

## O enquadramento noticioso do jornal *O Tempo* sobre a disputa eleitoral à Prefeitura de Belo Horizonte - MG<sup>1</sup>

Willian José de Carvalho<sup>2</sup>

Luiz Ademir de Oliveira<sup>3</sup>

Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, MG

### RESUMO

A compreensão dos enquadramentos noticiosos como significativos fatores políticos se faz necessário, uma vez que tecem considerações acerca da interface cada vez maior entre o campo da política e a esfera da mídia. Por isso, o presente artigo tem como objeto de análise a cobertura política e eleitoral do jornal *O Tempo*, do Grupo Sempre Editora, de Minas Gerais a respeito da disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte. O artigo traz uma discussão sobre a interface mídia e política e sobre a imprensa como ator político, com ênfase nos enquadramentos noticiosos. A análise foca a semana que antecede o primeiro turno da disputa eleitoral, a fim de identificar como o jornal se posicionou em relação à disputa e aos candidatos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Política; Imprensa; Enquadramento noticioso; Jornal *O Tempo*; Eleição de Belo Horizonte de 2016.

### 1. Considerações Iniciais

A eleição de Belo Horizonte trouxe fatos inusitados e muitos diferenciais em relação aos outros pleitos na cidade. O PT e o PSB ficaram fora do segundo turno. O PSDB conseguiu emplacar João Leite em primeiro lugar no primeiro turno, mas com uma vantagem pequena sobre o segundo colocado. Alexandre Kalil (PHS) tornou-se a grande surpresa da disputa eleitoral. Filiado a um partido nanico, o ex-presidente do Atlético-MG emplacou um discurso de quem é contra a política tradicional, contra os grupos consolidados na política mineira, como o PT e o PSDB, e que era um *outsider*<sup>4</sup> da política. Pedia o voto justamente para ser um empresário bem-sucedido que poderia fazer uma gestão diferente dos políticos tradicionais. Acusado de dívidas trabalhistas e de vários processos, Kalil manteve-se na postura de ataques, inclusive contra o senador Aécio Neves (PSDB). João Leite, no segundo turno, assumiu um tom bem agressivo e

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no II 8 – Estudos Interdisciplinares do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

<sup>2</sup>Graduando em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) e bolsista de iniciação científica pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), financiada pelo CNPq/UFSJ. E-mail: wjcjornalismo@gmail.com.

<sup>3</sup>Doutor em Ciência Política, docente do PPGCOM/UFJF e do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSJ. Orientador de iniciação científica. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br.

<sup>4</sup>É aquele que não se enquadra na sociedade, que vive à margem das convenções sociais e determina seu próprio estilo de vida, através de suas crenças e valores. No caso da política é aquele candidato que não se considera um político tradicional e nas muitas vezes se assume como um antipolítico.

de ataques. Os debates no segundo turno de Belo Horizonte ganharam visibilidade justamente pelo tom de ofensas e de muitos ataques entre os candidatos.

Alexandre Kalil foi eleito prefeito de Belo Horizonte, no dia 30 de outubro, com 52,98% dos votos contra 47,02% de João Leite. Votos brancos alcançaram 4,85% do eleitorado. Houve 15,52% de votos nulos. O índice de abstenção foi de 22,77%. Foram 79,64% de votos válidos. No primeiro turno, João Leite teve o maior número de votos, 395.952, alcançando 33,40% dos votos. Kalil ficou em segundo lugar, com 314.845, o que representou 26,56% do total.

Se a propaganda política teve um impacto menor, os candidatos tiveram que investir em outras estratégias. No entanto, uma visibilidade que pesa muito nas campanhas é a propiciada pela imprensa, que é um ator político que interfere nos processos eleitorais. A hipótese do trabalho é de que o jornal *O Tempo*, que hoje é o jornal impresso de maior circulação em Minas Gerais (com exceção do jornal *Super Notícias*, que é do mesmo grupo, mas é um jornal de cunho sensacionalista), por ser de propriedade do empresário Vitório Medioli, que também foi eleito prefeito em Betim-MG este ano pelo PHS, assumiu uma tendência favorável a Kalil. Por isso, o artigo traz uma análise sobre os enquadramentos noticiosos do jornal *O Tempo* na semana que antecede o primeiro e segundos turno das eleições a fim de verificar como o veículo se posicionou em relação à disputa eleitoral. Foram coletadas 55 notícias e desenvolvida uma Análise de Conteúdo (AC).

## **2. A centralidade da mídia para a política**

Discute-se hoje a centralidade da mídia a partir do seu poder simbólico. Nesse sentido, Bourdieu (1989) traz o debate do poder simbólico utilizado – consciente ou inconscientemente – como instrumento de dominação. Segundo o autor, os sistemas simbólicos exercem um poder estruturante (conhecer o mundo), na medida em que são também estruturados. E a estruturação decorre da função que os sistemas simbólicos possuem de integração social para um determinado consenso, aqui tratado como o da hegemonia, ou seja, de dominação.

