

A Reprodução do Discurso Jornalístico na Internet Durante o Segundo Turno das Eleições Presidenciais de 2014¹

Edinei WASSOASKI²

Mônica Cristine FORT³

Universidade Tuiuti do Paraná – UTP, Curitiba, PR

Resumo

A pesquisa em comunicação de massa, conforme Hall (1980, p. 387), tradicionalmente tem concebido o processo comunicativo em termos de um circuito. A linearidade do modelo emissor/mensagem/receptor, no entanto, é criticada pelo autor por sua concentração no nível da troca de mensagens e pela ausência de uma estrutura de oscilações da comunicação enquanto complexa estrutura de relações. A partir da concepção de Hall, o presente artigo visa analisar como o leitor interpretou o discurso jornalístico a partir de comentários realizados no Facebook de notícias que foram destaque de primeira página do jornal O Globo durante o mês que antecedeu o segundo turno das eleições presidenciais de 2014.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Codificação-Decodificação; Eleições; Facebook.

1 Introdução

Um time de teóricos, principalmente dos anos 1940 e 1950, descreve sistemas de comunicação a partir de um sinal transmitido de um emissor para um receptor (ou grupo de receptores) através de um canal de comunicação (LYONS, 1987). O sinal terá uma determinada forma e passará um determinado significado (ou mensagem). A conexão entre a forma do sinal e o seu significado é estabelecida pelo que, num sentido bastante geral do termo, normalmente se chama em semiótica de código: a mensagem é codificada pelo emissor e decodificada pelo receptor.

A partir desse conceito, Stuart Hall (1980, p. 387) pensa a comunicação como “uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professor do curso de Jornalismo do Centro Universitário de União da Vitória (UNIUV), Paraná. ediwass@uol.com.br

³ Doutora em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). monica.fort@yahoo.com.br

interligados.” Ele cita a produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução como os passos desse processo de “práticas conectadas, em que cada qual mantém sua distinção e tem sua modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência.” A variabilidade de implicações do processo comunicacional, para o autor, conduz e altera o processo de codificação/decodificação.

O “objeto” de tais práticas é formado por um complexo conjunto de significados e mensagens “sob a forma de signos-veículos de um tipo específico”, organizados pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso. Essa corrente estabelece uma relação de poder que, no caso do jornal impresso, por exemplo, remete à relação veículo/leitor.

Hall (1980, p. 388) chama de “veículos simbólicos” os aparatos, relações e práticas de produção. Esses veículos seriam constituídos dentro das regras da linguagem. “É nessa forma discursiva que a circulação do ‘produto’ se realiza.” É dessa forma discursiva que se dá a distribuição do produto para diferentes audiências.

2 Codificação/Decodificação

É possível que ao usar da codificação para passar suas mensagens por meio das primeiras páginas, os editores do Jornal O Globo se surpreendam em como essas mensagens são decodificadas por seus leitores. Nem sempre as reações (interpretações) são proporcionais às intenções. Isso porque a forma como se dá o processo de decodificação depende de vários fatores e faz-se necessário aprofundá-los antes de usá-los na análise proposta.

“No momento em que um evento histórico é posto sob o signo do discurso, ele é sujeito a toda complexidade das ‘regras’ formais pelas quais a linguagem significa” (HALL, 1980, p. 388). Entre essas regras, poder-se-ia citar as condições sociais e institucionais. Para o leitor, no caso de O Globo, o discurso precisa significar algo, para convencê-lo. “Isso inicia outro momento diferenciado, no qual as regras formais do discurso e da linguagem estão em dominância” (HALL, 1980, p. 388).

Ainda dentro da concepção de Hall, para o discurso fazer sentido ao leitor, é preciso que signifique algo, que o toque de alguma maneira. “É esse conjunto de significados que decodificados ‘tem um efeito’, influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas”, diz Hall (1980, p. 390).

