



Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte
Curso de Comunicação Social

CAROLINE BRITO DOS REIS

Estaleiro no Titanzinho: uma análise dos enquadramentos midiáticos
nos jornais impressos Diário do Nordeste e O POVO

FORTALEZA

2013

CAROLINE BRITO DOS REIS

Estaleiro no Titanzinho: uma análise dos enquadramentos midiáticos
nos jornais impressos Diário do Nordeste e O POVO

Monografia apresentada ao
Curso de Comunicação Social
da Universidade Federal do
Ceará como requisito para a
obtenção do grau de Bacharel
em Comunicação Social,
habilitação em Jornalismo, sob
a orientação do Prof. Dr.
Francisco Paulo Jamil Almeida
Marques.

Fortaleza

2013

CAROLINE BRITO DOS REIS

Estaleiro no Titanzinho: uma análise dos enquadramentos midiáticos
nos jornais impressos Diário do Nordeste e O POVO

Esta monografia foi submetida ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

Monografia apresentada a Banca Examinadora:

Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida Marques (Orientador)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Luis Celestino de França Júnior (Membro)
Universidade Federal do Ceará (Cariri)

Prof. Ms. Kamila Bossato Fernandes (Membro)
Universidade Federal do Ceará

Fortaleza

2013

D'Agradecimentos

E agradeço... e engrandeço...

À minha mãe, Alexandra Brito, que me mostrou o valor da leitura como forma de libertação e de crescimento pessoal, lição dessas que a gente leva para a vida inteira. À minha avó, Maria Zuleide Brito, que, com força e serenidade, é dessas pessoas valorosas que iluminam só de se fazerem presentes, e que tão bem representa a família, meu maior pilar.

À Universidade Federal do Ceará, local onde aprendi o valor da pesquisa e do diálogo para a construção do conhecimento e, principalmente, às figuras dos professores Francisco Paulo Jamil Marques, Deisimer Gorczewski, Cida de Sousa e Riverson Rios, mestres atenciosos, sempre dispostos a ajudarem os estudantes.

Às amigas e companheiras de descobertas que a vida colocou carinhosamente em meu caminho, cada uma a seu tempo, me ensinando tanto sobre o com(viver) e sobre mim mesma... Adriana Brito, Valquíria Ferreira Mota, Nathalia Carneiro Lima, Halane Rocha, Deborah Monte. À contista Ana Paula Lima, pelas percepções e pelo carinho, pela amizade.

Ao meu colega João Victor Cavalcante que comigo dividiu emoções, momentos e epígrafes.

À poesia, companheira simples e fiel, que há tempos me segue e me inspira...

L'ÊTRE AVANT LA LETTRE

la vie en close

c'est une autre chose

c'est lui

c'est moi

c'est ça

c'est la vie des choses

qui n'ont pas

un autre choix

(Paulo Leminski)

RESUMO

O objetivo da monografia é examinar os enquadramentos midiáticos identificados na cobertura jornalística realizada pela imprensa local. Foram observadas matérias feitas nos meses de fevereiro, março e abril, nos jornais *O POVO* e *Diário do Nordeste*, sobre a possibilidade da implantação de um projeto governamental no Estado do Ceará. Na ocasião, o Governo debatia a instalação de um estaleiro na praia do Titanzinho, em Fortaleza, capaz de construir oito navios gaseiros licitados pela Transpetro. O projeto, contudo, foi discutido por diversos setores da sociedade e criticado pela então prefeita Luizianne Lins (PT- Partido dos Trabalhadores). Ela admitia ter um projeto diferente para a área, o projeto Orla, que revitalizaria o lugar, promovendo uma valorização do local para a atividade turística. Segundo a prefeita, esse projeto seria o ideal para potencializar o turismo na cidade, indo de encontro ao plano do governador Cid Gomes (PSB- Partido Socialista Brasileiro). Em decorrência dessa contradição entre as duas alternativas para a área, o projeto do estaleiro não recebeu a carta de anuência referente à licença urbanística, necessária para instalação do equipamento na área do Titanzinho, e não foi instalado na praia fortalezense. Com base no conceito de enquadramento como seleção e saliência de alguns aspectos da realidade em um texto comunicativo (ENTMAN *apud* PORTO, 2004), foram analisados os pontos enfatizados ao longo da cobertura dos dois jornais, pois se considera que eles funcionam como chaves de sentido que guiam a interpretação das pessoas sobre o tema. O trabalho utiliza como base metodológica, para compreender as especificidades do objeto selecionado, a análise da cobertura jornalística, processo que possibilita a apreensão do acontecimento jornalístico em uma instância localizada entre o trabalho de bastidores da redação e as análises subsequentes do conteúdo temático e do discurso no e sobre o mesmo acontecimento (SILVA; MAIA, 2011). Conclui-se que a imprensa ressalta o conflito entre os representantes do poder executivo nos âmbitos municipal e estadual, tendo como fontes noticiosas, sobretudo, representantes do poder público.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia. Jornalismo. Enquadramento. Representação. Política.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 1:** Imagem 1 representativa do projeto Orla da Prefeitura. Crédito: Diário do Nordeste 67
- Figura 2:** Imagem 2: Projeto do estaleiro caso fosse implantado. Créditos: Diário do Nordeste 70
- Figura 3:** Imagem 3: Detalhes do projeto do estaleiro. Créditos: Diário do Nordeste 70
- Gráfico 1:** Gráfico 1 representativo do número de matérias analisadas por jornal 59
- Gráfico 2:** Gráfico 2 representativo das fontes ouvidas em ambos os periódicos 65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Adece	Agência de Desenvolvimento do Ceará
Adital	Agência de Informação Frei Tito para América Latina
IAB	Instituto dos Arquitetos do Brasil
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
Mtur	Ministério do Turismo
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PHS	Partido Humanista da Solidariedade
PMDB	Partido do Movimento Democrático do Brasil
PMN	Partido da Mobilização Nacional
PONTE	Grupo de Pesquisa em Políticas e Novas Tecnologias
PP	Partido Progressista
PRB	Partido Republicano Brasileiro
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PT	Partido dos Trabalhadores
PV	Partido Verde
UFC	Universidade Federal do Ceará
TF1	Télévision Française 1
OAB	Organização dos Advogados do Brasil

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
1. COMUNICAÇÃO E POLÍTICA: RELAÇÕES ENTRE CAMPOS DE INTERESSES DISTINTOS	15
1.1 Gestão de aparências: a política da Imagem	22
1.2 A lógica midiática informativa: o Jornalismo no processo da Comunicação ...	28
2. JORNALISMO E ENQUADRAMENTOS MIDIÁTICOS DA POLÍTICA	33
2.1 Jornalismo-espetáculo: a busca pela audiência	38
2.2 Análises de enquadramentos	43
3. ESTUDO DE CASO: A POLÊMICA INSTALAÇÃO DO ESTALEIRO PROMAR NO TITANZINHO	50
3.1 Contextualizando a política local: Disputas entre PSB e PT	52
3.2 O Povo e Diário do Nordeste: breve histórico dos jornais	53
3.3 Metodologia	55
3.4 Análise do caso Titanzinho: enquadramento de conflitos	59
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
ANEXOS	79
REFERÊNCIAS.....	85

INTRODUÇÃO

Em 2010 a comunidade do Titanzinho, situada em uma região pobre de Fortaleza, obteve um lugar de destaque nas coberturas midiáticas da cidade por estar no centro de uma disputa entre as esferas estadual e municipal de poder acerca da implantação ou não de um estaleiro no local. Na ocasião, o governador Cid Gomes (PSB - Partido Socialista Brasileiro) afirmou a importância desse empreendimento para o Estado e defendeu a implantação desta obra na praia do Titanzinho, no bairro Serviluz, que forma, ao lado das áreas do Farol, Estiva, Ponta Mar, Praça São Francisco e Raízes da Praia, uma das maiores periferias da capital cearense, segundo matéria divulgada no portal de notícias da Agência de Informação Frei Tito para América Latina, Adital¹.

Na época, o governador argumentava que mais de 1200 empregos diretos seriam criados e que o local mais adequado no Estado para a instalação da obra seria nessa praia. Porém, a então prefeita de Fortaleza, Luizianne Lins (PT – Partido dos Trabalhadores), questionou a obra ao explicar que já havia outro projeto para a valorização da orla do local, o projeto Orla. A Prefeitura não concedeu a licença, essencial para a construção do empreendimento em Fortaleza, e a obra não foi instalada na praia.

Por detrás dessa disputa foi possível perceber as tensões e relações entre os campos da Comunicação, da Política e da Economia. Nesses campos os agentes se distribuem da seguinte forma: segundo o volume global do capital que possuem e de acordo com a composição de seu capital social, ou seja, conforme o peso das diferentes espécies no conjunto das suas posses (BOURDIEU, 1998). São, pois, responsáveis por recursos que interessam diretamente aos demais campos, fato que promove as interlocuções entre eles, os quais têm o interesse de satisfazer as suas demandas, concedendo o mínimo de recursos que lhes sejam próprios.

Recai, pois, sobre os campos da Política e da Comunicação a análise deste trabalho, constituindo-se eles nos domínios de conhecimento em que o tema escolhido se situa. Ressalte-se que aqui se considera mais especificamente na Comunicação a área

¹ Informação obtida no site www.adital.com.br/hotsite_ecumenismo/noticia.asp?lang=PT&cod=70381

jornalística, concentrando-se no Jornalismo impresso cearense, representado por dois jornais: *O POVO* e *Diário do Nordeste*.

Partindo desse contexto, esse trabalho pretende fazer um estudo dos enquadramentos (*frames*) noticiosos presentes nos documentos selecionados como *corpus* empírico, nesse caso os jornais locais *Diário do Nordeste* e *O POVO* os quais noticiaram a polêmica construção de um estaleiro no Titanzinho durante o ano de 2010. Com base em uma observação do conceito desenvolvido por Porto (2004), o estudo sobre esses *frames* é bem-vindo, visto que estes estão presentes no conteúdo da mídia e promovem interpretações específicas sobre temas e eventos políticos. Por essa razão, este trabalho visa contribuir para os estudos de enquadramentos, utilizando por base a cobertura jornalística observada no material empírico impresso que circula no Estado do Ceará ao propor um olhar que se detenha sobre os mecanismos de construção discursiva do texto jornalístico impresso.

Dessa forma, as pessoas que tiverem acesso ao trabalho poderão refletir sobre os critérios de seleção noticiosos na escolha dos conteúdos jornalísticos, compreendendo melhor os efeitos da mídia sobre os leitores de um veículo impresso a partir do estudo de um caso específico: as discussões do poder público estadual e municipal pela implantação de um estaleiro na praia do Titanzinho, em 2010, refletindo a partir desses critérios, acerca dos limites da imparcialidade e da objetividade no texto jornalístico.

Considerando-se que as mídias de informação funcionam segundo uma lógica econômica através da qual faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa que fabrica um produto; e uma lógica simbólica que faz com que todo organismo participe da construção da opinião pública (CHARAUDEAU, 2006), é válido propor um estudo que se detenha sobre os mecanismos de construção discursiva do texto jornalístico impresso. Conforme nos explica Charaudeau (2006), os enunciados são construídos significativamente a partir tanto dos enunciadores como dos receptores, funcionando o discurso, não só como produtor de sentido, mas como efeito de sentido o qual materializa pensamentos e sentimentos (MACHADO; JACKS, 2001).

Outro ponto a ser revisto com base na literatura jornalística, o qual dará fôlego para esta pesquisa, analisa o Jornalismo-Espetáculo, que focaliza seu olhar nos meandros do debate político, destacando os conflitos e se distanciando das consequências das

propostas políticas para a população, enquadrando as questões políticas como fatos que não têm outra importância a não ser como itens para políticos se confrontarem na arena pública.

