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, Rafael Picciani, Prefeitura do Rio, Justiça Eleitoral do Pará, Zenaldo Coutinho, CPI da Petrobras, Conselho de Ética da Câmara, Chico Alencar, CCJ, Fernando Collor, CPI, Crime Organizado do Ministério Público do Piauí, Emir Martins Filho, Ministério Público, Antônio Palocci, PT, Braskem, Emílio Odebrecht, Felipe Pace, Branislav Kontic,

Juscelino Dourado, João Santana, Mônica Moura, Justiça Eleitoral, José Sarney, Paulo Igor da Silva, Vallisney de Souza Oliveira, Alexandre de Moraes, Bruno Dantas, Associação da Polícia do Congresso Nacional, Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Fernando Pimentel, STJ, Operação Acrônimo, Márcio Barbosa Vasconcelos, Fundeb, Mariano Marcondes Ferraz, Paulo Roberto Costa, Cármen Lúcia, Rede.

5. Conclusão

Política é uma temática de presença constante na agenda do Jornal Nacional, assim como notícias envolvendo corrupção e escândalos políticos. A maior demonstração disso, são os 21,9% da programação total analisada que dizem respeito aos casos de corrupção. Desta forma, fica provada a grande inserção não só de temas políticos no JN, mas também o grande espaço que notícias a respeito de esquemas de corrupção ocupam dentro da agenda do jornalístico.

É possível perceber também o desenvolvimento dessa agenda e como, em 2014, ela começou a se desenvolver da maneira como se mostra em 2016. No primeiro ano analisado, a agenda de campanha dominou o programa. Até o primeiro turno, as agendas dos três principais candidatos presidenciais, Dilma Rousseff, Aécio Neves e Marina Silva, dominaram a programação. Depois disso, as pesquisas eleitorais e a agenda de Dilma e Aécio, candidatos que foram para o segundo turno, foram as notícias mais presentes na programação. Porém, notícias sobre esquemas corruptos já estavam em pauta. E estas notícias se ligavam, de alguma forma, à então presidente, e também candidata à reeleição, Dilma Rousseff, porque foi a única candidata daquele pleito a ser citada mais de cinco vezes nas matérias a respeito do assunto.

Em 2014, as notícias sobre política perderam apenas para as de temática “outros”, e, ao todo, as notícias relativas ao tema analisado constituíram 4% da quantidade de matérias, o que se figura como uma amostra significativa. As matérias de corrupção e escândalo político também foram maioria, com 31%. O detalhe que diferencia o ano de 2014 de 2016, é que as categorias “pesquisa” e “campanha”, constituíram 17% e 14%, respectivamente. Isso se deve ao fato de ser ano de eleições gerais; no outro período analisado, esse quadro não se repetiu. Contudo, quando se analisa o tempo, “campanha” se ocupou de 40% do tempo em segundos, contra 22% das relativas à corrupção/escândalo político. Por ser um ano eleitoral, as reportagens sobre o dia a dia dos candidatos eram maiores, o que fez com que a temática, apesar de não ser a categoria de maior destaque em quantidade, seja em tempo.

Quanto aos atores políticos, é possível perceber como desde esse período a agenda de 2016 já estava amadurecendo. Paulo Roberto Costa, Alberto Yousseff, Teori Zavascki e Sérgio Moro, são atores presentes na agenda sobre corrupção por participarem dela diretamente, cada um a seu modo. O ex-presidente Lula é presença

constante também, e, nesse ano, não foi apenas na campanha de Dilma Rosseff, cujo nome também está entre os mais citados, porém, por ter sido candidata à reeleição. O mesmo se deu com as instituições: Política Federal, Petrobras, Justiça Federal, STF, Congresso e CPI da Petrobras. Todos se ligam aos atores mais citados e também estão presentes em 2016.

No ano de 2016, o pleito municipal não ocupou grande espaço na agenda, possivelmente por ter um caráter mais regional. Somente no dia 3 de outubro que alcançou uma representação, pois foi o dia pós-eleição e o programa cobriu o resultado nas capitais do país. Assim, enquanto as notícias sobre eleições praticamente desapareceram, aquelas sobre corrupção ganharam muito mais espaço. Nesse ano, a Operação Lava Jato já estava ainda mais consolidada e longos minutos de cobertura foram dedicados a ela.