É por meio da decodificação, que implica toda a bagagem cultural do leitor e as circunstâncias sociais nas quais ele está inserido, que ele interpreta o que lê. Essa leitura pode ser diferente no caso de um doutor em Comunicação e Linguagens e um bioquímico, por exemplo. A bagagem cultural diferenciada que ambos carregam pode ser determinante na interpretação. Há, ainda, no caso em questão, o nível de inserção do leitor no processo eleitoral e, claro, sua possível tendência político-partidária. Sobre isso, escreve Charaudeau (2013, p. 143):

As mídias sabem que se dirigem a um público que não é homogêneo, que pode ignorar alguns desses domínios, ou que, mesmo tendo conhecimento deles, não tenha a prática. Sendo assim, procedem uma racionalização, de tal maneira que o público se habitua a recortar o mundo social como as mídias o fazem.

Os domínios a que Charaudeau se refere refletem a maneira pela qual cada grupo social representa o conjunto de atividades realizadas por seus membros. Cada grupo social, na perspectiva do autor, instaura práticas sociais efetivas e cria representações para si mesmo. A mídia, por sua vez, trata de reforçar essa imagem. Seria dessa forma que os jornais, por exemplo, dialogam com seu vasto público, tentando unificar um discurso facilmente reconhecível por todos.

Embora pareça contraditória a relação entre as ideias de Hall e Charaudeau, na verdade elas se complementam. Charaudeau não nega a complexidade da decodificação, mas tampouco exclui o senso comum, cada vez mais presente nas redes sociais, onde uma interpretação, por mais deturpada que possa ser, encontra eco nas curtidas e compartilhamentos do Facebook, por exemplo. No presente texto, parte-se de seu conceito para recortar a interpretação das manchetes do jornal O Globo justamente pela rede social.

Hall, por seu turno, frisa que a audiência em TV, por exemplo, é ao mesmo tempo o receptor e a fonte da mensagem, “pois os esquemas de produção – momento de decodificação – respondem às imagens que a instituição televisiva se faz da audiência e a códigos profissionais” (HALL, *apud* MATTELART, 2012, p. 109). Dessa forma, a TV, e porque não o jornal, tenta se fazer de espelho da sociedade. Exemplo disso é o programa *Esquenta*, da TV Globo. A apresentadora Regina Casé se esforça para demonstrar uma pluralidade de credos, raças, religiões e segmentos ditos de minorias da sociedade, deixando implícita uma mensagem contra preconceito, que prega a “união e o respeito”. Repete a todo o momento o bordão “Junto e misturado” para definir uma suposta sociedade homogênea. Patrícia Kogut, do jornal O Globo, descreveu com suspeita isenção que o

programa é “a cara do Brasil” (<http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2011/12/-critica-esquenta-a-cara-do-brasil-422403.html>. Acesso em 6 nov. 2014). Boa parte do público não interpreta o programa da mesma forma. No Rio Grande do Sul, por exemplo, há um grupo que dissemina nas redes sociais a retirada da atração do ar no Estado e a sua substituição pelo *Galpão Crioulo*, um programa sobre tradições locais. A principal crítica é de que o programa seria genuinamente carioca. Em entrevista ao portal Terra (<http://diversao.terra.com.br/tv/programas/regina-case-responde-a-criticos-do-esquenta-preconceito,faec399f5106e310VgnVCM5000009-ccceb0aRCRD.html>. Acesso em 6 nov. 2014), a apresentadora se defendeu, dizendo que “a gente convida todo mundo (a participar do programa)”.

Da mesma forma, os jornais tentam unificar o discurso, pressupondo, ainda, saber o que o leitor deseja ver estampado em suas páginas. A recepção por parte do público, portanto, não pode ser entendida em termos simplesmente comportamentais. “Os códigos de codificação e decodificação podem não ser perfeitamente simétricos” (HALL, 1980, p. 391). É o caso, por exemplo, da reprodução das primeiras páginas do jornal O Globo no Facebook, que aprofundaremos adiante.