Além disso, o trabalho permitirá a compreensão mais ampla das relações partidárias entre PT e PSB durante os mandatos do governador Cid Gomes (PSB- Partido Socialista Brasileiro) e da prefeita Luizianne Lins (PT- Partido dos Trabalhadores), visto que fará uma breve contextualização acerca da política local durante a gestão desses governantes. Ressalte-se que, embora não seja foco desta análise, também será desenvolvida uma problematização inicial acerca da atuação da mídia na forma como a política é apreendida pela sociedade após a evolução tecnológica da mídia, no início do século XX, a fim de perceber como esses meios têm permitido outra relação entre a sociedade e os representantes do poder.

As matérias selecionadas compreendem os meses em que foi possível perceber a recorrência de mais discussões sobre a tentativa de implantar o estaleiro no Titanzinho, ou seja, de fevereiro a abril do ano de 2010, período em que existiu maior número de notícias nos jornais impressos estudados.

Outro conceito a ser visto é o de imagem pública, importante para compreender a estruturação das relações entre Política e sistema de Comunicação, visto que o sistema da política midiática tem se especializado na gestão da aparência, na produção e administração da legitimidade e na administração dos fluxos de comunicação política destinados à população. Imagem pública esta considerada responsável pela resolução de grande parte da disputa política na forma de uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político e que depende dos discursos produzidos pela mídia bem como pelos *frames* presentes nas notícias (GOMES, 2007), conceito que, portanto, ajudará a compreender os enquadramentos presentes nas notícias selecionadas.

Como explica Bourdieu (1997), a imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos chamam de efeito real, podendo fazer ver e fazer crer no que faz ver, por meio de uma evocação com efeitos de mobilização a qual implica em uma construção social da realidade com efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização). É essa

imagem pública dos gestores das esferas municipal de Fortaleza e estadual no Ceará, forjada também pelas matérias analisadas nesse trabalho, que será estudada nessa pesquisa. A fim de compreender a importância dessa imagem para os políticos, será feita uma reconstituição histórica do conceito e de sua evolução ao longo dos estudos de Comunicação e de Política.

Saliente-se que a imagem atua como importante fator de reconhecimento dos entes políticos perante a sociedade e é parte de um processo que tem ganhado fôlego na atualidade, o da espetacularização da Política. O fenômeno faz com que a Política, supostamente construída antes a partir de ideias, surja de outras conformações na atualidade, tais como através das pessoas, ou melhor, de personagens, visto que a Política assume tons quase ficcionais nos relatos noticiosos. Ou seja, essa espetacularização confere elementos ficcionais mesmo à indústria da informação, criando maniqueísmos e personagens que assumem papéis de mocinhos ou vilões de determinados fatos.

O tema surgiu após discussões sobre os usos da mídia e suas relações com a esfera política no Grupo de Pesquisa em Políticas e Novas Tecnologias (PONTE), na Universidade Federal do Ceará (UFC). Compreender as interfaces entre essas duas áreas de conhecimento já era uma ideia, e esta amadureceu em virtude do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, o qual ocorreu em Recife entre dois e seis de setembro de 2011. Durante o Encontro do Grupo de Pesquisa de Jornalismo Impresso, que teve como tema as análises de caráter político/ideológico no Jornalismo impresso, foi possível refletir acerca da produção de sentidos presente na produção jornalística.

A partir daí, surgiram inquietações acerca das mediações entre a esfera midiática e o universo político, principalmente se consideramos que o Jornalismo representa uma forma imanente de controle e distribuição do capital simbólico do campo o qual se volta para a produção de informação sobre a atualidade (GOMES, 2007). Além de haver um interesse por observar e comparar as formas como um mesmo tema é analisado e interpretado por veículos de comunicação diferentes, representados pela mídia impressa, para saber os aspectos enfatizados e se estes vão ao encontro dos critérios de noticiabilidade e dos objetivos de promover a informação e o pensamento crítico das pessoas, princípios apregoados pelos manuais de Jornalismo.

A fim de propor a compreensão da área em que o tema está envolvido, iniciaremos o trabalho no Capítulo 1 com uma discussão acerca das relações estabelecidas entre os campos da Comunicação e da Política, explicitando os recursos que, inseridos nesses campos, são disputados entre eles, além de percebermos os elementos sobre os quais esses campos se estruturam e que são foco de interesse dos demais campos. Dessa forma, será possível perceber, por exemplo, que o poder político tem a intendência de legislar e governar enquanto o domínio da Comunicação se encarrega de delimitar o debate público com as definições das temáticas consideradas politicamente relevantes (GOMES, 2007).

No decorrer desse Capítulo, também será explicitada a importância do conceito de imagem pública nas relações entre Comunicação e Política, visto que essa imagem pública é determinada pelo tempo e modo de exposição dos atores políticos na esfera social e pela instância a qual programa a recepção da imagem, ou seja, pelo Jornalismo, dependendo dos discursos produzidos pela mídia bem como pelos *frames* presentes nas notícias.

No Capítulo 2, inicialmente será descrito um breve panorama do Jornalismo como atividade essencial para o desenvolvimento do sistema democrático em uma nação, visto que ele é capaz de imprimir um novo ritmo aos processos sociais e políticos (MAGALHÃES *apud* VEIGA, 2001). Também será feito um breve apanhado sobre o desenvolvimento do Jornalismo político no Brasil e nos EUA para observar as características em que se apoiam esse tipo de Jornalismo no contexto nacional, assim como a atividade jornalística norte-americana a qual lança parâmetros para a brasileira.

Nessa parte também será discutido o Jornalismo-Espetáculo, o qual prima pela redação de textos semelhantes a verdadeiras narrativas a fim de entreter os leitores ou espectadores, obtendo, por meio desses recursos de construção da narrativa, audiência. Aliás, modalidade de Jornalismo muito difundida com o advento da televisão, a qual tem aberto espaço para o tom declaratório que prevalece nas notícias de política, transformando a disputa política em verdadeiro campo de batalha, mais preocupado com os meandros dos conflitos políticos do que com a apresentação das consequências das políticas públicas e propostas políticas para a população.

O conceito de enquadramento também será destacado a fim de esclarecer aspectos da pesquisa deste trabalho. São os *frames* seleções de alguns aspectos da realidade percebida, que se fazem mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN *apud* PORTO, 1994, p.294). Definição essencial para a compreensão e posterior análise da cobertura midiática da construção do estaleiro no Titanzinho a ser estudada nos jornais selecionados.

Afinal, quais são as ênfases da cobertura? A cobertura enfatiza o conflito político ou analisa as melhorias que a implantação ou não da obra podem trazer para a população que reside no entorno do Titanzinho? Esse é o problema de pesquisa a ser investigado nesse trabalho. O problema de pesquisa aqui enfatizado é: como os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* enquadram as gestões do PT e do PSB, mais especificamente, a prefeita Luizianne Lins e o governador Cid Gomes, respectivamente, ao longo da cobertura do caso do Titanzinho?

Através de uma avaliação dos enquadramentos midiáticos, é possível compreender as imagens formadas pela mídia acerca de cada pessoa, pois eles organizam o mundo tanto para os jornalistas, que escrevem, como para a sociedade que os lê, promovendo interpretações específicas sobre temas. No Brasil, destacam-se os estudos que se deparam sobre as pesquisas relativas a eleições presidenciais e na relação entre a mídia e os movimentos sociais como o MST, em especial nos telejornais.

Em um dos trabalhos pioneiros no país, aliado aos estudos sobre a mídia, Afonso Albuquerque (ALBUQUERQUE *apud* PORTO, 1994) analisou a cobertura presidencial feita entre os meses de março e maio de 1994 pela Rede Globo, representada pelo Jornal Nacional. Foi constatado no estudo que houve um desequilíbrio no tempo dedicado aos candidatos (Lula e Fernando Henrique Cardoso) e que, enquanto o candidato Fernando Henrique foi associado a sua habilidade em unificar forças políticas e construir consensos, o candidato Lula era associado a grupos de interesse, sobretudo a sindicatos, e a conflitos e discórdia.

Já no Capítulo 3 será feita, de início, uma pequena contextualização sobre o projeto de instalação do estaleiro Promar no Titanzinho, plano que obteve um lugar de destaque nas coberturas midiáticas locais por estar no centro de uma disputa entre as esferas estadual e municipal de poder, até então aliadas no cenário político local. A disputa indicou a divergência quanto ao projeto que deveria ser implantado na praia do Titanzinho para que esse local fosse desenvolvido, pois é conhecido por ter um dos menores IDH's da capital.

Também será feita uma explanação sobre a política no Estado do Ceará, principalmente, através de uma análise das relações estabelecidas entre PT e PSB na Política local durante a gestão dos mandatos municipal e estadual, respectivamente, da prefeita Luizianne Lins (PT- Partido dos Trabalhadores) e do governador Cid Gomes (PSB- Partido Socialista Brasileiro), estabelecidas após uma aliança partidária entre PT e PSB durante a candidatura, em 2006, do então candidato Cid Gomes ao governo do Estado.

Posteriormente, será apresentada a metodologia de estudo do trabalho a qual vai trabalhar com a análise da cobertura jornalística, processo que possibilita a apreensão do acontecimento jornalístico em uma instância localizada entre o trabalho de bastidores da redação e as análises subsequentes do conteúdo temático e do discurso no e sobre o mesmo acontecimento (SILVA; MAIA, 2011). Por fim, será elaborado um histórico conciso dos dois jornais impressos que serão objetos de estudo selecionados para que sejam viabilizados os pressupostos teóricos necessários para a verificação e apresentação das conclusões sobre o caso, bem como as informações consideradas na análise das notícias selecionadas as quais possibilitarão as conclusões posteriores.

Tudo a fim de observar se há diferenças significativas no modo como os dois jornais enquadram a figura dos dois gestores durante a referida cobertura. Afinal, é possível observar um olhar favorável para a figura do governador Cid Gomes em detrimento da imagem da prefeita Luizianne Lins ou vice-versa? Que palavras ou expressões são relacionadas aos protagonistas? Essas são as questões que inicialmente devem ser respondidas através da presente pesquisa.

[CAPÍTULO 1]

Comunicação e Política: relações entre campos de interesses distintos

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de força - há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço- que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (BOURDIEU, 1997). São domínios que exercem sobre os outros seu poder, e disputam espaço, a fim de se constituírem simbolicamente. Eles coexistem no espaço social, verdadeira realidade invisível que se concretiza por meio dos indivíduos e das instituições (BOURDIEU *apud* FERNANDES, 2006, p.46).

São, pois, verdadeiros microcosmos com leis próprias, definidos por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofrem da parte de outros microcosmos inseridos no mundo. Destaque-se ainda que o campo, por sua vez, compõe um sistema de diferenças e de antagonismos, constituindo o “lugar de relações de força – e não somente de sentido – e de lutas que visam transformá-las e, por conseguinte, o lugar de uma mudança permanente”.

Para exemplificar essa relação entre um campo e os demais microcosmos, Pierre Bourdieu (1997) explica que, para compreender a estrutura da emissora francesa TF1 (Télévision Française 1), é necessário levar em conta as ações que a emissora propõe por estar inserida em um universo de relações objetivas entre diferentes emissoras de televisão que estão em concorrência direta com ela. Concorrência esta definida de maneira invisível por relações de força não percebidas as quais podem ser apreendidas por indicadores como as fatias de mercado e o poder dos anunciantes aliados a essas emissoras. O autor expõe que há, entre essas emissoras, relações de forças invisíveis que fazem com que, para compreender o que se passa na TF1, seja preciso levar em

consideração o conjunto de relações de forças objetivas que constituem a estrutura do campo midiático.

