ABORDAGENS JORNALÍSTICAS DA AGENDA MIDIÁTICA SOBRE A POLÍTICA E ECONOMIA NOS DOIS PRIMEIROS ANOS DA 1ª GESTÃO DO GOVERNO FERNANDO HENRIQUE CARDOSO (1995-1998)

Julio César Prado (PIBIC/Fundação Araucária/UEPG), Hebe Maria Gonçalves de Oliveira (Orientadora), e-mail: hebegoncalves@uepg.com

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Jornalismo

Ciências Sociais Aplicadas/Comunicação

Palavras-chave: Agendamento temático, jornalismo, governo FHC

Resumo

A pesquisa consistiu em verificar a abordagem jornalística dos periódicos Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo referente aos dois primeiros anos da primeira gestão do então presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-1998). A pesquisa se ateve aos conteúdos noticiosos de política e economia publicados pelos dois jornais de circulação nacional e tratou de verificar a abordagem das notícias em relação ao governo FHC, sob a perspectiva da teoria da agenda (McCombs e Shaw, 2009), partindo da hipótese de que houve um posicionamento favorável da imprensa para com a gestão do governo do PSDB.

Introdução

Esta pesquisa se propôs a analisar a abordagem dos jornais Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo sobre os dois primeiros anos da gestão do então presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC). Para isso, partiu-se dos pressupostos da teoria do agendamento temático (McCombs, 2009), que defende o poder os meios de comunicação na construção da opinião pública. Isto é, os veículos de comunicação, através da seleção de temas/assuntos a serem noticiados, compõem a ordem do dia de temas/assuntos que serão debatidos e discutidos pelo público. A teoria também defende que as mesmas abordagens dos veículos, através da política editorial, impõem ao público não apenas “o que pensar”, mas “o como pensar”.

Nesse sentido, a pesquisa visou identificar as abordagens dos dois veículos em relação ao governo FHC, verificando a política editorial e a contribuição para a construção de uma opinião pública favorável ou não à gestão federal.

Materiais e Métodos

A pesquisa parte dos pressupostos dos estudos do agenda-setting (MACCOMBS E SHAW, 2009), que defende o poder dos meios de comunicação na construção da opinião pública. A teoria da agenda descreve o significativo e, às vezes, controverso papel da mídia em determinar quais os assuntos que estão no centro da atenção pública e da ação. “Para quase todas as preocupações da agenda pública, os cidadãos tratam de uma realidade de segunda-mão, uma realidade que é estruturada pelos relatos dos jornalistas sobre os eventos e situações.” (MACCOMBS E SHAW, 2009, p.17). Conforme defendem os autores (2009, p.18), os “públicos usam estas saliências da mídia para organizar suas próprias agendas e

decidirem quais assuntos são os mais importantes." Nesse sentido, os autores afirmam (2009, p. 18) que a "agenda da mídia torna-se, em boa medida, a agenda do público. Em outras palavras, os veículos jornalísticos estabelecem a agenda pública."

A pesquisa teve como corpus de análise os conteúdos noticiosos de política e economia publicados pelos dois veículos em dois trimestres: abril/maio/junho dos anos 1995 e 1996. No trimestre de cada ano, foram selecionadas as notícias publicadas nas edições de domingo, que tratam diretamente de temas/assuntos de política e economia do governo federal. O levantamento compreende 12 edições para cada ano em cada jornal (24 edições nos dois anos), considerando duplamente os conteúdos de política e economia (notícias principais e suas retrancas), além dos editoriais.

A coleta de dados para a pesquisa se concentrou nas editorias de política e economia dos jornais Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo, com recorte nas edições de domingo nos meses abril, maio e junho de 1995 e 1996, respectivamente. O recorte se deu pelo fato dos jornais concentrarem nas edições dominicais a publicação de reportagens especiais, para as quais os jornalistas dedicam mais tempo para elaboração e apuração. A coleta se concentrou ainda nas matérias principais, isto é, conteúdos publicados na parte superior da página, conforme a seleção e hierarquização dos jornais. Foram coletados títulos, subtítulos e fragmentos de textos, dos quais foi verificada a abordagem jornalística, na perspectiva do agendamento temático. A análise empírica se orientou ainda nos fundamentos do jornalismo, observando linguagem jornalística, tipos de fontes, contextualização, aprofundamento e qualidade da informação. As abordagens foram identificadas em três categorias: conteúdos positivos, negativos ou neutros.