3 Os Signos a Serviço de Ideologias

Não há grau zero de linguagem, afirma Hall (1980, p. 393). O “real” é resultado de uma articulação da linguagem sobre o “real”. “É o resultado de uma prática discursiva” (HALL, 1980, p. 393). É a partir das experiências e percepções do público que a linguagem é articulada e construída. Certos códigos estão tão enraizados na cultura de uma comunidade que aparentam serem naturais. A linguagem jornalística poderia se encaixar nesse conceito como universal já que estudantes entram nas faculdades de Jornalismo para, entre técnicas e teorias específicas da área, aprender a deixar seu texto mais claro e mais acessível a diferentes perfis de público. O jornalista aprende a fixar e “naturalizar” os códigos. Sendo assim, Umberto Eco argumenta que os signos icônicos “parecem com objetos do mundo real porque reproduzem as condições perceptivas de quem os vê” (ECO *apud* HALL, p. 390). Nada mais natural ao jornalista, que se coloca como “tradutor de discursos” na concepção de Lage (2009, p.18). O autor se faz necessário para entendermos como o jornalista se vê nesse processo. Ainda de acordo com Lage, cabe ao jornalista ouvir,

interpretar e traduzir a fala de especialistas, por exemplo, para o leitor que pouco ou nada entende sobre o assunto.

Para entender como, a partir da concepção de Lage, o emissor pode impregnar seu discurso de um viés ideológico, é preciso seguir a definição de conotação e denotação de Hall. Para esse autor, a distinção é apenas analítica – ao interpretar um signo em seu sentido literal (denotação) dos significados que se geram em associação com o signo (conotação). Essas distinções analíticas, no entanto, não devem se confundir com as distinções do mundo real.

Muitas poucas vezes os signos organizados em um discurso significarão somente seus sentidos ‘literais’, isto é, um sentido quase universalmente consensual. Em um discurso de fato emitido, a maioria dos signos combinará seus aspectos denotativos e conotativos. (HALL, 1980, p. 395).

A distinção só existe para comportar as ideologias que podem surgir a partir da associação dos signos, ou seja, no nível da conotação. “Portanto, é no nível conotativo do signo que as ideologias alteram e transformam a significação” (HALL, 1980, p. 395). É a naturalidade do signo que lhe dá forças para transmitir conteúdo ideológico. Segundo Barthes:

...os níveis conotativos dos significantes têm uma estreita relação com a cultura, o conhecimento, a história e é através deles, por assim dizer, que o meio ambiente invade o sistema linguístico e semântico. Eles são, de alguma forma, os fragmentos da ideologia (1971, p. 83).

Se aplicarmos esse conceito ao jornalismo, teremos a notícia surgindo das interações entre os membros da comunidade e, como tal, facilmente compreendida pelo leitor. Essa relação, no entanto, quase sempre se enrosca em ideologias, que como frisa Hall, alteram e transformam a significação. Essa significação, entretanto, depende de como o leitor percebe a informação e a comporta dentro de suas próprias ideologias, como será visto a seguir na análise das manchetes de primeira página do jornal O Globo, durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2014.

4 O Leitor Diante das Primeiras Páginas do Jornal O Globo

Para proceder a análise a seguir, delimitou-se o período de 6 a 26 de outubro de 2014, momento da disputa entre os candidatos Aécio Neves (do Partido da Social Democracia

Brasileira, PSDB) e Dilma Rousseff (do Partido dos Trabalhadores, PT) pelo segundo turno das eleições presidenciais. A análise se deu a partir dos comentários feitos no Facebook das primeiras páginas reproduzidas na página do jornal O Globo na rede social. Como a média de comentários por primeira página passa dos 1.000, utilizar-se-ão na amostra os 20 primeiros comentários. Desses, selecionar-se-ão somente aqueles nos quais o jornal é citado diretamente (literalmente).