Existem campos de interesses diversos, a exemplo do artístico, esportivo, jurídico, econômico, político e comunicacional. O da Política e o da Comunicação, assim como as suas interseções, interesses e formas de se constituírem, constituem o foco de atenção deste trabalho. Esses campos compõem a chamada "política midiática", juntamente com o poder econômico. Este último, no entanto, não será analisado de forma mais aprofundada nesse estudo (GOMES, 2007).

Os campos sociais constituem-se, portanto, em espaços multidimensionais de posições tal que qualquer posição atual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas cujos valores correspondem aos valores das diferentes variáveis pertinentes. Segundo Bourdieu (1998), nesse campo os agentes se distribuem da seguinte forma: segundo o volume global do capital que possuem e de acordo com a composição de seu capital social, ou seja, conforme o peso das diferentes espécies no conjunto das suas posses.

Conforme será explorado em breve, vale ressaltar que cada campo é responsável por recursos que interessam diretamente aos demais campos, fato que promove as interlocuções entre eles, visto que são sistemas imanentes de tensões voltados para a produção de prestígio e distribuição de reconhecimentos ou punições, onde se geram os princípios estruturadores de um setor social. Nesse contexto, é vital explicar o capital simbólico de cada campo a ser analisado neste trabalho, ou seja, as compensações que um domínio tem a oferecer aos demais, visto que cada um deles somente se vincula aos outros em decorrência do interesse que lhe é próprio, pois os campos tendem a proteger-se de influências externas por meio de um uso defensivo de seu capital simbólico.

Por isso, o capital assegura a produção de uma categoria de bens que funcionam como trunfos em um jogo de trocas e interseções entre os campos, embora tenda a punir as dependências de esferas exteriores e recompensar as vinculações inerentes às estruturas internas. Destaque-se que são esses valores do campo que orientam o trabalho dos jornalistas, por exemplo, e fazem com que eles respeitem determinados ditames a fim de serem valorizados na sua área profissional e possam ser publicados.

Outro ponto fundamental é observar as relações estabelecidas pelos campos a fim de satisfazer as suas demandas, concedendo o mínimo de recursos que lhes sejam próprios, pois quanto mais forte é um campo social, maior a sua autonomia em face de outros campos e maior o zelo na defesa dos seus valores e princípios de distribuição de capital frente aos demais (GOMES, 2007). A autonomia de um campo, portanto, será tanto maior quanto mais determinante se revela a sua lógica interna, o que não impede, contudo as interações entre os campos.

Interações estas realizadas em um espaço de interseção onde um campo luta para mostrar sua visão como objetiva, dispondo de forças que dependem da sua pertença a campos objetivamente hierarquizados e da sua posição nos campos respectivos (BOURDIEU, 1998). O espaço de interação funciona assim como situação de mercado linguístico, que tem características conjunturais cujos princípios podemos destacar, sendo um espaço pré-construído cuja composição social do grupo está antecipadamente determinada. Para compreendermos as imbricações entre os campos da Comunicação e da Política e suas relações com outros dois atores, o econômico e a sociedade, veremos primeiramente a composição do poder simbólico de cada campo, bem como sua gênese social e a necessidade específica de crença que o sustenta.

Pierre Bourdieu (1998) explica que o campo político é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de “consumidores”, devem escolher com probabilidades de mal-entendido tanto maiores quanto mais afastados estão do lugar de produção.

O campo da Política é dotado fundamentalmente pelo poder político o qual tem a intendência de governar e legislar, influenciando decisões, além de fazer e impedir que se faça. Dessa forma, o Poder Executivo assume o gerenciamento da coisa pública, dispondo de meios para implementar projetos, além de deter o domínio sob a nomeação de pessoas que tenham a função de mando ou coordenação dentro do Estado. Nomeações essas denominadas por Gomes (2007) de poder político.

No Brasil, essas nomeações tendem a ser usadas como patrimônio político à disposição do grupo que governa, distanciando-se da importante função de prestar um serviço público à sociedade. Para Pierre Bourdieu (1998), os que dominam o partido e têm interesses ligados com a existência e a persistência desta instituição e com os ganhos específicos que ela assegura, encontram na liberdade, que o monopólio da produção e da imposição dos interesses políticos instituídos lhes deixa, a possibilidade de imporem seus interesses como mandatários, afirmando que são os mesmos dos mandantes. Afinal, os mandatários detém o monopólio dos instrumentos de produção dos interesses políticos.

Além disso, o Executivo é responsável por empregar recursos estatais para implantar projetos e políticas, subsidiar setores considerados essenciais para os cidadãos e oferecer serviços próprios do Estado. É importante mencionar que a esfera civil exerce o importante papel de legitimar as decisões do Poder Executivo. As atribuições que por ela têm sido realmente assumidas serão, porém, explicitadas mais à frente.

Já ao Legislativo cabe a elaboração e a votação das leis que definirão o funcionamento do Estado enquanto ordenamento legal, decidindo, de forma deliberativa, quais interesses políticos serão satisfeitos e quais não serão. O Congresso, responsável pelas decisões políticas, se divide entre o grupo que governa e seus aliados, de um lado, e os grupos em oposição os quais, via de regra, têm interesses diferenciados. Também existem divisões de bancadas de natureza social ou econômica, além de vinculações religiosas, de classe ou de interesse, e mesmo, por Estados.

O partido do Governo necessita, conseqüentemente, de uma mediação parlamentar para executar seus programas e projetos, coexistindo com este em um jogo denominado de Política de Negociação em que os grupos de oposição desejam interferir na execução governamental na ânsia de aumentar seu poder de realizar decisões. Segundo a narrativa pragmática, nessa competição está inserida uma disputa pelo acúmulo de capital político que garante a sobrevivência do grupo e, se possível, a sua hegemonia perante a oposição e a própria sociedade.

A democracia admite duas formas de mediação entre Governo e parlamento, que são as negociações com vistas a composições políticas e o convencimento através de

disputas argumentativas. No interior desse modelo, contudo, ocorrem deturpações que vão contra o modelo democrático, como fraudes, corrupções, ameaças e outras formas de coerção contra os adversários.

No interior desse campo prevalece a produção de discursos políticos resultantes das condições sociais dos agentes envolvidos no processo de sua produção e das condições sociais dos agentes externos que seriam seus eventuais consumidores, respeitando a lógica específica desse campo de produção (BOURDIEU *apud* SILVA, 2005). No entendimento de Pierre Bourdieu, o campo político é local por excelência das lutas simbólicas pelo poder simbólico o qual parte de locais de enunciação específicos que ficam mais amplos em regimes democráticos. Dessa forma, quanto mais se democratiza um país, mais haverá cidadãos falando de seus problemas em locais não tradicionais da política (PINTO, 2005).

A seu ver, o campo político “é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, etc.” (BOURDIEU *apud* SILVA, 2005); é, enfim, o lugar onde se produzem discursos políticos. Durante as campanhas eleitorais, porém, o discurso sai dos limites dos locais tradicionais de enunciação e toda a sociedade se torna enunciativa de discursos políticos, sujeito de discursos políticos: os eleitores passam a ser também enunciadores, fazendo com que a política se legitime por meio da participação de todos (PINTO, 2005).

A esfera da Comunicação, por sua vez, se estrutura a partir de participantes dotados de posições e características diferenciadas, como o Jornalismo, a Publicidade e a Assessoria de Imprensa, práticas com funções que se complementam, mas também concorrem entre si. O conjunto subsiste a partir de dois fatores principais, apesar de suas diferenciações, a audiência e os anunciantes, necessitando, portanto, de legitimidade e prestígio para obter o apoio desses entes. Além disso, os meios de comunicação participam na delimitação do debate público com as definições das temáticas consideradas politicamente relevantes em torno das quais se desdobram os debates, consolidando enquadramentos hegemônicos para esses temas por meio de sua visibilidade perante a população (MCCOMBS e SHAW, 2000; WOLF, 2005, *apud* BIROLI, 2010).

A esfera da Comunicação tem obtido mais prestígio ao conferir ao poder político visibilidade pública, essencial para que este possa manter uma imagem favorável perante o eleitorado, visto que essa imagem funciona como fator primordial para a manutenção do discurso político. Essa exposição possibilita que o poder político obtenha votos, recurso fundamental para este campo. Vale destacar que a esfera da visibilidade pública é definida por Gomes (2005) como um conjunto de quadros temporais, percebidos pela audiência, que incluem tudo aquilo que existe e é relevante na atualidade.

Nesse ponto, um dos atores do domínio da Comunicação que influenciam decisivamente na visibilidade pública, contribuindo para que o campo da Política assumira determinada imagem, é a esfera informativa representada pela cadeia produtiva do Jornalismo, cuja tarefa primordial é produzir um volume relevante de informações relacionadas à Política, porque os governos não se responsabilizam sozinhos pela produção de mensagens voltadas para a população.

A indústria da informação é, portanto, o sistema institucional que congrega e controla instrumentos e procedimentos técnicos, desde a fase da produção de materiais informativos até a sua teledifusão pelo planeta. Essa atualidade que não pode ser experimentada diretamente nos é entregue em casa ou no escritório a partir dos instrumentos, processos e recursos de produção, seleção e edição da informação de massa consiste antes de tudo em um mundo-página ou mundo-tela, um universo mediado e midiático. (GOMES, 2007, p. 324)

A própria estruturação do Jornalismo, fruto de múltiplas negociações entre as esferas Política e Econômica, faz com que este tenda a legitimar o *status quo* de determinadas instituições, a exemplo do Governo e das autoridades já estabelecidas (TUCHMAN e SCHUDSON *apud* TRAQUINA, 2005). A escolha das fontes noticiosas que, em geral, apoiam as interpretações oficiais dos acontecimentos reflete esse quadro. Na grande imprensa também é comum que a editoria de Política esteja no topo hierárquico em relação às demais. Portanto, há indícios que levam a crer que o mundo da Política admite os critérios de noticiabilidade que vigoram no Jornalismo a fim de

obter maneiras de se expor e obter prestígio por meio da visibilidade sem ir de encontro à lógica predominante na esfera da Comunicação informativa.

Ressalte-se que o mundo político se utiliza dos dados indicados nas pesquisas eleitorais, os quais demonstram a preferência do eleitorado, para obter pautas no sistema informativo, visto que os jornais, em geral, distribuem o espaço de cada candidato na cobertura de campanha a partir desse critério. A Política também se introduz no circuito informativo pelas fontes (essenciais no processo de rotina da empresa jornalística), pela auto-inclusão na agenda dos jornais, por meio de suas Assessorias de Imprensa, e pela compra do espaço publicitário nos meios de comunicação, orientando a utilização de seus recursos à lógica das linguagens de Comunicação e de suas rotinas produtivas vigentes (GOMES, 2007).

Isso sinaliza que a Política prefere, em geral, utilizar a Comunicação de Massa, se adequando às suas transformações internas (afirmação das liberdades fundamentais de opinião e expressão, formação de indústrias de comunicação e da cultura e o estabelecimento de campos sociais internos aos ambientes dessa indústria), a ter que adotar uma postura defensiva com relação a esse campo. Há, no entanto, casos em que entes do campo político atacaram o campo midiático, a exemplo de Fernando Sarney, filho do presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP). Fernando resolveu enfrentar as denúncias do Estadão e conseguiu junto à justiça a censura prévia desse veículo de comunicação em reportagens que contenham informações da Operação Fator, mais conhecida como Boi Barrica².