Deste modo, “as relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material e simbólico acumulados pelos agentes” (BOURDIEU, 1989, p.11). O que ocorre é uma relação de luta, principalmente, simbólica que as diferentes classes estão envolvidas para imporem

a definição do mundo social conforme seus interesses. Os sistemas simbólicos diferenciam-se segundo sua instância de produção e de recepção (*modus operandi* e *opus operatum*). E a autonomia de determinado campo constitui-se na medida em que um corpo especializado de produtores de discursos se desenvolve. Desse modo, o poder simbólico é uma forma transformada e legitimada de outras formas de poder.

Outro conceito abordado por Bourdieu é o de *habitus*. As diferentes posições que ocupamos na sociedade equivalem nossos diferentes estilos de vida. Nossas práticas e nossas propriedades, no amplo sentido dos termos, são expressões organizadas e integradas das nossas condições de existência, ou estilos de vida, porque são resultado do mesmo operador prático, o *habitus*: sistema de tendências duráveis e ultrapassáveis que exprime, sob a forma de preferências, as necessidades objetivas das quais ele é produto. (BOURDIEU, 1989).

O conceito de *habitus* nasce como um conceito capaz de conciliar a divergência aparente entre a realidade exterior e as realidades individuais, ou seja, um conceito capaz de propagar o diálogo entre o mundo objetivo e o mundo subjetivo das individualidades. O *habitus*, para Bourdieu, produz ações e reproduz práticas, pois o esquema gerado historicamente certifica sua presença no futuro, ou seja, através do modo de perceber, pensar, fazer e sentir. Quando este *habitus* se torna estruturado, é capaz de produzir representações, opiniões, acerca das produções simbólicas, articulando dessa forma dialeticamente os sujeitos e a estrutura social. Os sujeitos constroem as representações como base a um guia prático para determinada ação.

Partindo dessa concepção de campos simbólicos, Rodrigues (1990) discute as funções e especificidades do campo midiático. Segundo o autor, a modernidade rompe com a ordem religiosa e tradicional e há um processo de autonomização dos campos sociais. Na idade moderna, devido ao surgimento da imprensa no final do século XVII, ocorre a emergência do *campos media* e o nascimento dos profissionais da mediação.

O autor considera que espaço público é transformado em espaço privado na medida em que o indivíduo passou a buscar o anonimato, resultando no esvaziamento da sociabilidade concreta. O público deixou de ser definido como sujeitos formadores de opinião, mas sim como objetos na mira dos discursos da mídia, ou seja, os sujeitos se tornaram consumidores dos produtos discursivos. Deste modo, a mídia tornou-se uma fonte de legitimidade substituindo a opinião pública tradicional. Começou a ocupar um espaço na era moderna, ocupando-se da função de palco, onde os diversos agentes

buscam obter visibilidade e legitimização perante a opinião pública e os campos sociais em geral. Para o exercício da política, campo do debate sobre o interesse público, o acesso ao campo midiático é mais fundamental.

Lima (2006) aborda que, nas democracias atuais, o debate político se dá majoritariamente no cenário midiático. A mídia transformou-se em importante ator político, pois é por meio dela, que tais eventos têm visibilidade nesta era de globalizada. Nas sete teses desenvolvidas pelo autor para explicar a centralidade da mídia para a política destaca-se neste contexto: a) a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas, ao permear diferentes processos e esferas da atividade humana, em especial na esfera política; b) não existe política nacional sem a mídia.

### **3. A imprensa sob a perspectiva construcionista: enquadramentos noticiosos**

A comunicação tornou-se um importante meio para que os atores políticos ganhem visibilidade. Na perspectiva construcionista entende-se que as notícias são construções sociais partilhadas pelo jornalismo e pela sociedade. A notícia é vista como ferramenta que ajuda a construir a própria realidade. Berger e Luckmann (1985) abordam a realidade não como o sentido de algo fixo e único, mas do ponto de vista de quem entende várias realidades e acredita que todas elas são plausíveis por se constituírem como consequências de questões sociais específicas.

Quanto à imprensa, parte-se desta perspectiva construcionista, presente na obra de Berger e Luckmann (1985), que entendem que há uma construção social da realidade. No caso da mídia, esta construção ocorre via linguagem mediada pelos aparatos tecnológicos, seja impresso, televisivo, radiofônico ou cibernético. Nesse sentido, Traquina (2001) contesta a ideia que os jornalistas são observadores neutros da realidade. Segundo o autor, esta concepção é defendida pela Teoria do Espelho de que o jornalismo seria um retrato fiel da realidade. A partir da compreensão de que as notícias são uma construção social da realidade, Traquina aponta duas teorias contemporâneas que explicam o fazer jornalístico: (a) Teoria Estruturalista - delega às fontes primárias e institucionalizadas o poder de agendar a mídia; e (b) Teoria Etnoconstrucionista - procura compreender os diversos fatores que interferem no processo de produção da notícia, como a linha editorial do veículo, o fator mercadológico, as rotinas de produção, a cultura profissional dos jornalistas, os recursos disponíveis, entre outros. Mas outras teorias podem ser incorporadas a este novo paradigma como a teoria do

agendamento. De acordo com esta teoria, a mídia agenda temas, hierarquiza e disponibiliza um repertório discursivo para o público.