A ideia, aqui, é analisar de que forma o jornal usa de signos linguísticos para se fazer entender e como o leitor recebe essa mensagem. A partir da hipótese de que o jornal expõe nas suas manchetes um posicionamento político-partidário, quer se observar se o leitor percebe alguma ideologia do jornal contida nas manchetes.

Para fins de análise, classificam-se os comentários selecionados em três categorias – Acusações contra as Organizações Globo, Crítica direta à manchete da primeira página e Ofensas sem apresentar argumentação.

4.1 Comentários Sobre Manchetes Feitos por Leitores

No dia 6 de outubro, a primeira página que destacava “Aécio enfrenta Dilma no 2º turno; Marina sinaliza apoio ao tucano” recebeu 575 comentários na página do jornal O Globo no Facebook, dos quais apenas um dos 20 primeiros cita o jornal: “A Globo está desesperada pela vitória do Aécio!!!!Kkkk. Oh máfia.”⁴ Interessante notar que a manchete coloca o nome de Aécio à frente de Dilma, desconsiderando que ela levou a maioria dos votos no primeiro turno e está no cargo de presidente. O jornal pode, no entanto, argumentar que, segundo pesquisas, Dilma já estava garantida no segundo turno. A novidade, nesse caso, é quem a enfrentaria no segundo turno.

No dia 7, “Marina estabelece condições para declarar apoio a Aécio.” A presença da candidata na manchete de O Globo tem razão de ser. Marina se configurou a grande surpresa do primeiro turno das eleições depois de substituir Eduardo Campos, morto em um trágico acidente de avião. Marina, que era candidata a vice de Campos e assumiu a posição com sua morte, chegou a obter mais intenções de voto que Dilma num possível segundo turno entre as duas, segundo pesquisas de opinião logo após a confirmação de sua candidatura. Dos 441 comentários, levando-se em consideração os 20 primeiros conforme critério já comentado, observam-se: “Quanto mais a Globo é Aécio, meu coração se torna

⁴ Iremos reproduzir neste artigo as frases na íntegra conforme foram escritas nos comentários analisados. Portanto, mantêm-se abreviações, eventuais erros ou onomatopéias escritos pelos internautas.

mais Dilma 13” e “Eeeee rede de comunicações Globo, cada vez mais manipuladora. Vcs podem apoiar de todas as formas o Aécio, que eu não vou deixar vcs me iludirem. Aqui é Dilma. O Brasil precisa de quem ajuda o povo e não os ricos.”

No dia 8, “Mantega usa tática do medo contra PSDB na economia.” A manchete suscita 478 comentários, dentre os 20 primeiros que aparecem, destaca-se: “Vai lá O Globo, mostra a tua cara e seu jornalismo tucano!!! Com suas notícias tendenciosas só engana a tolo!”

No dia 11, depois de destacar nas duas manchetes anteriores a delação premiada do ex-diretor da Petrobras, Paulo Roberto Costa, denunciado corrupção na estatal, O Globo mostra a repercussão nas campanhas: “Divulgação de depoimentos opõe Aécio e Dilma.” Um comentário dos 20 primeiros se refere ao jornal: “O Globo faz campanha descaradamente para o Aécio Neves”.

No dia 13, “Marina apoia Aécio, e Dilma só vê ‘uma pessoa, um voto’”. Dos 771 comentários, levando-se em conta os 20 primeiros, observam-se: “Nada tendenciosa a matéria! Nojo é o que define esse tipo de jornalismo” e “Globo e Aécio tudo a ver. SORRIA, VOCE ESTÁ SENDO MANIPULADO.”

No dia 15, destaque para o debate da TV Bandeirantes: “Aécio chama Dilma de leviana e é acusado de nepotismo.” Dos 1.203 comentários, aparece: “O Globo agora tenta maquiagem a qualidade do debate.”

No dia seguinte, destaque para nova pesquisa: “Disputa fica estável apesar de agressões.” Dentro da amostra, não houve comentários citando o jornal.