Embora não seja foco desta pesquisa, vale lembrar que há situações em que o poder político não aceita apenas se incluir no universo da Comunicação e impõe determinados constrangimentos a essas organizações para obter vantagens, fazendo com que a esfera comunicacional se proteja de seus interesses. Experiência muito comum em países com regimes ditatoriais ou democracias frágeis, nos quais o direito de livre expressão se encontra cerceado por determinados mecanismos.

² Matéria do Estadão que explica o caso <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,liminar-proibe-estado-de-noticiar-investigacao-sobre-filho-de-sarney,411905,0.htm>

Acrescente-se que o domínio da Política exerce certo controle sobre o poder midiático, já que aquele é quem controla as concessões de direitos de emissão as quais regulamentam a atividade da chamada grande imprensa no país. Logo, as contribuições governamentais para as empresas de Comunicação, que ocorrem sob a forma de publicidade oficial, frequentemente tem o objetivo de obter como retribuição a boa vontade editorial desses veículos.

Como dito anteriormente, as relações entre a Política e a Comunicação constituem a política midiática, um dos sistemas de práticas da Política contemporânea, isto é, um sistema de atores e de representações pelos quais se realiza a atividade Política na contemporaneidade (GOMES, 2007). Esse padrão de atividades, agentes e programa de ações visa assegurar uma relação entre a esfera institucional da decisão política e a sociedade. Operação praticada em todas as formas de Governo onde a esfera da decisão política dependa de interações com a esfera popular e, conseqüentemente, preocupada com a imagem que é transmitida para a população.

1.1 Gestão da aparência: a política da Imagem

O sistema da política midiática tem, dessa forma, se especializado na gestão da aparência, na produção e administração da legitimidade, na geração de legitimidade e na administração dos fluxos de comunicação política destinadas à população, visto que são estes os fatores da imagem que a sociedade considera a partir dos sujeitos, instituições e ideias do universo político. Alguns autores (ARBEX JR. *apud* ABRAMO, 2003) vão mais além e afirmam que a “grande mídia” constitui-se como uma coluna de sustentação de poder capaz de construir consensos e de apresentar realidades parciais como a totalidade do mundo, vindo daí seu poder em construir imagens e representá-las para a sociedade. Afinal, o Jornalismo é capaz de dotar os fatos de sentido e constituir verdades e, aqui, considera-se como verdade uma construção discursiva.

Gomes (2007) chega a afirmar que nunca a sociedade política e a sociedade civil necessitaram tanto da comunicação de massa a fim de fazerem funcionar o jogo político,

visto que a sociedade onde se instauraram os meios de comunicação e a forma de produção capitalista vive sob o postulado de uma “cultura midiática”.

A sociedade civil porque sem a mediação dos ambientes da indústria da informação dificilmente poderia formar opinião e quadros interpretativos sobre o estado da deliberação que se processa na esfera política. A sociedade política, porque sem meios de alcance massivo não conseguiria apresentar suas posições, programas e pessoas ao conhecimento da esfera civil para, com isso, obter o apoio popular, quando lhe convém, e o voto do cidadão, sempre que necessário. Em ambas as esferas, nota-se uma demanda cognitiva que não pode ser respondida satisfatoriamente (...) a não ser pela comunicação pública controlada pela indústria da comunicação de massa (GOMES, 2007, p.267).

Destaque-se que a disputa pela manutenção de uma imagem pública é tamanha que autores chegam a designar a existência de uma política da imagem, a qual está voltada para a competição pela produção e pelo controle de imagens públicas de personagens e instituições políticas, visto que ele considera haver mesmo uma prioridade ontológica da imagem sobre os atores políticos e seus atos. Essa política de imagem consiste em uma prática que atenta para três funções: a) criação, produção, construção da imagem pública de atores, classes de atores e instituições políticas; b) ajuste de personagens reais a perfis ideais e expectativas dos públicos; c) administração, gerenciamento e controle da imagem pública (GOMES, 2007, p. 242).

São, por isso, representações do mundo social difundidas pela mídia, que possuem um estatuto diferenciado diante do público, compondo assim o ambiente no qual ocorre a luta política, que é também uma luta por dotar de sentido esse mundo (MIGUEL; BIROLI, 2010). Uma elaboração e imposição da representação do mundo social capaz de obter a adesão do maior número possível de cidadãos que assegura a manutenção do poder político. Para Bourdieu (1997), os jornalistas exercem uma forma raríssima de dominação, visto que detém o poder sobre os meios de se exprimir publicamente, de ser conhecido, de ter acesso à notoriedade pública.

A imagem constitui-se então como uma entidade conceitual construída sobre mecanismos linguísticos discursivos, sendo considerada um dos fenômenos da contemporaneidade na Política, e sustentando-se até mesmo fora do terreno democrático. É, por isso, um complexo de informações, noções e conceitos, partilhada por uma coletividade qualquer, e que a caracterizam, sendo determinada pelo tempo e modo de exposição dos atores políticos na esfera social e pela instância a qual programa a recepção da imagem, ou seja, pela Comunicação e, mais especificamente, pelo Jornalismo (GOMES, 2007). Conceito que vai ao encontro de uma característica importante contida no discurso midiático, o da construção da opinião pública sob a perspectiva do próprio jornal e das próprias pesquisas de opinião (PINTO, 2005).

Alguns autores exemplificam (SCHUDSON *apud* NEVEU, 2010) a função da imagem como recriadora de uma realidade virtual, envolvendo eventos midiáticos, ao mencionar o fato de que o Presidente Reagan foi visto nas telas de TV parabenizando os vencedores das competições durante os Jogos Paraolímpicos de Los Angeles no momento exato em que suas políticas estavam reduzindo os orçamentos de fundos para assistência às pessoas com deficiência.

A fim de desenvolver essa imagem, é necessário implementar princípios estratégicos capazes de definir as mensagens-chave, além de estabelecer prioridades e uma organização estrutural para então trabalhar os formadores de opinião e o público específico. Daí a preocupação, por exemplo, dos governantes, envolvidos durante o caso do projeto da construção do estaleiro no Titanzinho, em mostrar argumentos que convencessem a opinião pública a fim de angariar apoio para a construção de seus respectivos projetos na praia.

Acrescente-se ainda a existência de um vínculo intencional entre a imagem de algo ou alguém e esse algo ou alguém enquanto realidade externa e, por outro lado, a inexistência de homologia entre imagem e coisa imaginada, subsistindo nessa tensão a imagem pública, intermediária que se coloca entre nós e aquilo que queremos conhecer. A imagem também é plástica, ou seja, capaz de ser formada, transformada ou deformada. Para formá-la a indústria da comunicação recorre a sistemas diferentes como a informação e a ficção. Esta última designa narrativas que transcendem a mera representação da realidade, atuando como forma de organizar as ações das pessoas em

função de estratégias culturais em contexto, além de se constituírem em formas de exercício de poder e de hegemonia (MOTTA, 2007).

A lógica ficcional é tão amplamente utilizada na criação de “personagens” e “enredos” que chega a ser classificada como dramaturgia política brasileira (GOMES, 2007). A TV surge nesse contexto como o grande espaço de construção da cultura midiática “fabricando e emitindo” imaginários sociais para recriar os fatos da vida política, utilizando-se de recursos a exemplo da retórica na produção de persuasão por meio de palavras e de argumentos (LIMA *apud* RUBIM, 2004).

Para Gomes (2007), o Jornalismo Político aproxima-se da forma, do enquadramento e do discurso espetacular da narrativa. Por isso, é possível perceber em algumas matérias um enquadramento de conflito como estrutura dramática a fim de permitir a adesão afetiva da audiência aos personagens. Ou seja, determinadas notícias se tornam verdadeiras histórias, com personagens, cenários e um enredo específico.

No Brasil, pode-se notar que a mídia passou a desenvolver um papel estruturante do discurso político, principalmente, utilizando-se da TV, a partir de 1989, durante a redemocratização. Dessa forma, esse meio surge não apenas com a função de mediação social entre discurso político e sociedade, mas também dotado do poder de conferir oferta de sentidos aos espectadores por meio de suas características que privilegiam, por exemplo, informações visuais. Não nos deteremos, no entanto, acerca de especificidades da mídia televisiva.

Pode-se perceber, portanto, que a sociedade prima pela espetacularização da Política e que esse fenômeno tem se tornado mais consistente a partir da emergência dos meios de comunicação na contemporaneidade. Daí o fato de Rubim (2004) apontar que não existe a possibilidade de uma relação direta, não mediada com a sociedade, defendendo que a representação é um dispositivo imprescindível de construção social e que esta só é possível através de mediações, muitas delas realizadas na atualidade pelos meios de comunicação.

Lógica que, para alguns autores (DEBORD *apud* RUBIM, 2004), desvirtua a Política, tornando-a dependente dos processos midiáticos dominados, sobretudo, pelo

campo do entretenimento. Entenda-se por entretenimento a capacidade de capturar a atenção e fixar o desejo de consumir do destinatário. Essa lógica unifica os produtos da indústria do entretenimento e da informação, fazendo com que a Política, que supostamente era construída antes a partir de ideias, surja de outras conformações na atualidade, tais como através das pessoas, ou melhor, de personagens.

Essa tradição de pensamento que considera a espetacularização como despolitização prevaleceu nos estudos sobre espetáculo, Política e Comunicação. Espetáculo cuja acepção usada é em seu sentido cênico, equivalendo ao que dá a ver, que coloca seu apreciador na condição de espectador, separando as pessoas em duas condições: de um lado, os agentes ou atores, representando os homens em ação; do outro os espectadores pacientes que desfrutam da ação apresentada.

Nesse sentido, a Política contemporânea tem sido concebida como verdadeiro show voltado para consumo dos espectadores, em virtude da dependência daquela à esfera da visibilidade pública e aos ditames inerentes à linguagem da indústria cultural, sobretudo, a audiovisual. Dessa forma, a política, pelos jornais e pela TV, incorpora conflitos e falas dramáticas típicos de dramatizações.

As indústrias da cultura se tornaram produtoras e fornecedoras principais da ficção destinada ao consumo cotidiano. Da indústria da informação à comunicação publicitária, os sistemas internos da comunicação de massa, por consequência, especializaram-se na formatação dramática dos conteúdos que produzem e/ou distribuem. Assim, tornou-se um fenômeno normal e cotidiano que o real se apresente sobre a forma do ficcional, o que para alguns chega a significar que há uma crise na separação entre realidade e ficção. (GOMES, 2007, p.310)

Logo, pode-se antever que o sistema de Comunicação (mesmo o informativo) é regido por uma produção controlada de objetos que visa gerar emoções nos receptores, prezando pelo desligamento da realidade e das lógicas cotidianas para alcançar as pessoas e gerar empatia. Existe, por isso, um esforço, por parte desse sistema, de prescindir da realidade, tornando-a fictícia, ficcional, construindo por meio da arte, emoções que a realidade conformaria de outras formas, menos controladas (GOMES,

2007). Para isso é utilizada, por exemplo, a retórica, produção da persuasão através das palavras e dos argumentos, uma das estratégias capazes de construir, agenciar e organizar elementos a fim de prever e solicitar na recepção efeitos específicos que transmitam a mensagem sugerida, sobretudo, as oriundas do cenário político, foco deste estudo.

O sistema de Comunicação segue então uma das lógicas que norteiam o mundo do entretenimento, a da ruptura, com o objetivo de capturar a atenção e oferecer fatos interessantes para a população. A Política contribui nesse cenário por meio de novidades que tragam fatos inéditos, demanda que gerou o fenômeno denominado de denunciismo, ou seja, na ânsia de produzir fatos novos, os meios de comunicação investem contra os sujeitos adversários de determinados partidos ou agremiações políticas.