O período selecionado para coleta de dados se justifica por não compreender campanha eleitoral, quando as disputas eleitorais tornam o cenário político mais tensos, visando ainda o equilíbrio no manuseio de dados para análise qualitativa.

Visto o papel importante da seleção e amplitude das abordagens jornalísticas, é necessário também destacar o papel dos profissionais de redação no agendamento dos fatos. Para Genro Filho (1998, p. 24), "o jornalismo, que é o filho mais legítimo desse casamento entre o novo tecido universal das relações sociais produzido pelo advento do capitalismo e os meios industriais de difundir informações, isto é, o produto mais típico desse consórcio histórico, não é reconhecido em sua relativa autonomia e indiscutível grandeza".

De um lado, segundo Genro Filho (1998, p. 24), o jornalismo "é visto apenas como instrumento particular da dominação burguesa, como linguagem do engodo, da manipulação e da consciência alienada. Ou simplesmente como correia de transmissão dos 'aparelhos ideológicos de Estado', como mediação servil e anódina do poder de uma classe, sem qualquer potencial para uma autêntica apropriação simbólica da realidade". Por outro lado, escreve o autor, "estão as visões meramente descritivas ou mesmo apologéticas - tipicamente funcionalistas - em geral suavemente coloridas com as tintas do liberalismo: a atividade jornalística como 'crítica responsável' baseada na simples divulgação objetiva dos fatos, uma 'função social' voltada para 'o aperfeiçoamento das instituições democráticas'. (GENRO FILHO, 1988, p. 24).

Resultados e Discussão

O levantamento de dados nas editorias de política e economia da Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo nas 24 edições dominicais de abril, maio e junho em 1995 e 1996 respectivamente, feito a partir dos acervos digitais online dos dois periódicos, apresentou os resultados abaixo relacionados.

O Estado de S.Paulo. Das editorias de Política e Economia, foram coletadas 46 matérias envolvendo o nome do então presidente Fernando Henrique Cardoso, incluindo retrancas. Desse total, 27 matérias das editorias de Política, sendo 14 (51,8%) foram identificadas como referência positiva ao então presidente; 11 (40,7%) foram consideradas negativas; e duas (7,4%), neutras. Já na editoria de Economia, das 19 matérias com referência a FHC, 12 (63,1%) deram destaque positivo ao então presidente; 7 (36,8%) consideradas negativas; e nenhuma com abordagem neutra foi identificada.

Do levantamento na editoria de Política, também foi identificada apenas uma matéria principal sem menção ao presidente. Já na editoria de Economia, foram registradas duas matérias principais que não fizeram referência a FHC. Das 24 edições no período compreendido para coleta de dados, sete edições de Política e oito de Economia não estavam disponíveis no acervo online do Estadão.

Foi identificada também a análise qualitativa das diferentes abordagens (positiva, negativa e neutra). Entre as abordagens consideradas negativas no Estado de S.Paulo, destacam-se: no dia 07/05/1995, página A8, foi identificada, por exemplo, a notícia com o título: “Partidos fazem acordos para dividir cargo”, cujo subtítulo aponta “Acertos regionais definem partilha proporcionalmente no tamanho das bancadas e a importância das vagas em disputa”. No corpo da matéria, foi identificada a construção “A lentidão do Palácio do Planalto nas nomeações pelo segundo escalão do governo e a disputa particular entre os tucanos no poder e os peemedebistas ressuscitou uma velha fórmula: o loteamento de cargos pelo sistema de pontuação dos postos e divisão em cotas para cada parlamentar”.