Outra teoria atual, que utilizaremos neste artigo, trata do enquadramento noticioso. Parte-se do pressuposto de que a imprensa faz uma seleção de determinados fatos e, ao operar dessa forma, enfatiza determinados aspectos culturais, sociais e políticos e ignora outros elementos a partir de mapas culturais aos quais a empresa jornalística se vincula. Porto (2001) explica que o conceito de *enquadramento* tem sido utilizado para definir os princípios de seleção, ênfase e apresentação usados por jornalistas para organizar a realidade e o noticiário. Porto (2001) argumenta que, na cobertura de assuntos públicos, enquadramentos permitem aos jornalistas e suas audiências organizar e interpretar temas e eventos políticos. Ao produzir a notícia, os jornalistas se baseiam em discursos que estão presentes na esfera pública, mas também contribuem com seus próprios enquadramentos, “dando formas aos pacotes interpretativos que fazem parte de qualquer cultura”. A mídia, segundo Porto, é mediadora em conversas e discussões sobre os problemas sociais e políticos. E o enquadramento dado pela mídia tem um importante efeito na interpretação desses problemas, bem como na opinião pública em geral.

Porto (2001) apresenta quatro tipos de enquadramentos na análise de conteúdo do período eleitoral trabalhado: (1) Enquadramento temático – em que se designa os padrões interpretativos que enfatizam as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha; (2) Enquadramento ‘corrida de cavalos’ – situação em que se concebe a evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos. Segundo o autor, a ênfase está em quem está avançando ou em quem está ficando para trás e, portanto, nos resultados das pesquisas e nas estratégias de campanha dos candidatos. Ele utiliza o termo enquadramento ‘corrida de cavalos’ para descrever o marco interpretativo utilizado por jornalistas na cobertura da eleição presidencial norte-americana de 2000 que ressalta o desempenho dos candidatos nas pesquisas e suas estratégias de campanha; (3) Enquadramento centrado na personalidade – neste caso, Porto (2001) explica que é uma tendência da mídia de dar preferência a atores individuais e de focalizar eventos a partir de dramas humanos, relegando considerações políticas e institucionais. O autor utiliza esse tipo de enquadramento para referir-se às notícias que enfatizam as características e a vida pessoal dos candidatos e outros atores, incluindo as descrições de suas habilidades e a reação dos eleitores a eles ou a elas

enquanto pessoas; 4) Enquadramento episódico – restringe-se a relatar os últimos acontecimentos sem a utilização dos enfoques que caracterizam os demais tipos de 110 enquadramentos. Porto (2001) utiliza esse tipo de enquadramento para referir-se às notícias centradas em eventos que relatam fatos ou declarações de atores, adotando, portanto, um tipo mais descritivo da cobertura.

#### **4. Análise da cobertura do jornal *O Tempo* sobre a eleição de Belo Horizonte**

Quanto ao contexto político da disputa de Belo Horizonte, houve períodos de polarização entre frente de esquerda *versus* frente de direita, passou pelo inusitado acordo entre PT e PSDB em 2008 que elegeu Márcio Lacerda e desencadeou nesta grande fragmentação em 2016, com 11 candidatos, sendo que seis são da base aliada do atual prefeito.

Em 1988, o cenário começou favorável ao PSDB, que elegeu Pimenta da Veiga, tendo como vice Eduardo Azeredo. Pimenta da Veiga, em 1990, depois de disputar e perder a eleição para o governo de Minas, decidiu deixar a Prefeitura definitivamente para o vice Eduardo Azeredo, também do PSDB. Em 1992, o PT emplacou Patrus Ananias derrotando Maurício Campos (PFL), Sérgio Ferrara (PMDB) e Aécio Neves (PSDB). Patrus disputou o segundo turno com Maurício Campos e o tucano ficou em terceiro lugar. Na época, o petista teve como vice Célio de Castro (PSB).

Em 1996, houve um racha na frente de esquerda. O PT resolveu lançar Virgílio Guimarães, não acatando o acordo que Patrus havia feito de lançar o seu vice Célio de Castro (PSB). A oposição lançou como candidato forte Amílcar de Castro (PSDB). Mas Célio conseguiu apoio do PMDB e do PPS e acabou ganhando a eleição no segundo turno derrotando o tucano. O petista ficou em terceiro lugar.

Em 2000, a esquerda resolveu se aliar novamente e lançou Célio como candidato à reeleição pelo PSB, com apoio do PT. A polarização novamente ocorreu contra o PSDB, que lançou João Leite. Célio saiu vitorioso no segundo turno, tendo como vice Fernando Pimentel (PT). Conhecido como “Dr.BH” por ser médico, Célio ganhou projeção nacional e chegou a ser cogitado para disputar o governo de Minas ou ser vice-presidente na chapa de Lula em 2002. Em 2001, filiou-se ao PT, mas sua carreira política foi interrompida por um AVC em 8 de novembro de 2001. Então, o vice Fernando Pimentel assumiu e concorreu à Prefeitura em 2004 pelo PT. A frente de

esquerda derrotou novamente o PSDB, que tinha como candidato João Leite. Pimentel que tinha altos índices de aprovação ganhou no primeiro turno, com 70% dos votos.