A prática é parte do funcionamento do escândalo político, ocorrência nascida no âmbito das relações entre Política e Comunicação (THOMPSON *apud* GOMES, 2007). No Brasil, as raízes do denunciismo estão nos anos 1990, entre os episódios do escândalo Collor de Mello, e permeiam a construção das manchetes de diversos noticiários cotidianamente.

As outras lógicas de que a Comunicação se utiliza são a diversão e o drama. A primeira preza pelos aspectos lúdicos da notícia, utilizando inclusive a beleza pessoal dos candidatos para que estes possam usufruir mais vantagens midiáticas. A segunda, por sua vez, é por natureza narrativa e trabalhada pelo mundo da Comunicação como ficção. Essas representações oriundas do Jornalismo ora são controladas pelos produtores da informação que trabalham o drama, através da escolha de recursos de edição e imagem, ora são manipuladas pelos produtores de fatos os quais compõem uma verdadeira encenação organizada pra se transformar em notícia.

Para Gomes (2007), essas estruturas demonstram o quanto existem cada vez menos fatos políticos que acontecem por conta própria, ou seja, independentes de exibição na esfera de visibilidade pública controlada pela comunicação de massa. Dessa relação entre Comunicação e Política, a cultura midiática é quem sai fortalecida. Contudo, é bom destacar que os meios de comunicação não são meros transmissores

dos discursos dos agentes e das informações sobre a realidade. Ou seja, a Comunicação tem ganhado espaço crescente no jogo político atual, mas é regida por uma lógica própria que a distingue do ramo do entretenimento (MIGUEL, 2002). Adiante, esse estudo vai privilegiar uma análise do papel distinto do Jornalismo no universo midiático.

Para estabelecer um diálogo profícuo com a sociedade e constituir uma imagem positiva, cada participante dos meios de comunicação de massa lança mão de diferentes especificidades de seu domínio. Embora não seja foco de análise deste trabalho, vale ressaltar que a Comunicação Publicitária firma-se, nesse contexto, como um eficaz instrumento capaz de divulgar determinado objeto, construindo nas pessoas necessidades de consumi-lo, através de vinculações entre os indivíduos e esse objeto, lançando mão da ruptura e da novidade nessa tarefa. É, pois, um dos instrumentos mais eficazes para a racionalidade do sistema produtivo, na medida em que constrói demandas. Para isso, rompe com determinados padrões na tentativa de distinguir os objetos, tornando-os únicos para cativar os consumidores.

As inserções publicitárias têm considerável importância, configurando a cultura da comunicação de massa, pois jornais impressos menores, por exemplo, necessitam desses investimentos financeiros para sua sobrevivência. Outra área que complementa essa lógica é o sistema informativo, foco de observação adiante.

1.2 A lógica midiática informativa: o Jornalismo no processo da Comunicação

A lógica midiática do sistema informativo se apoia em processos pedagógicos nos processos de informação, mesmo nas notícias cuja base primordial é a atualidade, selecionada tendo em vista sua relevância. Dessa forma, a Comunicação cumpre um papel, não só de transmitir a informação, mas age como um serviço de utilidade pública. Em uma matéria sobre poluição, por exemplo, há a intenção de fazer com que os leitores possam compreender a importância de preservar os recursos naturais. Porém, é preciso conquistar a audiência mediante a informação de boa qualidade para vender ao anunciante a sua atenção. Esse sistema então tem se adaptado ao formato do entretenimento e precisa seguir formatos na elaboração das notícias que atentem para a

necessidade de uma seleção e exposição das informações de forma lúdica, preocupada com a estética.

Assim, o principal critério de decisão sobre o que é notícia avalia a sua capacidade de despertar interesse do público, levando em consideração os critérios empregados pelo ambiente profissional (GOMES, 2007). Daí o fato de os acontecimentos, que envolvem pessoas e fenômenos fora do comum, constituírem material de interesse no sistema informativo. Por isso, os jornalistas devem sua importância no mundo social ao fato de que detêm um monopólio sobre os instrumentos de produção e difusão em grande escala da informação, e, por meio desses instrumentos, sobre o acesso dos simples cidadãos às informações, impondo-se, assim, como mediadores entre o fato e a sociedade (BOURDIEU, 1997).

Pierre Bourdieu (1997) aponta que não há discurso nem ação que não deva se submeter à seleção jornalística antes de ter acesso ao debate público e que essa é uma das razões que fazem com que o Jornalismo exerça sobre os demais campos uma pressão, estruturando-os.

A cultura profissional do Jornalismo também prima pela simplicidade e dinamismo, dispensando aquilo que solicite memória ou referências históricas e culturais dos leitores e que possa dificultar a sua compreensão à primeira vista. Logo, as notícias buscam ser imediatamente compreensíveis, utilizando-se de mais imagens para transmitir as informações. Além disso, muitas notícias optam pela personalização, isto é, pela transformação de pessoas em personagens, recompondo a realidade de forma a produzir efeitos emocionais que envolvam os espectadores e leitores.

Não é, portanto, exagero constatar que a indústria da informação não apenas diz o que deve ser considerado, mas também como e com que prioridade deve-se considerar determinado fato, utilizando como base critérios de noticiabilidade. Compreende-se por noticiabilidade todo e qualquer fator capaz de agir no processo de produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material, relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, sociais e econômicas (SILVA, 2005). Para a política é vital que o

sistema informativo possibilite para a sociedade a percepção da existência e da realidade dos sujeitos políticos, bem como de suas posições no universo político.

Essa relação gera preocupação dos agentes políticos com a sociedade e torna impossível que desconsideremos o papel da esfera civil nesse sistema, a qual assume o papel de audiência para o sistema de Comunicação e de eleitorado para o poder político. Essa esfera é detentora de soberania legítima no sistema democrático e tem direitos salvaguardados, tendo a função, junto ao domínio da Política, de autorizar a tomada de decisões do poder público em cada pleito.

Participação considerada como reduzida a intervenções episódicas durante períodos eleitorais, fazendo com que autores (BOURDIEU *apud* GOMES, 2007) classifiquem a esfera dos mandantes como passiva enquanto a esfera dos mandatários torna-se mais efetiva. O sucesso eleitoral, portanto, depende da capacidade que teria o agente emissor do mundo político de identificar e atender percepções, disposições e opiniões da esfera civil (GOMES, 2007).

Contudo, a interação da sociedade civil nesse sistema pode ser considerada assimétrica, porque a possibilidade que o eleitor comum tem de exercer influência sobre os debates é reduzida e a presença nos noticiários é concentrada em poucos atores com perspectivas específicas (MIGUEL; BIROLI, 2008). A capacidade de produção e difusão de discursos sobre o mundo social, portanto, está concentrada nas mãos de poucos indivíduos e a participação da sociedade somente é mais sensível em momentos eleitorais, através de instrumentos como as pesquisas de opinião e o próprio voto. Mesmo nessas circunstâncias em que a sociedade é convocada a se manifestar, há a exigência de que as pessoas apresentem opiniões políticas legítimas e razoáveis que, por vezes, vão de encontro ao espontaneísmo delas.

Também se torna evidente que na cobertura jornalística são privilegiadas as perspectivas daqueles que detêm posições mais centrais (cultural, social e politicamente), assim como recursos para a produção de discursos “legítimos” (BIROLI, 2010). No entanto, quando forte, a esfera da sociedade civil pode contribuir para a cobrança de uma imprensa livre que atenda aos seus anseios por informações verdadeiras. Afinal, foram valores a exemplo da procura pela verdade, a independência,

a objetividade (resultante da presença de sujeitos com posições opostas em uma matéria) e a noção de serviço ao público que legitimaram a atividade jornalística e ditam os paradigmas dessa prática (TRAQUINA, 2005). Aspecto que será mais explorado no segundo capítulo, dedicado ao Jornalismo Político.

Destaque-se ainda que a importância da sociedade nesse processo transcende os meros limites da recepção, porque as mídias de informação funcionam segundo uma lógica econômica através da qual faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa que fabrica um produto; e uma lógica simbólica que faz com que todo organismo participe da construção da opinião pública (CHARAUDEAU, 2007). É, pois, da relação dialética entre um sujeito de enunciação que dirige mensagens a um indivíduo o qual postula, ao mesmo, tempo a identidade e a diferença; que surge a construção dos sentidos. Definição que se contrapõe às ideias tão alardeadas por Abramo (2003) de que o discurso jornalístico, manipulador, é unicamente responsável pelos significados expressos nos textos e que também será esmiuçada detalhadamente mais à frente nas discussões sobre Jornalismo Político.

O quarto ator que compõe esse jogo intrincado é o poder econômico o qual se responsabiliza pelo financiamento dos sistemas político e da Comunicação, tornando assim a política financeira viável, pois somente com imprensa, propaganda, pesquisas de opinião e dinheiro é possível fazer a política midiática.

Em contato com a Política, o campo dos negócios privados investe um fluxo grande de dinheiro nas campanhas eleitorais, por exemplo. Gomes (2007) aponta que no Brasil, tradicionalmente, são as empreiteiras, os bancos, as concessionárias privadas, as montadoras de automóveis e as operadoras de cartão de crédito as maiores doadoras durante os períodos eleitorais. Nas eleições de 2002 as empreiteiras aparecem nas declarações de gastos de campanha como as instituições que mais participaram do financiamento nas competições eleitorais nos Estados brasileiros (GOMES, 2007). Financiamentos estes que se orientam por interesses ou perspectivas de ganhos por parte das empresas as quais tendem a preferir candidatos com vinculação a grupos empresariais e com maiores chances de vitória.

Quando relacionado ao sistema de Comunicação, o mundo dos negócios atua como anunciante, categoria que garante o funcionamento das empresas de Comunicação e seu lucro. Para Gomes (2007), é percepção comum que nessa relação, a influência das empresas sobre a grande imprensa é muito forte e desconfia-se de sua eficiência, obtendo notas nas redações ou mesmo influenciando em campanhas contra determinado político. Kovach e Rosenstiel (2004) perguntam se essa conglomeração de negócios informativos não ameaça a sobrevivência da imprensa enquanto instituição independente à medida que o Jornalismo se converte em setor subsidiário das grandes corporações voltadas para os negócios.

A compreensão das relações que constituem esses campos distintos, portanto, permitirá dimensionar (considerando evidentemente que esse é apenas um caso representativo) o impacto das notícias estudadas para o universo político local, bem como para a visão que a sociedade tem dos gestores dos poderes municipal de Fortaleza e estadual do Ceará. Tanto é que é dentro do contexto das divergências repercutidas na mídia sobre o Titanzinho no período analisado que houve uma primeira ruptura nas conversações entre governo municipal e estadual, até então conhecidos pela aliança partidária e pelo apoio que um garantia aos projetos do outro.

Por essa razão, fez-se necessário recorrer a autores que discutissem a complexa rede em que estão imersos, principalmente, os campos da Política e da Comunicação, destacando o papel crucial que a sociedade assume na legitimação dessa ligação. Isso, levando ainda em conta o papel do campo econômico, determinante para efetivar os negócios mantidos pelos demais campos.

Afinal, é possível confiar em empresas de informação para defender os interesses sociais, passando por cima dos interesses da própria empresa que representa? A fim de compreender essa questão do Jornalismo, vinculado às empresas e as consequências na cobertura política, o próximo capítulo se deterá sobre o Jornalismo Político.