As notícias sobre política ocuparam uma quantidade de matérias ligeiramente maior, com 33%. No entanto, quando se contabiliza todas as notícias e as compara com a quantidade de matérias políticas, elas ocuparam 50% de toda a agenda do JN no período analisado em 2016. Isso se repete nas relativas à corrupção/escândalo político que estão presentes em 51% das matérias. O tema “eleições” ficaram com apenas 8%, devido à cobertura ter acontecido somente no dia para dar o resultado do primeiro turno. Na questão “tempo”, as notícias de corrupção ocuparam mais da metade do tempo, com 65%.

Nos atores, de forma geral, Dilma Rousseff e Lula continuam presentes, porém, dessa vez o ex-presidente aparece somente em notícias ligadas à corrupção e a ex-presidente Dilma estava sofrendo o processo de *impeachment*. O juiz Sérgio Moro também está presente mais uma vez e as novidades são Eduardo Cunha e o presidente Michel Temer. Os cinco mais presentes estão ligados as notícias sobre corrupção, e nenhum estava concorrendo ao pleito do ano. A Operação Lava Jato é a segunda mais citada, o que comprova mais uma vez a presença maciça do tema na agenda do jornal.

Outras operações e esquemas chegaram a ser citados ou tiveram notícias a respeito, mas nada que chegasse perto da presença da Lava Jato. Assim, ficou demonstrado que não houve cobertura equiparada para diferentes casos, a quantidade de matérias sobre a operação em relação as outras é gritante. Novamente, Dilma Rousseff foi um dos principais atores, mas dessa vez por enfrentar um processo de *impeachment*.

Eduardo Cunha também foi um dos principais atores, tendo a edição do dia em que perdeu seu mandato de deputado com a maioria das notícias a seu respeito. Outro ator de grande destaque foi o juiz Sérgio Moro, mas não como membro do esquema. Lula também foi uma presença constante na agenda em ambos os anos, o que mostra a proeminência do ex-presidente, já que outros ex-presidentes, como FHC, foram citados poucas vezes.

Dessa forma, a presente pesquisa demonstrou que casos de corrupção estão presentes em grande parte do Jornal Nacional, porém sem uma diversidade. A Operação Lava Jato desde 2014 ocupa a grande maioria desse tempo. Desde sua ligação com membros do PT, a relação com a Petrobras e as delações, ganharam um espaço muito grande, o que levou também o Partido dos Trabalhadores a ser o principal partido na cobertura jornalística. Apesar de serem analisados períodos eleitorais, apenas Dilma Rousseff foi citada várias vezes. Também não houve uma grande diversidade de atores sendo citados muitas vezes. Assim, é possível concluir que, apesar da centralidade da temática “corrupção/escândalos políticos” no JN, ela é totalmente desigual, em relação a casos e em relação a atores.

Referências:

ALBUQUERQUE, Afonso de. “A campanha presidencial no ‘Jornal Nacional’: observações preliminares.” *Comunicação & Política*, p. 23-40, 1994.

_____. Um outro Quarto Poder: imprensa e compromisso político no Brasil. *Contracampo: Revista do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação*, Niterói, nº4, Janeiro, 1999, p.23-57.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Agendamento da Política. In. *Comunicação & Política: conceitos e abordagens*. UNESP, 2004.

_____. Espaço público, mídia e modernização das campanhas eleitorais no Brasil. In: *REUNIÃO ANUAL DA COMPÓS*, 7., 1998, São Paulo.

_____. Mídia e Democracia no Brasil: relações e entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, Campinas, vol.12, nº1, Abril/Maio, 2006, p. 88-113.

BERELSON, Bernard; LAZARFELD, Paul; MCPHEE, William. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago: The University of Chicago Press, 1986.

CHAIA, Vera. Escândalos políticos e eleições no Brasil. In: *Compolítica*, 2015, Rio de Janeiro.

_____. Escândalos políticos e mídia: casos na vida política brasileira. In: *Reunião Anual da COMPÓS*, 2001, Brasília.

_____. *Jornalismo e Política*. Hacker. São Paulo. 2004.

CHAIA, Vera; TEIXEIRA, Marco Antônio. Democracia e Escândalos Políticos. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, vol. 15, nº4, Out/Dez, 2001, 62-75.

CONVERSE, Philip. *The nature of belief systems in mass publics*. In: APTER, D. (Ed.) *Ideology and Discontent*. Glencoe: Free Press, 1964. p. 206-261.

DOWNS, Anthony. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Brothers, 1957.

FABRÍCIO, Gustavo B. O Jornal Nacional da Rede Globo e a Construção do Cenário de Representação da Política – CRP. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 1997.