No dia 17, em referência ao debate do SBT: “Aécio reage a ataques e Dilma passa mal no fim”. 2.661 internautas comentaram e entre os 20 primeiros comentários selecionados para a amostra, encontram-se: “Globo tendenciosa!”, “Tendencioso o jornal hoje hein”, e “Vocês querem censurar a imprensa mascarando os fatos!, isso sim!...”

No dia 18, “PT e PSDB desafiam TSE e insistem nos ataques.” Dos 604 comentários, considerando-se os 20 primeiros: “Jornal tendencioso!! Mas não tem problema. É com Dilma que eu, a maioria de MG e minha família estamos!! Dilma 13!!”.

No dia 19, “Dilma, agora, admite corrupção na Petrobras.” Dos 1.494 comentários, destacam-se na amostra: “O Globo e suas notícias tendenciosas”, “Absolutamente tendenciosa. Que triste...”.

Na reta final do segundo turno das eleições presidenciais, no dia 20 de outubro, O Globo destacou na primeira página o debate da noite anterior entre os candidatos promovido pela TV Record: “Caso Petrobras é destaque em debate sem ofensas.” Foram 553 comentários

no Facebook. Da amostra: “Globo, paga primeiro seus impostos e depois vamos falar de todas as corrupções do país”, “só coloca notícias na capa contra a Dilma. *PQ?*”, e “O Globo e suas manchetes tendenciosas. Sempre puxando o saco do *Aéreo* Neves. Quero *vê* vocês publicando a vitória da Dilma com uma enorme dor de cotovelo”, contrastam com críticas à Dilma e a Aécio.

No dia 21, O Globo destaca pesquisa: “Dilma passa Aécio, mas empate técnico continua.” No Facebook, 1.602 internautas comentaram. Entre ataques mútuos de partidários de ambos os candidatos, sobra para o jornal: “Globo é manipuladora. O pior é que se junta a outros *tb*”, “Também conhecemos as manipulações e perseguições Globais, já sofremos isso na carne no tempo do governador Brizola” e “A obrigação do O Globo era colocar na capa em letras grandes assim todo o esquema de roubo dos *PTralhas* e essa premiação ao tesoureiro com a Itaipu. Auditoria na Itaipu já.”

Já no dia 22: “TSE diz que campanha virou a do ‘vote no menos pior’”. 1.131 pessoas comentaram. E entre os 20 primeiros, da amostra, encontram-se: “A Globo como sempre querendo baixar a autoestima do povo brasileiro. A Globo deveria pagar o que ela deve à receita federal. *Globocaloteira*” e “Se o globinho é capital a REDE é SOCIAL” são os comentários que fazem menção direta ao jornal.

No dia 23, o jornal traz a seguinte manchete: “CBM investiga Petrobras em meio a escândalos.” “Tenta globo, mas *vc* não vai conseguir fazer lavagem cerebral”, “A rede globo deve à Receita Federal mais de 600 milhões. Esses caras são impressionantes” e “O jornalismo hoje não passa de uma agência de publicidade de partidos políticos. Não existe imparcialidade. Seria ingenuidade pensar isso. Esses jornais hoje sabemos que apoiam o Aécio Neves”, dizem internautas entre os comentários da amostra analisada.

No dia 24: “Dilma descola de Aécio.” Dos 2.351 comentários: “Por que não colocam a notícia que é capa da Veja que Dilma e Lula sabiam de tudo???? Estão com medo??”

Na véspera da eleição, no dia 25, O Globo destaca na primeira página o debate na TV Globo ocorrido na noite anterior: “Sem ofensas, Dilma e Aécio duelam sobre corrupção.” Foram 1.116 comentários. Dentre os 20 primeiros, um internauta cita vários motivos para não votar em Aécio Neves, afirmando que a Globo se calou diante de todos os supostos escândalos envolvendo o senador.