[CAPÍTULO 2]

Jornalismo Político

Bourdieu (1997) explica que o campo jornalístico age, enquanto campo dominado pelas lógicas comerciais, impondo limitações sobre os demais campos. Através de uma pressão por índices de audiência, o peso da Economia se exerce sobre a televisão, e, através da televisão sobre o Jornalismo e sobre os demais jornais. Essa pressão, por fim, se faz sentir pelos jornalistas que, pouco a pouco, deixam que problemas de televisão se imponham a eles. É, portanto, um campo que vive em uma conjuntura de pressões vindas de forças externas e que impõe essa pressão aos outros campos enquanto estrutura.

Conforme explica Machado e Jacks (2001), a mídia não está fora do mundo que pretende retratar. Ela é imperfeita, complexa e inacabada como ele, e em seu interior se movem sujeitos plenos de pensamentos, ideias e interesses a defender. Mesmo quando estes interesses parecem ser nobres ou ter validade universal, mesmo nesses casos, jornalistas são sujeitos que lutam para conciliar seus critérios éticos e jornalísticos (o seu “*news judgement*”) com as informações que julgam relevantes – e organizadas do ponto de vista que consideram mais adequado.

Daí a necessidade de fazer com que a objetividade e a subjetividade convivam em um mesmo espaço para gerar um pensamento de maior complexidade, não excludente, que aceite o movimento das contradições. Controvérsias que nem sempre são valorizadas, quando observado que a pluralidade de vozes nas matérias em muitos casos não é visível.

Ao reportarmos esse debate para as reportagens sobre campanhas políticas notamos que elas valorizam as negociações, em detrimento das propostas e dos argumentos. Segundo Fallows (1997), as reportagens sobre campanhas políticas, tanto em jornais como em revistas, observam a negociação política como um jogo de xadrez, enfatizando certos argumentos que possibilitarão melhores fotos. Para o autor, não há nada nessas reportagens que ponha algum peso na possibilidade de o candidato realmente acreditar

no que está dizendo e no que defende ao longo de sua campanha e posterior gestão. Papel que contrasta com a importante função que a mídia deve ter de orientar a população, tratando, nesse caso, da questão da cidadania e do engajamento social na vida pública.

Bourdieu (1997) explica que os jornalistas acabam por dar prioridade ao combate sobre o debate, à polêmica sobre a dialética, e a empregar todos os meios para privilegiar o enfrentamento entre os políticos (por meio da questão das coligações, das alianças ou dos conflitos entre as pessoas) em detrimento do confronto entre seus argumentos.

Afinal, como explicitado anteriormente, é a comunicação de massa, também sujeito de interesses sociais, e, às vezes políticos, quem organiza e cifra os materiais que nela circulam segundo lógicas e princípios específicos. Noção que, por vezes, encoraja a sociedade a pensar que o jogo político se sobrepõe às próprias propostas que é o que de fato deveria ser foco das matérias, visto que é o que realmente influi no cotidiano das pessoas.

Fallows (1997) amplia a sua crítica e explica que os jornalistas televisivos, nos Estados Unidos, têm perdido a atenção da audiência ao martelarem na cabeça dos espectadores nos programas de *talk show* que as questões políticas não têm outra importância a não ser como itens para políticos se confrontarem. É, encorajado, portanto, o conceito de que boa parte dos políticos norte-americanos veem assuntos, questões e problemas como simples ferramentas para usar contra seus oponentes, afastando análises que discutam os problemas sociais que, em geral, são tema de interesse da população. Porque cidadãos comuns tendem a fazer questões sobre como a realidade política os afetará, não se detendo em compreender os meandros do jogo político.

Bourdieu (1997) também partilha dessa ideia e comenta que essa atenção exclusiva do campo jornalístico ao “microcosmo” político e aos fatos e aos efeitos que lhe são imputáveis tende a produzir uma ruptura com o ponto de vista do público ou pelo menos de suas frações mais preocupadas com as consequências reais que as tomadas de posições políticas podem ter sobre sua existência e sobre o mundo social.

O fato foi observado durante a campanha presidencial americana de 1992 em que a população também teve espaço para fazer suas questões aos então candidatos. Na comparação com as perguntas elaboradas pelos jornalistas, porém, foi constatado que elas foram totalmente diferentes e que, enquanto as pessoas comuns fizeram questões relacionadas aos efeitos legislativos ou dos programas do governo em suas comunidades ou escolas, os jornalistas se detiveram sobre a disputa entre os candidatos (BOURDIEU, 1997).

Outro aspecto a ser levado em consideração é que alguns pontos relativos ao cenário político não são aprofundados pelos jornalistas, mesmo nos veículos impressos, que historicamente tendem a se debruçar mais sobre diferentes aspectos de um acontecimento, propondo análises mais detalhadas. Questões importantes não são desenvolvidas, portanto, a contento, sendo trivializadas e difundidas antes mesmo de serem mais exploradas pelos produtores de conteúdo.

Fallows (1997) explica que, no contexto americano, por exemplo, muitos acadêmicos se afastaram da arena dos jornais, se fixando em aspectos que não são do interesse de grande parcela da população. Ele defende que essa lacuna tem sido sanada através do papel dos jornalistas, mas que tem havido uma simplificação em muitas das abordagens feitas sobre diversos temas. Embora não possa ser desconsiderado que o tempo reduzido de apuração e redação das matérias seja um dos responsáveis por esse contexto.

Sem falar na descontextualização que, por vezes, pode ser observada nas notícias as quais não buscam trazer aspectos históricos relacionados ao fato ou mesmo uma relação de similaridade entre os fatos a fim de fazer com que as pessoas possam fazer associações que facilitem a compreensão deles (FALLOWS, 1997; BOURDIEU, 1997). Afinal, compreender os problemas econômicos atuais, frutos da crise, que vêm acontecendo na Europa exige que o profissional de Comunicação explique as circunstâncias atuais que geraram a situação, bem como as diferenças e semelhanças dos países que formam o bloco europeu para que as pessoas possam distinguir as razões e especificidades que diferenciam a crise em cada nação.

Esta condição está ligada a uma forma de enquadramento o qual desconsidera fatores sociais mais amplos, como problemas sociais, na cobertura de um fato. (IYENGAR *apud* PORTO, 2004). Isso faz com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos.

Outra questão que vem sendo criticada no Jornalismo atualmente e pode levar a profissão ao descrédito é a lógica do entretenimento de que ele se serve nas suas matérias, indo de encontro aos ideais que alçaram o Jornalismo a exercer um posto de confiança no regime democrático. Para Neveu (2010), o Jornalismo tem que mesclar um olhar sociológico sobre os bastidores do poder, prestando atenção também, sem populismo e com empatia, aos perdedores e desventurados do mundo social a fim de cumprir sua importante função na democracia.

A atividade jornalística, como qualquer profissão, elaborou mitos que dão significados ao seu trabalho e defende que a profissão é nobre, destacando-se, como um dos estruturantes da atividade, a noção de que ela funciona como escudo democrático que serve ao público (LE BOHEC *apud* NEVEU, 2010). Aqui vale lembrar que a atividade jornalística nasceu atrelada aos ideais democráticos.

Kovach e Rosenstiel (2004) atentam para o fato de que, à medida que as sociedades se faziam mais democráticas, utilizavam mais o Jornalismo como forma de se legitimarem e este, portanto, tem enraizado em sua cultura profissional a ideia de que deve servir primeiramente à população, trabalhando em prol do desenvolvimento da noção de cidadania junto à sociedade, através do fornecimento de informações necessárias para o desempenho das responsabilidades cívicas das pessoas. Incumbência que reflete um dos preceitos da atividade jornalística, a relevância social dos conteúdos escolhidos para serem noticiados.

Conforme alguns autores explicam (TRAQUINA, 2005), essa função torna central o conceito de serviço público como parte da identidade profissional da atividade jornalística. Kovach e Rosenstiel (2003) partilham da ideia e apontam que a principal finalidade do Jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernarem.

Assim, com o desenvolvimento gradativo da imprensa, os jornais passaram a atuar como elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governamentais, sendo vistos como meios de exprimir as queixas e injustiças, assegurando liberdade e proteção contra a tirania. Liberdade esta que andou em paralelo com as lutas revolucionárias na Europa durante o século XVIII. O Jornalismo deve fornecer, portanto, um fórum para a crítica pública e a conciliação, alertando o público para temas que estimulem reflexões e julgamentos.

Por essa razão, um dos ditames fundamentais que regem as democracias é o de uma imprensa livre, comprometida com a comunidade e com a liberdade e que inclua em suas narrativas áreas amplas de argumentação que permitam encontrar soluções para os problemas sociais, bem como espaço para a população em seus relatos. Isso demonstra que o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, particularmente o rádio e a televisão, imprimiu um novo ritmo aos processos sociais e políticos (MAGALHÃES *apud* VEIGA, 2001).

Pode-se notar, por outro lado, que os países que querem suprimir a liberdade eliminam primeiro a liberdade da imprensa, pois, sem a proteção do direito de opinião e sem imprensa livre, nada se impõe entre a vontade governamental e o controle das esferas da comunicação de massa através de censuras e retaliações posteriores (GOMES, 2007). Nesse último caso, quaisquer opinião e expressão por parte da sociedade civil e da imprensa devem ser submetidas ao julgo do poder político e mesmo do econômico, principalmente quando ambos se unem em âmbito regional ou local.

Saliente-se que a atividade jornalística (excluindo-se casos extremos em que é controlada pelo poder governamental) não é concebida como mero instrumento a ser utilizado pelo Estado embora tenda a contribuir para a reprodução de definições daqueles que têm acesso privilegiado, como fontes, por exemplo, e conhecem os meandros da atividade a fim de terem acesso a ela.

O compromisso com a população dá significado à independência jornalística e legitima a área como profissão. Essa função da imprensa, ligada aos direitos que permeiam o governo democrático, no entanto, vem sendo posta em xeque por alguns autores (FALLOWS, 1997; BOURDIEU, 1997) que argumentam que a excessiva

preocupação com a audiência vem tornando o Jornalismo um verdadeiro espetáculo, menos preocupado com os ideais democráticos e com um dos sustentáculos da atividade, a relevância pública, do que com o número de espectadores/leitores, em muitos casos.

2.1 Jornalismo-Espetáculo: a busca pela audiência

Para Pierre Bourdieu (1997), a visão des-historicizada, a qual não busca contextualizar os acontecimentos em marcos históricos que o precederam, difundida em muitas das notícias jornalísticas atualmente, encontra sua realização paradigmática na imagem que dão ao mundo as atualidades televisivas (aqui o autor enfatiza o papel da mídia televisiva nesse processo), sucessão de histórias aparentemente absurdas que se assemelham umas com as outras e “somem” da esfera midiática sem conclusão nem explicação, suscitando, no máximo, o interesse humanitário sem recorrer a uma discussão que perpassasse as razões políticas do problema e ofereça condições de resolução deles para a sociedade.

O autor orienta que essa lógica do Jornalismo, motivada pela concorrência, produz uma representação do mundo prenhe de uma filosofia da história como sucessão de desastres sobre os quais não se compreende bem nem se pode fazer nada, não contribuindo para que a população seja sujeito de atos políticos, usufruindo assim de sua cidadania e dos direitos e deveres inerentes à vida de uma nação democrática.

Além da descontextualização, outra questão a ser levantada é a prevalência da lógica do entretenimento, sobretudo no Jornalismo televisivo, que acontece nas coberturas de temas políticos. Dessa forma, os meandros da Política são tratados pelos jornalistas, como já antevia Fallows (1997), seguindo um modelo de espetáculo o qual combina técnicas de apuração jornalísticas com técnicas de redação dignas dos padrões de escrita dos criadores de ficção, enfatizando o conflito como estrutura dramática de forma que o narrador precisa apenas identificar a matéria deste conflito e isolar os antagonistas (GOMES, 2007).