FERREIRA, Raquel Marques Carriço; SANTANA, Dhione Oliveira. A “publicização” do consumo: um estudo das ações publicitárias inseridas nas telenovelas da Rede Globo por faixas de horário. *Signo y Pensamiento*, Bogotá, vol. 32, nº62, Janeiro/Junho, 2013.

GEHRKE, Germano; BORBA, José Alonso; FERREIRA, Denize Demarche Minatti. A repercussão da corrupção brasileira na mídia: uma análise comparada das revistas *Der Spiegel*, *L’Obs*, *The Economist*, *Time* e *Veja*. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 51, n. 1, p. 157-167, Feb. 2017 .

GITLIN, Todd. *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press, 1980.

GOMES, Wilson. *Comunicação e Democracia*. Paulus Editora. São Paulo. 2008.

_____. *Transformações da Política na Era da Comunicação*. Paulus Editora. São Paulo. 2009.

GUTMAN, Juliana Freire. In. *Intercom*, 2009, Curitiba.

HALLIN, Daniel. *The “Uncensored War”: The Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press, 1989.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press, 2004.

IBOPE. Audiência do horário nobre – 15 mercados – 29/01 a 04/02/2018. Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/audiencia-do-horario-nobre-15-mercados-2901-a-04022017/>>. Acesso em: Março 2018. 2018.

IBOPE. Dados de audiência nas 15 praças regulares com base no ranking consolidado – 05/03 a 11/03. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/dados-de-audiencia-nas-15-pracas-regulares-com-base-no-ranking-consolidado-0503-a-1103/>> . Acesso em: Março 2018. 2018.

KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe: The Free Press, 1955.

- LIMA, V. A. *Mídia, teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIPPMAN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis, Editora Vozes, 2010.
- MANIN, Bernard. *A democracia do público reconsiderada*. *Novos estud.* - CEBRAP, São Paulo, n. 97, p. 115-127, Nov. 2013.
- LUPIA, Arthur; MCCUBBINS, Mathew. *The Democratic Dilemma: Can Citizens Learn What they Need to Know?* New York: Cambridge, 1998.
- MIGUEL, Luis Felipe. *Política e Mídia no Brasil: Episódios da História Recente*. Plano. Brasília. 2004.
- MIGUEL, Luis Felipe; COUTINHO, Aline de Almeida. *A crise e suas fronteiras: oito meses de “mensalão” nos editoriais dos jornais*. *Opinião Pública*. Campinas, vol. 13, nº1, Junho, 2007.
- MCCOMBS, Maxwell. *A Teoria da Agenda – A mídia e a opinião pública*. Petrópolis. Ed. Vozes. 2004.
- NUNES, João Arriscado. *Erving Goffman, a análise de quadros e a Sociologia da vida cotidiana*. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, Coimbra, nº37, Junho, 1993, p. 33-49.
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo. Ed. Brasiliense. 1988.
- PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA. *Pesquisa Brasileira de Mídia – 2016*. Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: Junho 2017. 2017.
- PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS. *Síntese de indicadores 2014*. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94935.pdf>>. Acesso em: Junho 2017. 2014.
- POPKIN, Samuel. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.
- PORTO, Mauro, P. *Enquadramentos da Mídia e Política*. In. ALBINO, Antonio, RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.). *Comunicação e Política: Conceitos e abordagens*. UNESP, 2004.

_____. *Televisão e Política no Brasil- A Rede Globo e as interpretações da audiência*. Rio de Janeiro. E- papers. 2007.

REZENDE, Jorge Guilherme de. *Telejornalismo no Brasil – Um perfil editorial*. São Paulo, Summus Editorial, 2000.

RIBEIRO, Ricardo Janine. *A sociedade contra o social – o alto custo da vida pública no Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

ROTHBERG, Danilo. *Enquadramento e metodologia de crítica de mídia*. In: 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2007, Sergipe.

SCHILLING, F. "O estado do mal-estar: corrupção e violência". São Paulo em Perspectiva. São Paulo, Fundação Seade, v.13, n.3, jul.-set. 1999, p.47-55.

SPECK, Bruno Wilhelm. 2000. *Mensurando a Corrupção: Uma Revisão de Dados Provenientes de Pesquisas Empíricas*, in: *Cadernos Adenauer*, Fundação Konrad Adenauer, São Paulo, no. 10, p. 7-46. Dezembro.

THOMPSON, J. B. *O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis, Vozes, 2002

TICHMAN, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: The Free Press, 1978.

_____. *Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity*. *American Journal of Sociology*, p. 660-679, 1972.