Em 2008, uma aliança inusitada marcou a disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte. Fernando Pimentel (PT) fechou um acordo com o então governador Aécio Neves (PSDB) de lançar um candidato de união – o secretário estadual de Desenvolvimento Econômico, Márcio Lacerda (PSB). Sem projeção política, Lacerda tinha bom trânsito entre os petistas e tucanos. A aliança foi considerada polêmica por agregar forças partidárias antagônicas tanto no cenário estadual como nacional. Tanto Pimentel como Aécio argumentavam que se tratava de um exemplo da política mineira – a de serem conciliadores, a chamada cultura da mineiridade. O candidato socialista saiu vitorioso, derrotando Leonardo Quintão (PMDB) na época que cresceu e se tornou um fenômeno eleitoral, disputando o segundo turno. Mas acabou derrotado. Em 2012, Lacerda foi candidato à reeleição com apoio do PSDB e enfrentou Patrus (PT).

**Quadro I – Prefeitos e mandatos**

<b>Prefeito</b>	<b>Eleição</b>	<b>Mandato</b>
1. Pimenta da Veiga (PSDB)	1988	1989-1990
2. Eduardo Azeredo (PSDB)	1988	1990-1992
3. Patrus Ananias (PT)	1992	1993-1996
4. Célio de Castro (PSB)	1996	1997-2000
5. Célio de Castro (PSB)	2000	2001-2002
6. Fernando Pimentel (PT)	2000	2002-2004
7. Fernando Pimentel (PT)	2004	2005-2008
8. Márcio Lacerda (PSB)	2008	2009-2012
9. Márcio Lacerda (PSB)	2012	2013-2016

#### **4.1 Análise de Conteúdo: a cobertura do jornal *O Tempo***

O *Tempo* é um jornal diário de Minas Gerais concorre diretamente com o Estado de Minas. É de propriedade da Sempre Editora, integrante do grupo SADA cujo presidente é Vittorio Medioli, ex-deputado federal pelo PV e ex-membro do PSDB. Foi criado em 1996, o jornal nasceu após uma decisão de Medioli derivada por uma série de reportagens associando o ex-deputado a máfia italiana publicadas no jornal Estado de Minas. Com a ideia de modernizar o jornalismo no estado, contratou uma equipe de consultores de São Paulo e criou um jornal que contempla várias editorias como política, esporte, cidades, comportamentos, cultura, regiões de Minas, entre outras.



Quanto aos procedimentos metodológicos, foram adotados: (a) pesquisa bibliográfica – em que foi discutida a interface mídia e política e a imprensa com ênfase nos enquadramentos noticiosos; (b) pesquisa documental com a coleta do material – as edições do jornal *O Tempo* no período de 25 de setembro de 2016 a 02 de outubro de 2016 e 23 de outubro a 30 de outubro de 2016; (c) análise de conteúdo – em que foram usados os seguintes critérios: 1) Notícias que relatavam a disputa eleitoral a PBH; 2) A temática destas notícias; 3) Os enquadramentos noticiosos (segundo Porto); 4) A valência das notícias no contexto geral sendo neutra, positiva ou negativa; 5) A visibilidade dos dois candidatos que ocupavam o primeiro e segundo lugar nas pesquisas de intenções de votos – João Leite (PSDB) e Alexandre Kalil (PHS); 6) A valência de cada candidato por notícia publicada. Ao longo do período de análise, foram selecionadas 55 notícias. Os quadros a seguir foram empregados para uma melhor visualização de quais as matérias analisadas, a data de publicação, posição dentro do jornal, as temáticas abordadas e o efeito projetado sobre as imagens dos candidatos.

**Quadro 2 – Cobertura do jornal *O Tempo* na eleição de BH**

Data	Unidade	Título	Tema	Enquadramento
25/09/16	1	Candidatos à PBH acumulam saldo negativo de R\$ 7 milhões	Recursos Financeiros de Campanha	Episódico
25/09/16	2	Promessa de debate de ideias	Debates na TV	Personalista
26/09/16	3	Propostas revelam diferenças e semelhanças entre candidatos	Propostas de Governo	Temático
26/09/16	4	PBH é o grande alvo em debate	Propostas de Governo	Corrida de Cavalos
27/09/16	5	Kalil reduz diferença para João Leite	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
27/09/16	6	Uso de PPP divide candidatos	Postura de Governo	Temático
27/09/16	7	Kalil cresce e reduz diferença para João Leite aponta Ibope	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
27/09/16	8	Diversidade sexual em pauta	Inclusão do tema no Plano de Educação	Temático
28/09/16	9	Datafolha reforça segundo turno entre João Leite e Kalil	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
28/09/16	10	Candidatos fazem dobradinha para 'bater' em segundo colocado	Debates na TV	Corrida de Cavalo
29/09/16	11	Último 'round' na televisão	Debates na TV	Corrida de Cavalos
29/09/16	12	João Leite tem 35% e Kalil atinge 24%	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
30/09/16	13	João Leite e Kalil têm ampla frente e se firmam no 2º turno	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
30/09/16	14	DataTempo reforça tendência de João Leite e Kalil no 2º turno	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
30/09/16	15	Último debate sugere alianças	Alianças para o segundo turno	Corrida de Cavalos
01/10/16	16	Campanha curta incomodou	Avaliação do novo calendário eleitoral	Corrida de Cavalos
02/10/16	17	Pesquisas confirmam segundo	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos



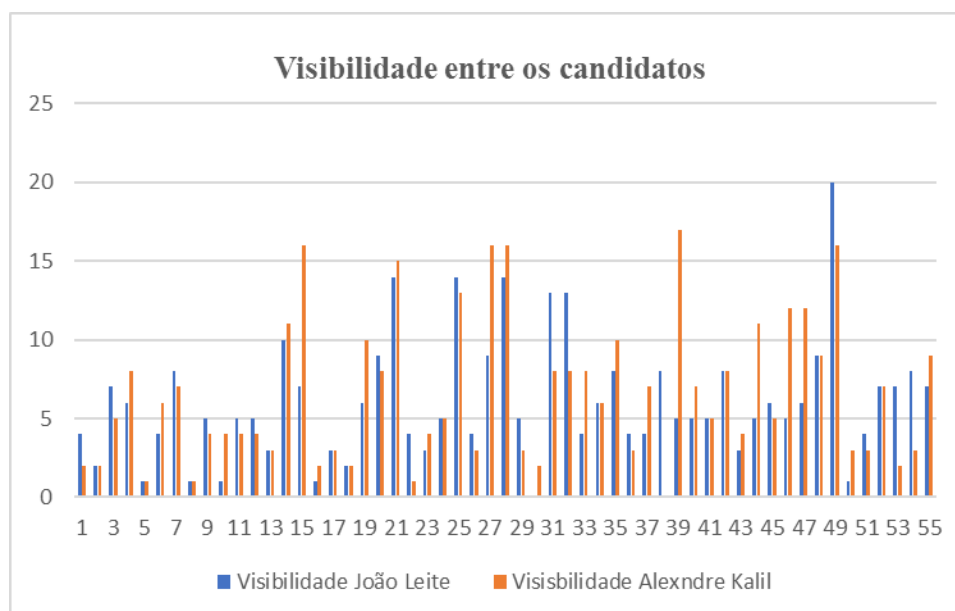
		turno entre João Leite e Kalil		
02/10/16	18	Eleitores vão às urnas após campanha rápida e apagada	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
02/10/16	19	Reviravoltas e ataques em BH	Cenário eleitoral na disputa a PBH	Corrida de Cavalos
02/10/16	20	João Leite e Kalil no 2º turno, dizem pesquisas	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
23/10/16	21	Debate em anta temperatura	Debate Eleitoral	Corrida de Cavalos
23/10/16	22	João Leite critica a gestão de Lacerda	Críticas a atual gestão	Temático
23/10/16	23	Kalil rebate novo mote do adversário	Críticas entre os candidatos	Personalista
23/10/16	24	Kalil lidera com 10,6 pontos de vantagens sobre João Leite	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
23/10/16	25	Kalil abre semana final com mais de dez pontos de frente	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
23/10/16	26	Empresário lidera em 8 das 9 regiões	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
24/10/16	27	Rivais alternam estratégias de ataque e defesa	Estratégias de campanha	Temático
24/10/16	28	João Leite e Kalil repetem ataques em mais um debate	Debate Eleitoral	Corrida de Cavalos
24/10/16	29	Campanha com atos opostos	Agenda de Campanha	Corrida de Cavalos
25/10/16	30	Erro da Fazenda Multiplica dívida de empresa de Kalil	Erro de cálculo da Fazenda	Temático
25/10/16	31	Seu Geraldo recebeu ofertas	Estratégia de Campanha	Temático
25/10/16	32	Campanhas negam assédio ao mecânico	Estratégia de Campanha	Temático
25/10/16	33	Erro da Fazenda Multiplica dívida de empresa de Kalil	Erro de cálculo da Fazenda	Temático
25/10/16	34	Andreia tenta salvar João Leite	Estratégia de Campanha	Temático
25/10/16	35	Ataques incomodam o Eleitor	Reação do eleitor	Temático
25/10/16	36	Candidatos seguem campanha intensa	Agenda de Campanha	Corrida de Cavalos
25/10/16	37	Nova pesquisa dá vitória a Kalil	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
26/10/16	38	Jantar reduz dívida em 20%	Gastos de Campanha Eleitoral	Temático
26/10/16	39	Acusação foi comprada diz Kalil	Estratégias de Campanha	Temático
26/10/16	40	Em debate, candidatos se atacam de novo	Debate Eleitoral	Corrida de Cavalos
27/10/16	41	Alexandre Kalil lidera com 6 pontos à frente de João Leite	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
27/10/16	42	DataTempo mostra Kalil com 6 pontos à frente de João Leite	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
27/10/16	43	DataFolha aponta 52 a 48 nos válidos	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
27/10/16	44	Kalil não teme ampliação de ataques	Estratégias de Campanha	Temático
27/10/16	45	Leite vai manter campanha dura	Estratégias de Campanha	Temático
28/10/16	46	Kalil mantém vantagem numérica	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos
28/10/16	47	Kalil dispara contra o adversário	Estratégias de Campanha	Temático
28/10/16	48	João Leite diz que candidato ameaça	Estratégias de Campanha	Temático
29/10/16	49	Último debate cheio de tensão	Debate Eleitoral	Corrida de Cavalos