No dia da eleição, o jornal traz a seguinte manchete: “Aécio volta a subir e encosta em Dilma.” Foram 3.167 comentários, também entre os 20 primeiros: “Globo FDP. Dilma 13” e “A globo faz *merdinha* a Dilma faz cocô de hipopótamo e tá fedendo no Brasil inteiro.

Aécio 45”, “Globo sempre fazendo suas *merdinhas...* só acho” e “Título bem sugestivo para um dia eleitoral. Espero que hoje possamos dizer nas urnas um grande NÃO ao retrocesso em nosso país, por isso voto 13”, expõem a opinião dos leitores sobre a manchete do jornal.

4.2 Classificação dos Comentários

Para fins de análise, classificam-se os comentários selecionados em três categorias: acusações contra as organizações Globo, crítica direta à manchete da primeira página e ofensas sem apresentar argumentação. Importante mencionar que dos 29 comentários que usam a palavra Globo, 15 se referem “à Globo”, usando o artigo feminino. Isso significa que para esses internautas, o jornal O Globo e a TV Globo são a mesma coisa, considerando que pertencem ao mesmo grupo, as Organizações Globo. Dessa forma, não se distingue, neste texto, o uso do artigo, mas sim, as referências ao grupo como um todo e as que fazem referência direta à manchete do dia.

TABELA 1– Classificação dos comentários⁵

Acusações contra as Organizações Globo	Crítica direta à manchete da primeira página	Ofensas sem apresentar argumentação
14 comentários	11 comentários	4 comentários
11 acusam de tendenciosa e manipuladora	4 chamam a manchete de tendenciosa	4 comentários
2 acusam O Globo de sonegar impostos	3 dizem que o jornal se vendeu à Dilma	
1 acusa o jornal de sobrepor o comercial ao noticiário	2 defendem que o jornal seja mais incisivo contra Dilma	
	1 chama a manchete de sugestiva	
	1 elogia a manchete	

- **Acusações contra as Organizações Globo** = 14 comentários – Da amostra selecionada, dois dos internautas fazem referência ao rumoroso caso de sonegação de impostos levantado pelo ex-governador do Rio de Janeiro, Antony Garotinho, em entrevista à TV Globo (<https://www.youtube.com/watch?v=tJXvQwu-61I>. Acesso em 7 nov. 14). Outro afirma que a Globo perdeu verba publicitária que receberia em abundância durante os governos do PSDB. Há também menção às palavras “tendenciosa” e “manipuladora” para classificar a Globo em oito comentários. Quando o jornal destaca a fala do presidente do Tribunal Superior Eleitoral, Dias

⁵ Tabela elaborada por Edinei Wassoaski e Mônica Fort, com base no levantamento de dados realizado para o presente texto.

Toffoli, de que a eleição será do “menos pior”, internauta critica a Globo de baixar a autoestima do povo. Há, ainda, duas acusações de que O Globo tenta fazer lavagem cerebral.

- **Crítica direta à manchete da primeira página** = 11 comentários – Internauta questiona o porquê de, segundo ele, o jornal só destacar notícias contra Dilma. Outros três chamam o jornal de tendencioso. Em contraponto, há um comentário que diz ser obrigação de O Globo denunciar esquema de corrupção do governo petista e outro reclama da falta de menção à capa da revista Veja que acusou Lula e Dilma de saberem do esquema de corrupção na Petrobras. Outro critica a falta de imparcialidade do jornal que, acusa, seria pró-Aécio, assim como todos os jornais na visão do internauta. Quando o jornal divulga pesquisa que mostra Dilma à frente de Aécio é criticado por, segundo o internauta, “se vender” à campanha petista. Por fim, há ao menos um comentário que não ataca nem elogia o jornal, apenas chama de “sugestiva” a manchete que diz que Aécio, segundo pesquisas, encosta em Dilma.
- **Ofensas sem apresentar argumento** = Quatro comentários apenas xingam o jornal, sem justificativa aparente.