Na avaliação positiva das notícias estudadas, estão os seguintes exemplos da coleta de dados: no dia 14/05/1995, página A7, o exemplo de notícia identificada como positiva expressa o seguinte título: “Governo vence jornalistas de virada por 3 a 2 ”, cujo subtítulo aponta “Um mês depois de perder por 5 a 3 de parlamentares, equipe governista se recupera e derrota imprensa em partida amistosa”. No corpo do texto, foram encontradas as seguintes estruturas: “O governo começou acuado pela imprensa, mas, com persistência e trabalho conjunto, acabou se impondo e levando a melhor” e “A imprensa estava vendo se conseguia furar o governo, mas até agora nada”.

Folha de S. Paulo. Das editorias de Política e Economia, foram encontradas 40 matérias em referência ao então presidente Fernando Henrique Cardoso, sendo 37 matérias localizadas na editoria de Política, denominada Brasil, 13 (35,1%) foram tiveram abordagem positiva de FHC; 22 (59,4%) foram negativas; e duas (5,4%) com abordagem neutra. Já das três matérias da editoria de Economia, denominada “Finanças”, duas (66,6%) foram consideradas positivas, uma (33,3%) negativa e nenhuma neutra.

Nas 24 edições que compreendem a coleta de dados, 27 matérias principais de Política e Economia não fizeram referência ao então presidente, sendo quatro em

Política e 23 em Economia. Na Folha de S.Paulo, todas as edições estavam disponíveis no acervo online.

Na editoria de Política, a Folha de S.Paulo mencionou 37 vezes o nome do então Fernando Henrique Cardoso nas matérias principais, exceto em quatro delas. Nos dois primeiros anos de mandato do então presidente, os dados indicam que o jornal escolhe um enfoque mais favorável a FHC na cobertura política, assim como o jornal Estado de São Paulo, comparada à editoria de Economia.

Exemplos de notícias produzidas pela "Folha" na cobertura política nos anos de 1995 e 1996 que ilustram, segundo a compreensão empírica, a abordagem negativa em relação a FHC: 16/04/1995, página 8, a configuração noticiosa identificada como negativa mostra o seguinte título: "D.Paulo critica FHC e teme rumo da Igreja", cujo subtítulo explica "Arcebispo diz que presidente prometeu ajudar os pobres, mas aumentou seu salário e o dos parlamentares". No texto, encontrou-se o seguinte comentário: "Dom Paulo disse que Fernando Henrique fez o 'contrário' do que prometera a ele – lutar pelos pobres. "Isso o povo nunca perdoou", afirmou sobre o assunto de salários do presidente e dos parlamentares".

Segundo a perspectiva positiva, foram registrados os seguintes conteúdos jornalísticos que são considerados favoráveis ao então governo FHC: dia 04/06/1995, página 9 – a abordagem do jornal expressa a notícia: "Inquéritos da PF não serão arquivados", cujo subtítulo aponta "Ministros da justiça diz que sindicalistas deverão ser processados por suspensão de atividade essencial e invasão". Para exemplificar a abordagem, foram escolhidos os fragmentos: "(...) o presidente é coerente em tudo" e "(...) o governo não cedeu".

Conclusões

Do levantamento de dados para essa pesquisa, foi possível identificar nas abordagens jornalísticas na cobertura da política e economia na 1ª gestão do governo FHC, pelos jornais Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo, em que ambos deram abordagens favoráveis ao então presidente Fernando Henrique Cardoso. Embora a economia em baixa, os jornais foram pouco críticos à gestão de FHC na editoria de Economia, com 63,1% de conteúdos positivos no Estadão e 66,6% na Folha. Já na editoria de Política, o Estadão se destacou com 51,8% de conteúdos favoráveis a FHC e a Folha com 35,1% de matérias principais com abordagem positiva à gestão. Os dados quantitativos e qualitativos apontam para a construção de imagem positiva frente à formação da opinião pública.

Agradecimentos

Agradeço a Fundação Araucária e a todos os competentes pela bolsa de iniciação científica pela oportunidade oferecida. Agradeço a orientadora durante o processo.

Referências

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Para uma teoria marxista da notícia. Porto Alegre: Tchê! 1988.

MACCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda.** A mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.