29/10/16	50	Me fizeram um homem melhor	Avaliação de Campanha	Personalista
29/10/16	51	O sentimento é de gratidão	Avaliação de Campanha	Personalista
30/10/16	52	BH decide hoje a disputa mais acirrada dos últimos anos	Avaliação de Campanha	Temático
30/10/16	53	O goleiro foi para o ataque	Perfil	Personalista
30/10/16	54	Fazendo amigos e inimigos	Perfil	Personalista
30/10/16	55	Pesquisas dão vitória a Kalil	Pesquisa Eleitoral	Corrida de Cavalos

#### 4.2. Visibilidade e valência dos candidatos

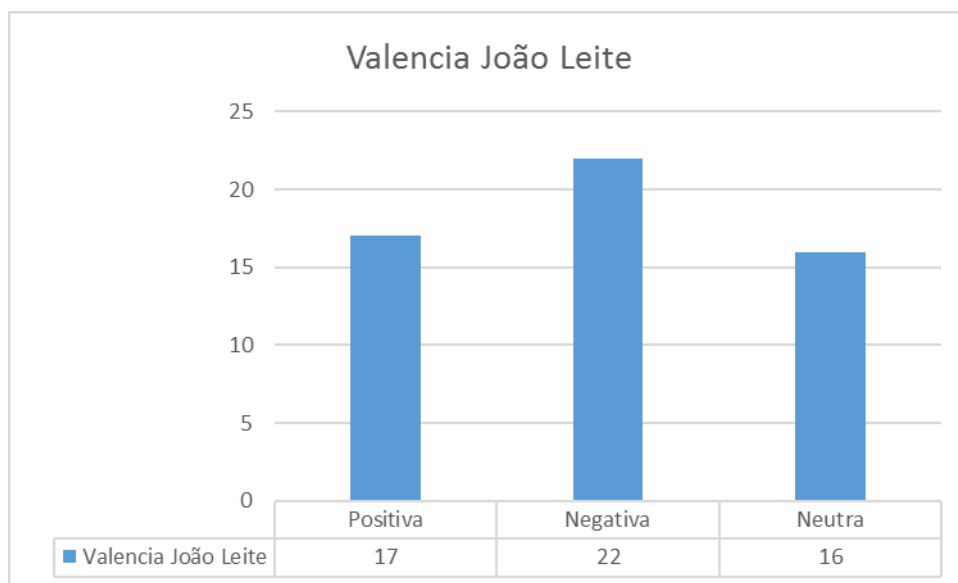
Para o levantamento de dados acerca das matérias publicadas no jornal *O Tempo*, foram levadas em consideração a visibilidade dos candidatos João Leite e Alexandre Kalil. Como podemos ver no Gráfico 1, o candidato tucano foi citado 333 vezes (47,78%) e o seu adversário 364 vezes (52,22%).

**Gráfico 1: Visibilidade entre João Leite e Alexandre Kalil**



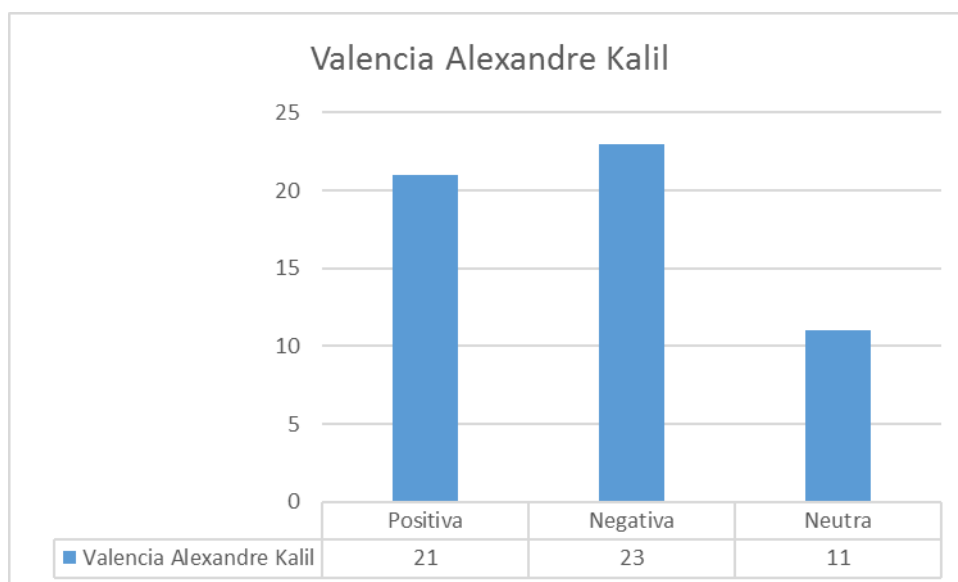
Ao analisarmos previamente estes dados, pode-se perceber que o candidato do PHS possui uma certa vantagem em relação ao seu opositor. Contudo, é preciso uma análise mais aprofundada para traçar um panorama da influência jornalística do jornal *O Tempo* nas disputas da capital mineira. Levando em consideração a valência das notícias em neutra positiva e negativa, nota-se que a vantagem apresentada na primeira análise encaminha para um outro panorama.