Constitui-se, pois, em um princípio de seleção em que a notícia preza pelo conflito em detrimento da apresentação das causas e consequências que determinado tema terá na vida civil. Esse enquadramento valoriza o jogo político em sentido estrito durante as coberturas de votação no plenário do Congresso, por exemplo, destacando os lucros e prejuízos que determinada proposta ou votação proporcionaria para partidos ou sujeitos políticos, deixando em segundo plano o efeito das propostas para a vida das pessoas.

No Jornalismo Internacional essa tendência em enfatizar o conflito também pode ser observada. Fallows (1997) cita o exemplo da cobertura da ida do então presidente estadunidense Bill Clinton à Rússia em 1995. Na ocasião, ele apresentou um acordo econômico estratégico com a Ucrânia, essencial para que o país europeu cooperasse na política de salvaguarda em relação a suas armas nucleares que herdara do governo soviético, porém a mídia da época preferiu enfatizar outros aspectos e focou a sua cobertura apenas em questões controversas que mostravam a iminência de conflitos entre os Estados Unidos e a Rússia.

Gomes (2007) chega a destacar que o próprio tom declaratório que as notícias vêm assumindo atualmente no Jornalismo nasce de preocupação com os conflitos, tornando-os a base de uma notícia e transformando os agentes políticos em figuras antagônicas ao divulgar supostas adversidades entre eles. Não é intrigante que o Jornalismo seja feito, sobretudo nos cadernos de política, com base não mais em eventos, mas sim de declarações dos agentes do campo político acerca dos programas e acordos dos outros? Forma-se, assim, um campo de batalha em que as propostas e as ações práticas relacionadas à população são, muitas vezes, deixadas em segundo plano.

Isto induziria o campo político a se especializar no artifício de prover materiais chamativos e atraentes para as câmeras da TV (“*visuals*”) ou materiais espetaculares simulados para o consumo televisivo (*media events*), drenando para artificialidade, por consequência, energias que deveria se dedicar à apresentação, sustentação e discussão de questões substantivas da Política (GOMES, 2009).

Essa questão vai ao encontro da proposta deste trabalho de avaliar também até que ponto, no caso do Titanzinho, a questão dos benefícios da obra para a população foi discutida ou se o espaço para a discussão política focada na polêmica foi elemento mais

presente nos textos selecionados para análise, destacando ataques verbais e tornando-os a tônica das notícias avaliadas. É, pois, importante compreender o conceito de Jornalismo-Espetáculo a fim de refletir se nas notícias desse presente estudo os agentes políticos foram transformados em figuras antagônicas, por meio da divulgação de supostas adversidades entre eles, ou se elas realmente propuseram um debate em torno do projeto do estaleiro e suas consequências.

Gomes (2007) vai mais além ao defender que o Jornalismo traz uma situação dramática em que nenhuma das forças políticas em conflito representa o bem e o mal, pois ambos são apresentados como mal-intencionados ao passo que a figura do jornalista, lúcido e perspicaz, usaria a justiça para identificar para o público os enganos a esse processo. Essa opção faz com que o Jornalismo tenha um papel bastante conveniente em meio às disputas políticas, se dissociando da ideia de responsabilidade cívica que deve permear a atividade jornalística cujo dever é intensificar as liberdades democráticas (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). Essa realidade gera um questionamento sobre a análise feita posteriormente: serão as figuras públicas apresentadas nas notícias vistas como mal-intencionadas pela imprensa local?

Sobre isso, Kovach e Rosenstiel (2003) explicam que o Jornalismo se concentra na elite especializada, defendendo determinados interesses, os quais, em parte, são responsáveis pela desilusão pública. Para eles, essa imprensa, preocupada com aspectos táticos, não reflete o mundo onde a maior parte das pessoas vive, visto que o Jornalismo deve atuar como um monitor independente do poder a fim de abrir espaço para a crítica e o compromisso público. A partir disso, eles questionam se essa imprensa é capaz de vigiar os interesses existentes na sociedade.

O Jornalismo-Espetáculo, portanto, surge como uma prática que teme ser entediante, se revelando um universo preocupado em divertir a qualquer preço os espectadores com a finalidade de manter os índices de audiência (BOURDIEU, 1997). Nesse jogo, a Política aparece como um assunto ingrato e difícil de tratar que deve se tornar interessante, passando por uma política de simplificação demagógica que valoriza a polêmica e o enfrentamento entre as pessoas em detrimento do confronto entre argumentos conforme defende Bourdieu (1997).

Nesse ponto, a ideia estudada por Bourdieu, de que a atividade teme perder a audiência ao ser vista como entediante, pode nos ajudar a ter um olhar atento às notícias analisadas posteriormente sobre o Titanzinho. Afinal, essa busca pela manutenção de índices de audiência não pode ser desconsiderada, visto que é uma pressão que a imprensa vivencia no seu cotidiano e influencia no processo de apuração e redação jornalística.

Essa cobertura política propõe uma visão cínica do mundo político, retratado como uma arena entregue às manobras de pessoas sem gestores e candidatos sem convicção, guiados apenas por interesses. Mecanismo que concorre para produzir a despolitização e o desencanto pela Política e vai de encontro aos ideais democráticos do Jornalismo, corroborando para a manutenção de um desengajamento fatalista que contribui para a continuidade da ordem estabelecida (BOURDIEU, 1997).

Nesse jogo do Jornalismo-Espetáculo os personagens políticos são, em geral, negativos, preocupados exclusivamente com o desenrolar dos conflitos políticos. O jornalista se coloca, pois, no dever de revelar para as pessoas, dentre outras questões, a vida privada desses gestores, bem como as contradições que recaem sobre a sua história política, descobrindo as suas inconsistências para construir os personagens e apresentá-los a população como incoerentes, sem caráter, como se não fossem possíveis mudanças de ideia no universo político.

De acordo com Fallows (1997), o resultado dessa cobertura jornalística é negativo não só para o processo democrático, causando instabilidade e desconfiança, mas também para a própria imprensa. Afinal, ela vem sendo vista com certa desconfiança pelos espectadores e corre o risco de perder a credibilidade legitimada através de tantos processos históricos, como a criação dos cursos de Jornalismo, em decorrência de uma busca pela audiência, ou mesmo, por limitações da própria estrutura editorial (falta de tempo para apuração, ausência de infraestrutura adequada na redação dos jornais, número insuficiente de jornalistas) que afetam o trabalho jornalístico.

O resultado “cínico” e “negativo” dessas coberturas é uma das razões principais das críticas do povo à imprensa, de acordo com várias e recentes pesquisas de opinião. Os repórteres sabem que parecem cínicos e sabem que o

público os critica por isso. Mas dizem que a culpa não é deles. Estão simplesmente refletindo o mundo que veem. Dizem que o tom cínico é justificado- e até mesmo solicitado- pelo comportamento demagógico dos políticos sobre os quais escrevem. (FALLOWS, 1997, p. 79)

É necessário que o Jornalismo utilize mais da veracidade, da transparência, através de pontos de vista conflituosos, para esclarecer o jogo de diferentes posições que se estabelece no espaço público em que cada indivíduo é cidadão; em que cada profissão tem relação com as demais a partir de sua especificidade. Função importante para assegurar a convivência no âmbito da segunda natureza humana, a da ética e da cultura, no sentido de estimular a geração de projetos válidos socialmente de defender e manter valores universalizáveis (KARAM *apud* SILVA, 2011). Ou então não estará cumprindo com seu papel de vigilância do poder público, se mantendo independente, em nome do interesse público.

Por isso, alguns autores (BRODER *apud* FALLOWS, 1997) explicam que as coberturas de campanhas eleitorais, por exemplo, deveriam prestar menos atenção às manobras táticas e mais às conexões entre as campanhas e os problemas da nação, nesse caso eles enfatizam o modelo norte-americano. Para Broder, os repórteres precisam cobrir os comerciais de campanhas do ponto de vista dos eleitores e não dos candidatos, deixando de enfatizar apenas os ganhos políticos de cada grupo para contribuir para que a população tenha mais informações dos impactos da implantação de cada proposta para a sociedade e seja assim capaz de se ligar mais intimamente à vida pública de suas comunidades.

Dessa forma, seriam propostos enquadramentos mais favoráveis à análise de propostas voltadas para o social, que possam ir ao encontro dos ideais democráticos. Enquadramentos esses que funcionam como estruturas inseridas nos textos, quando impressos, que salientam determinados aspectos de uma matéria, orientando a compreensão e posterior interpretação de um fato noticiado pela mídia.

2.2 Análise de enquadramentos

Segundo Vimieiro e Maia (2011) a análise de enquadramentos é uma ampla corrente de estudos que tem suas origens geralmente atribuídas a Erving Goffman (1974) e a Kahneman e Tversky (1984), derivada de uma sociologia preocupada em compreender como os indivíduos classificavam e organizavam suas experiências de vida para a elas atribuir sentido – como produziam “esquemas de interpretação” ou “quadros de sentido”. No campo dos estudos da mídia, os enquadramentos começam a ser estudados empiricamente a partir dos anos 1980.

O trabalho pioneiro de Todd Gitlin (1980) investiga a cobertura jornalística relacionada ao *Students for a Democratic Society* (SDS), um tradicional movimento estudantil dos EUA na década de 1960. Alguns autores (GAMSON; MODIGLIANI e GAMSON *apud* PORTO, 2004) também analisam material midiático a partir do conceito de *frame*. Tuchman (1978) inaugura toda uma vertente de análise que vem se adensando e adquirindo maior consistência teórica nas últimas décadas, sobretudo, em áreas de interface como a das relações entre mídia e Política (PORTO *apud* ANTUNES, 2009). Posteriormente, Robert Entman (1993, 2004) também fornece elementos substanciais para a consolidação desta área como um vasto campo de pesquisas sobre debates de temas públicos que ganham expressão midiática.

Robert Entman (1993) defende que o mundo é um verdadeiro caleidoscópio de potenciais realidades, as quais podem ser alteradas e evocadas pelas pessoas de acordo com a forma com que as enquadram e categorizam. Para alguns autores (GAMSON; MODIGLIANI *apud* VIMIEIRO, 2011), os enquadramentos são chaves de sentido que organizam as interpretações coletivas ao associar elementos da realidade social, consistindo em estruturas bastante observadas nos estudos de Jornalismo, corroborando para uma análise de conteúdo presente, sobretudo, no Jornalismo político e, mesmo, de recepção deste conteúdo pela audiência.

Esse conceito, contudo, pode ser aplicado não só aos estudos de opinião pública e comportamento político nas Ciências Sociais, mas também em estudos cognitivos na Psicologia Social e em pesquisas sobre gênero e classe social na Sociologia, pois os *frames* são intrínsecos às pessoas, ou seja, são processos naturais realizados pelas

pessoas na hora de selecionar informações e conhecimentos, por exemplo. No Jornalismo é usado tanto para estudos acerca da cobertura midiática como para análises que privilegiam a audiência em estudos de recepção.

A análise dos enquadramentos, quando aplicada ao Jornalismo, referencia uma ênfase dada a certos aspectos da realidade que promovem uma “orientação estruturada” (HACKETT *apud* QUEVEDO, 2009) fornecida sobre uma notícia, envolvendo uma ideia de mundo (QUEVEDO, 2009). Saliente-se que os *frames* são construídos com base na utilização de metáforas, símbolos, na escolha de palavras e imagens visuais para despertar a atenção dos espectadores para certos aspectos do texto jornalístico, tendendo a ir ao encontro da linha editorial do veículo onde será transmitido, além de respeitar critérios como o tempo de exposição, se for uma matéria televisiva, por exemplo.