4.3 O Oculto nos Comentários de O Globo

Analisando a reação dos internautas às manchetes da última semana de campanha do segundo turno das eleições presidenciais, percebe-se agressividade quando fazem críticas diretas à postura do jornal. Para entender essa reação, é preciso ampliar um pouco mais o universo dessa pesquisa. Com uma cobertura mais sóbria no segundo turno das eleições presidenciais, o jornal parece ter adotado postura diferente do primeiro turno, quando analisando somente as manchetes do mês de setembro e início do mês de outubro, em 37 manchetes, Dilma aparece em 24 delas. Dessas 24 manchetes, 19 são negativas, seja se referindo a sua campanha – “Dilma desmoralizou a reeleição, acusa Aécio” (11/9) – ou a seu governo – “Dilma usa discurso na ONU para autoelogios” (25/9). Aécio é citado em seis manchetes, nenhuma em sentido negativo. Ora aparece crescendo nas pesquisas, ora criticando Dilma e o PT.

Das 20 manchetes que O Globo publicou desde o início do 2º turno, Aécio aparece em 10 delas. Dilma aparece também em dez manchetes. Excluindo as pesquisas, quatro manchetes

que se referem a Aécio citam sua aliança com Marina Silva. No caso de Dilma, a maioria das manchetes (3) se refere aos debates. Apenas Dilma é citada isoladamente (sem menção a Aécio) em manchete do dia 19: “Dilma, agora, admite corrupção na Petrobras.”

Esse comparativo com o 1º turno se faz necessário para entender a reação negativa dos internautas mesmo quando a manchete parece justa. O Globo é, de certa forma, punido por seu passado, ao histórico das Organizações Globo. Há, de modo geral, uma clara revolta do internauta com as Organizações Globo que, entre diversos negócios de mídia, é proprietária do jornal O Globo. Considerando-se que para metade dos internautas cujos comentários foram selecionados por amostra, TVs, rádios e jornais do grupo são a mesma coisa, os internautas fazem relação direta entre as reportagens exibidas nos telejornais da TV Globo (como a polêmica entrevista com Dilma, ao vivo, no primeiro turno, na qual o apresentador do *Jornal Nacional*, William Bonner, foi incisivo ao questionar a presidente sobre corrupção em seu governo) e o conteúdo do jornal O Globo. “A opinião pertence ao vasto domínio do crer, isto é, ao que não está em relação direta com a ação, mas com o imaginário de saber no qual o sujeito pode exercer seu julgamento” (CHARAUDEAU, 2013, p. 120). Dentro desse conceito, é possível citar casos rumorosos como a suposta manipulação da informação, por meio de edição, do debate entre Fernando Collor de Melo e Luis Inácio Lula da Silva em 1989 como fator que implica até hoje a suspeita imparcialidade⁶ da emissora em coberturas eleitorais. Vice-presidente da TV Globo à época, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (Boni), reconhece a manipulação que beneficiou Collor em entrevista concedida ao livro *JN, a Notícia Faz História*, projeto comemorativo aos 35 anos do *Jornal Nacional*, principal telejornal da Rede Globo:

A orientação da direção da empresa, afirmou, era que os dois candidatos recebessem um tratamento igual, o que não acontecera no compacto do *Jornal Nacional*, que refletiu “com uma pitada de exagero” a superioridade de Collor sobre Lula. (JN..., 2004, p. 143).

No jornal O Globo do dia seguinte ao debate, o posicionamento das Organizações é ainda mais claro:

⁶ Prega-se que o jornalista, enquanto no exercício de transmitir informações a respeito de fatos, não se posicione, não opine. Embora a imparcialidade seja considerada mito, pois a própria seleção do que vai ser reportado já indica uma tomada de posição, a objetividade e a exatidão na redação proporciona ao leitor informações que ele deve interpretar e chegar a uma conclusão.