**Gráfico 2: Contagem da Valência de João Leite**



No Gráfico 2, observa-se que, das 55 notícias analisadas, o candidato tucano possuiu um total de 22 notícias de valência negativa (40%), 16 notícias neutras (29%) e 17 notícias de valência positiva (31%).

**Gráfico 3: Contagem da Valência de Alexandre Kalil**



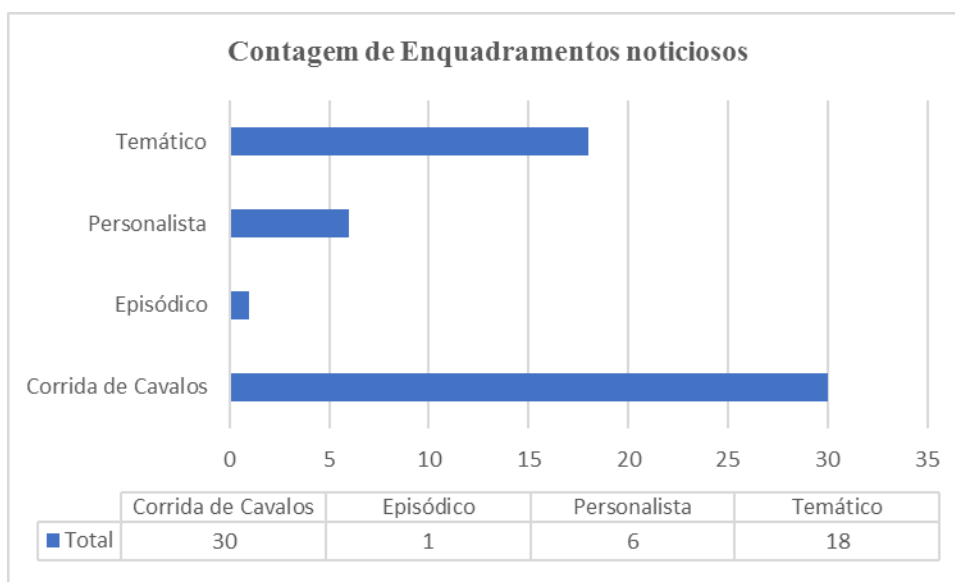
Já o candidato do PHS obteve 23 matérias de valência negativa (41%), 11 de valência neutra (20%) e 21 notícias de valência positiva (38%). Com estes dados percebe-se que Alexandre Kalil possuiu um número maior de notícias negativas em relação ao deputado estadual do PSDB, mas, se analisarmos a quantidade de notícias neutras, Kalil apresentou um número maior. Este tipo de posicionamento nem sempre

busca apresentar uma neutralidade, mas torna-se uma estratégia para evitar uma angulação negativa das notícias.

### 4.3 Enquadramentos noticiosos

Quanto ao enquadramento noticioso, segundo Porto (2001), observa-se que o enquadramento corrida de cavalos foi o preponderante, com 30 (55%) das 55 notícias publicadas. Em segundo lugar no ranking ficou o enquadramento temático com um total de 18 notícias (33%). O enquadramento personalista com seis notícias (11%) e episódico com uma notícia (1%) ficaram em terceiro e quarto, respectivamente. Isso revela uma cobertura muito focada nas estratégias de campanha e pesquisas eleitorais e pouco aprofundada nos debates dos temas políticos.

**Gráfico 4 – Enquadramento noticioso**



Os enquadramentos utilizados pela imprensa possuem um papel importante na construção da realidade e revelam como os fatos recebem determinada angulação. Podem também governar a constante organização social dos próprios acontecimentos. Segundo Porto (2001), os enquadramentos noticiosos são como padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados pelos jornalistas para organizar seus relatos. Esses enquadramentos são resultados de escolhas conscientes feitas pelos repórteres ao “angular” o texto jornalístico. A ênfase seletiva consequente desse processo acaba por salientar determinados aspectos em detrimento de outros.

### 4.4 Temáticas

As principais temáticas abordadas nas veiculações de matérias no primeiro turno foram as pesquisas eleitorais que modificavam de acordo com a proximidade das eleições. No segundo turno das eleições, além das pesquisas eleitorais tomarem conta das páginas da editoria de política do jornal *O Tempo*, como é rotineiro neste período, outro tema também ganhou destaque nos assuntos publicados pelo jornal, as estratégias de campanha dos candidatos, dado isso, devido a virada de estratégias de campanhas, especialmente do candidato João Leite que usou grande parte das suas propagandas e espaço em mídia para atacar o candidato Alexandre Kalil. Com destaque quando o deputado apresentou o caso do “Seu Geraldo”, um ex-vigia de uma das empresas de Kalil, Erkal Engenharia, que possui processos trabalhistas e dívidas tributárias tanto como de Imposto Sobre a Propriedade Predial e Territorial (IPTU) e Dívidas com a Fazenda Nacional.