Ao contrário do que ocorreu no primeiro debate, se configurou nesta uma clara superioridade (*sic*) de Collor, que se manteve tranquilo e ágil nas respostas, assim como contundente nos ataques ao adversário, sem, contudo, descer ao terreno pessoal. Lula, pelo contrário, esteve tenso, torcendo sem parar as mãos, suado e inseguro na maioria das respostas. (O Globo, 15 de dezembro de 1989, primeira página)

Soma-se a esse fato, ser Dilma sucessora e afilhada política de Lula. Da amostra de 29 comentários, 12 declaram voto à Dilma e criticam as manchetes que classificam como anti-Dilma.

É evidente, também, um descontentamento do internauta quando seu candidato não é citado positivamente nas manchetes do jornal. Em geral, na visão do internauta, o jornal passa a ser tendencioso e manipulador quando divulga pesquisa que aponta seu candidato em segundo lugar.

5 Considerações Finais

É preciso frisar que passa longe de um só ponto de vista a análise da reprodução do discurso do jornal O Globo no Facebook. Conforme se salientou a partir da leitura de Hall (1980), inúmeros fatores implicam na interpretação do público do discurso divulgado pela mídia. Há também margem para inúmeras interpretações.

É preciso considerar a estrutura na qual está inserido o jornal O Globo, os interesses das Organizações Globo, a qual pertence, e que metade dos internautas, segundo a amostra, entende ser a mesma coisa que as emissoras de TV e de rádio do grupo. É necessário, ainda, entender o processo de cobertura de O Globo, que manteve uma postura mais discreta no segundo turno, mas tratou de explorar pontos negativos da candidata petista no primeiro turno, suscitando, certamente, a desconfiança do internauta. A análise das manchetes de primeira página permite essa observação.

É preciso, também, considerar a ideologia do internauta, por várias vezes explícita quando ele deixa claro seu voto. Sendo assim, sua análise é tendenciosa já que por certo brigará quando a manchete for, na sua visão, desfavorável a seu candidato, e elogiará quando o jornal aparentar simpatia por sua preferência partidária.

Mais pertinente ainda, a partir da amostra, considerar a simpatia de internautas pró-Aécio e o ódio de internautas pró-Dilma que se manifestam a partir das manchetes, mesmo não sendo elas ataques a Dilma ou elogios a Aécio. Dessa forma, deve-se considerar, dentro

do conceito de codificação/decodificação, ainda outras variáveis, que não são poucas, para se chegar a um possível denominador comum na tentativa de entender como se dá a reprodução do conteúdo em destaque nas primeiras páginas do jornal O Globo. A singela análise do presente artigo dá algumas pistas a respeito.

Referências Bibliográficas

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo (SP): Editora Contexto, 2013.

Esquenta, a cara do Brasil. Patrícia Kogut. <http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2011/12/critica-esquenta-a-cara-do-brasil-422403.html>. Acesso em 6 nov. 2014.

Garotinho falando mal da Globo na Globo. <https://www.youtube.com/watch?v=tJXvQwu-61I>. Acesso em 7 nov. 14. Acesso em 7 nov 14.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte (MG): Editora UFMG, 2003.

JORNAL NACIONAL, a notícia faz história. Rio de Janeiro (RJ): Jorge Zahar Editor Ltda, 2004.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

LYONS, J. **Língua(gem) e linguística: uma introdução**. Rio de Janeiro (RJ): Guanabara Koogan, 1987.

MATTELART A., e M.. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo (SP): Edições Loyola, 2012.

O GLOBO. Rio de Janeiro: ed 29.610 a 29.645, de 1º de set. a 6 de out. 2014.

Regina Casé responde a críticos do 'Esquenta': "preconceito".Giuliander Carpes.<http://diversao.terra.com.br/tv/programas/regina-case-responde-a-criticos-do-esquenta-preconceito,faec399f5106e310VgnVCM5000009-ccceb0aRCRD.html>. Acesso em 6 nov. 2014.