O discurso de Kalil em respostas aos ataques do seu adversário reforçou a imagem de outsider a qual ele assumiu nesta campanha. Sempre condenou a velha política e colocou Leite como um desses políticos tradicionais que fazem tudo pelo poder. Em um debate na TV quando foi atacado pelo deputado, Kalil chegou a dizer que “roubo, mas não recebo propina”, citou as delações premiadas dos executivos e ex-funcionários da Odebrecht que denunciam vários políticos brasileiros, dos mais diversos partidos, inclusive do PSDB, uma forma de desqualificar os “padrinhos” do deputado, chegou a relacionar os senadores Aécio Neves e Antônio Anastasia.

Tanto a posição de Alexandre Kalil em se apresentar como um candidato diferenciado da tradicional classe política e trazer em seu discurso a necessidade de se olhar para a administração pública com uma maior responsabilidade, assim faz um administrador de uma empresa privada, João Leite, que representa o que Kalil intitula “os velhos políticos” e repudia as ações que estes fazem pelo poder, toma a oposição de ofensiva e ataca a imagem de bom administrador que o candidato do PHS quer passar para os eleitores.

Outros temas como as despesas de campanha e novo calendário eleitoral, pautas como a opinião sobre parcerias entre os setores Público e Privado e a causa da diversidade sexual no Plano Municipal da Educação também foram abordadas nas matérias do primeiro turno. Já no segundo turno, devido a diminuição de números de candidatos, pautas mais personalistas também assumiram o caderno de política do *O Tempo*. Matérias como agenda dos dois prefeitáveis e algum assunto pontual

relacionado às suas campanhas tornaram-se midiaticizadas. O que no primeiro turno não foi possível devido ao número de 11 candidatos na disputa eleitoral.

## 5. Considerações Finais

Ao propor este estudo sobre o enquadramento jornalístico utilizado pelo *O Tempo* em relação à disputa eleitoral em Belo Horizonte – MG, é importante tratar de conceitos como a relação simbiótica entre a mídia e a política. A eleição para a Prefeitura de Belo Horizonte mostrou a imprevisibilidade da política. No primeiro turno, o candidato João Leite (PSDB) apontava como favorito, apesar do grande número de indecisos, chegando a 30%. O ex-presidente do Atlético Mineiro, Alexandre Kalil (PHS), que trabalhou a imagem de *outsider* da política e crítico dos políticos, acabou surpreendendo, foi para o segundo turno e venceu a disputa contra o tucano. Venceu o primeiro pleito que disputou, ao contrário de João Leite, que concorreu à Prefeitura pela terceira vez.

A cobertura do jornal *O Tempo* mostra que a imprensa pode ser um importante ator político, seja ao dar visibilidade a determinados candidatos, seja na forma como os candidatos são enquadrados. Mesmo com mais valências negativas para o candidato do PHS, pelos inúmeros ataques de campanha sofridos por ele no primeiro turno, pode-se afirmar que a cobertura do jornal foi equilibrada, não revelando um posicionamento editorial claro. Já no segundo turno, com apenas dois candidatos na disputa, o jornal assumiu uma postura mais dura em relação ao candidato do PSDB. Os dados deste período apontaram que Alexandre Kalil, ao contrário do primeiro turno, obteve uma valência positiva maior que a do seu opositor.

Isto pode-se explicar devido às posturas assumidas pelos candidatos, estas quais tiveram maior destaque no segundo turno. Um (no caso de Kalil) se apresentando como *outsider* da política belorizontina, condenando os acordos políticos tradicionais que acontecem entre os próprios políticos e seus partidos, o outro (no caso de Leite), se portando como um juiz, julgando o adversário por dívidas tributárias e fazendárias, em uma tentativa de ataque pessoal a imagem do candidato do PHS promoveu um espetáculo tanto para a mídia quanto para o eleitor. E, especialmente no segundo turno, em que as notícias tratavam da repercussão dos ataques feitos pelos candidatos de acordo com a postura assumida. Uma campanha que pouco debateu a situação política,

econômica e social da capital mineira. Um embate cercado de ofensas e ameaças, que não contribuiu para um debate político baseado em propostas para a melhoria da cidade.

Ao privilegiar, nas notícias analisadas, a uma semana do primeiro turno e segundo das eleições contando a data do pleito, o enquadramento mais utilizado pelo jornal *O Tempo* foi corrida de cavalos, com um total de 30 notícias. Assim, o jornal preferiu dar ênfase às estratégias de campanhas e, principalmente, à divulgação de pesquisas de opinião pública sobre a disputa eleitoral do que propriamente aprofundar o debate de temas políticos. No segundo turno é que existe uma alteração significativa neste cenário, em que, das 35 notícias, 15 trouxeram assuntos temáticos, mas destes apenas três não eram relacionados aos ataques de campanha. Isso revela uma tendência da imprensa, o que torna o jornalismo mais superficial e que contribuí pouco para a discussão de assuntos do interesse público.

## REFERÊNCIAS

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

LIMA, Venício de. **Mídia**. Crise política e poder no Brasil. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

O TEMPO. Minas Gerais: Sempre Editora, 25 de setembro a 30 de outubro de 2016.

PORTO, M. P. A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal *Folha de S. Paulo*. In: **Cadernos do CEAM**, Ano II, n. 6, 2001, p. 11-32.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

TRAQUINA, Nelson. **Estudos do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.