No caso das notícias impressas de jornais e revistas, as fotografias escolhidas e manchetes destacam alguns pontos do tema e têm a força de transmitir determinados pontos sobre o tema escolhido, demonstrando pontos de vista do jornalista e do veículo de comunicação.

Não se pretende afirmar que as pessoas terão as mesmas interpretações sobre um tema, pois outros critérios relacionados, por exemplo, à sua formação cultural influenciam em seus olhares, porém as hipóteses sugeridas ao longo de um texto tendem a fazer com que a maioria tenha impressões semelhantes sobre a ideia lançada na narrativa. Afinal, na medida em que contém significados incorporados por sujeitos, sendo por eles subjetificados, essas narrativas provocam efeitos concretos, na forma das pessoas se relacionarem entre si e nas formas como a história toma os seus rumos (PINTO, 2005).

No caso das narrativas políticas, como explicado anteriormente, essa ênfase recai sobre os conflitos e disputas entre políticos e partidos, bem como sobre suas agendas, não trazendo à tona com força aspectos práticos acerca das consequências das propostas e planos de Governo para a população.

De acordo com Robert Entman (1991), as opiniões dominantes é que prevalecem, em geral, nesses textos, pois a escolha das próprias fontes respeita critérios

que levam em conta seu privilégio social com a finalidade de conferir credibilidade às notícias. Por outro lado, as opiniões que contestam ou se opõem a ideias dominantes, ou que simplesmente não estejam nesse espectro de importância, tendem a ser relativizadas ou mesmo desconsideradas pela mídia, fazendo com que a população tenha acesso somente a determinadas visões sobre o fato.

É importante lembrar que os estudos acerca dos enquadramentos surgiram inicialmente no campo da Psicologia Cognitiva, através de trabalhos produzidos por Kahneman e Tverski (1984 e 1986), os quais notaram que variações na forma como as questões são formuladas geram diferentes avaliações nas pessoas.

O estudo comprova que mais do que um conceito teórico criado pela Comunicação, os enquadramentos são inevitáveis, inerentes à cognição humana. Conceção importante para que se compreenda que não só a partir dos enunciadores, mas também dos receptores se faz o discurso. Charaudeau (2006) explica que dessa relação dialética entre um sujeito de enunciação que dirige mensagens a um indivíduo o qual postula, ao mesmo, tempo a identidade e a diferença; que surge a construção dos sentidos. Para autores como Scheufele (1999), há divergências quanto à definição do termo, porque o conceito é utilizado de várias formas, com sentidos diferentes, a fim de denominar objetos distintos.

Este trabalho, porém, utilizará como conceito, a interpretação de Robert Entman (1991) sobre os enquadramentos. Ele explica que enquadrar é selecionar e enfatizar informações em um determinado texto, no jornalismo impresso, ou material audiovisual na realidade da TV e do rádio.

Enquadrar significa selecionar alguns aspectos da realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN *apud* PORTO, 1994, p.294).

Através de uma avaliação dos enquadramentos midiáticos, é possível compreender as imagens formadas pela mídia acerca de cada pessoa, pois eles

organizam o mundo, tanto para os jornalistas, que escrevem, como para a sociedade que lê, promovendo interpretações específicas sobre temas. No Brasil se destacam os estudos que se deparam sobre as pesquisas relativas a eleições presidenciais e na relação entre a mídia e os movimentos sociais como o MST (Movimento dos Trabalhadores Sem Terra), em especial nos telejornais. Sem falar nos estudos comparativos entre o Jornalismo desenvolvido no país e o nos Estados Unidos, que também usa o conceito de enquadramento, através de uma observação da cobertura da eleição presidencial.

São distinguidas pelos pesquisadores (CARVALHO *apud* ANTUNES, 2009) três abordagens gerais para a noção de *frame*. A primeira trata dos enquadramentos como modalidades pelas quais os sujeitos organizam sua cognição do mundo. Assim, as informações fragmentárias que compõem a experiência social são significativamente organizadas a partir de esquemas de interpretação. Uma segunda concepção trata de *frames* como formas ligadas à estruturação do discurso, uma espécie de ideia de fundo que, a partir de determinados elementos postos em destaque, organiza a construção e interpretação dos textos. Por fim, *frame* tem também sido entendido como outra ideia de representações sociais, modelos socioculturais que organizam formas de pensamento sobre o mundo (ANTUNES, 2009).

Nesse sentido, o “enquadramento” deve ser projetado como recurso analítico de uma visão não estática do processo comunicativo, ou seja, os *frames* podem operar em lugares e com papéis distintos: podem pertencer ao universo dos diferentes interlocutores da comunicação (produtor, receptor), situarem-se no âmbito da construção textual ou fundarem-se no elemento mais geral da cultura.

Logo, os enquadramentos podem focalizar aspectos diferentes no decorrer do texto, sendo, por essa razão, alvo de classificações pelos estudiosos do conceito, a exemplo de Porto (2004). Por isso, ao focalizar as posições e propostas dos candidatos nas coberturas jornalísticas, os profissionais de Comunicação se utilizam dos chamados “enquadramentos temáticos”. Já ao apresentar, principalmente, quem está caindo ou subindo nas pesquisas, optando por enfatizar as estratégias dos candidatos para se manter na dianteira ou para subir nas pesquisas, muito comum no período eleitoral, os jornalistas usam o “enquadramento corrida de cavalos”.

Outros autores (IYENGAR *apud* PORTO, 2004) salientam a existência do enquadramento episódico que possui forte foco em eventos e é responsável por fazer com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos, em lugar de considerar fatores sociais mais amplos, como problemas sociais historicamente ignorados. O enquadramento episódico acaba obscurecendo a relação entre estes problemas e a ação, ou falta de ação, dos líderes políticos.

Há ainda o “enquadramento estratégico” o qual chama a atenção da população para as manipulações dos candidatos, mostrados como pessoas preocupadas essencialmente com questões relacionadas ao jogo político, gerando cinismo e desconfiança na sociedade. Tema explorado anteriormente neste trabalho quando mencionado que os jornais dedicam muito tempo a desdobramentos relacionados a manobras táticas dos candidatos, discutindo pouco o impacto das propostas na vida da população. E por fim, o “enquadramento de interesse humano” que focaliza a cobertura em indivíduos. As características dos diversos tipos de enquadramentos serão importantes para a compreensão do estudo proposto nesse trabalho e sua posterior classificação.

Esses enquadramentos estão todos inseridos dentro do grupo dos chamados “enquadramentos noticiosos”, ou seja, *frames* cujo ponto de vista adotado pelo texto noticioso destaca determinados elementos de uma realidade em detrimento de outros, se constituindo em padrões de apresentação de saliência utilizados pelos jornalistas para organizarem seus relatos. São distintos dos “enquadramentos interpretativos” que independem dos jornalistas que os relatam, promovendo uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, por exemplo.

Os jornalistas contribuem para a constituição dessas interpretações, sobretudo, em artigos, editoriais e textos de natureza opinativa onde prevalecem seus olhares e pontos de vista, e em textos noticiosos por meio de fontes e especialistas consultados os quais nem sempre compõem um quadro plural sobre o fato. Os principais responsáveis por elas, no entanto, são figuras como representantes do Governo, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos e associações profissionais, ou seja, atores políticos e sociais externos ao campo midiático (PORTO, 2004). A fim de compreender os

enquadramentos interpretativos de determinados textos, deve-se considerar fatores como as rotinas profissionais e as posições políticas da empresa, aspectos que serão observados e enumerados posteriormente nessa pesquisa.

Ressalte-se que as omissões de informações no texto também são classificadas como formas de enquadrar determinado tema, sendo tão significantes para a interpretação de um assunto como a saliência de outros aspectos, pois o processo de dispor determinada informação acontece após uma escolha, dentre uma variedade grande de alternativas acerca do que é necessário destacar no texto. Dessa forma, podemos concluir que a exclusão de determinada informação em um texto é tão importante quanto a sua inclusão, pois oferece indícios sobre o posicionamento do jornalista ou do veículo de comunicação sobre o tema em questão.

Por isso, acredita-se que o silêncio diz respeito aos enunciadores e no campo jornalístico pode ser mais revelador do que a fala evidente, apresentando intenções e interesses presentes no discurso (MACHADO; JACKS, 2001).

Defende-se também a hipótese de que os enquadramentos oferecidos nos textos nem sempre são escolhidos somente pelo jornalista que redige o texto, porque respeita também a linha editorial do veículo onde o profissional atua e é influenciado pelas fontes ouvidas durante a apuração do conteúdo da matéria. Além disso, a comunicação de massa, na qual se insere o Jornalismo, trabalha com uma imagem a respeito do interlocutor que determina não apenas questões relativas às escolhas temáticas, mas também questões que dizem respeito ao uso da linguagem e à prática discursiva. O jornalista fala tendo como horizonte um leitor de sua fala, refletindo sobre quem é esse leitor, o que ele quer saber e até onde vai o seu interesse (MACHADO; JACKS, 2001).

A compreensão e definição desse conceito serão fundamentais para responder aos questionamentos dessa pesquisa, ajudando a identificar os atores que lutam para dominar o relato noticioso, representado, nesse caso, pelos textos. O problema de pesquisa aqui enfatizado é: como os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* enquadram as gestões do PT e do PSB, mais especificamente, a prefeita Luizianne Lins e o governador Cid Gomes, respectivamente, ao longo da cobertura do caso do Titanzinho?

Há diferenças significativas no modo como os dois jornais enquadram a figura dos dois gestores durante a referida cobertura? É possível observar um olhar favorável para a figura do governador Cid Gomes em detrimento da imagem da prefeita Luizianne Lins ou vice-versa? Que palavras ou expressões são relacionadas aos protagonistas? Essas são as questões que inicialmente devem ser respondidas através da presente pesquisa.

Ao longo da pesquisa proposta nesse trabalho, será observada e analisada, por meio de critérios como foto das matérias e conteúdo das manchetes, qual a relevância que os jornais dão ao tema e as formas como o destacam para o público, além das fontes ouvidas nas narrativas das notícias.

Porto (2004) reitera que os estudos de enquadramento são necessários visto que os *frames* estão ligados ao modo como as pessoas deliberam politicamente, considerando também que as diferentes formas de apresentação sobre um tema podem afetar o processo de formação de preferências políticas e sociais da audiência. Logo, compreender essas ferramentas discursivas é essencial para lançar olhares sobre o texto jornalístico e determinar as mensagens que eles trazem implícitos, principalmente no campo político, foco deste estudo. Antes, porém de se deter sobre isso, será feita uma pequena contextualização sobre a política local no Ceará na época em que os jornais foram analisados, isto é, ao longo do ano de 2010.

[CAPÍTULO 3]

A polêmica instalação do Estaleiro Promar no Titanzinho

Em 2010, a comunidade do Titanzinho, localizada em uma região de baixo IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de Fortaleza, obteve um lugar de destaque nas coberturas midiáticas locais por estar no centro de uma disputa entre as esferas estadual e municipal de poder acerca da implantação ou não de um estaleiro no local. O projeto, denominado de Estaleiro Promar Ceará LTDA, designava a proposta da edificação de um estaleiro dotado de 16 plataformas onde seriam construídos navios de pequeno porte no Ceará e foi concebido pela PJMR Empreendimentos LTDA³ - empresa de participação acionária e gerenciamento de empreendimentos na área de construção naval e offshore que ganhou a licitação para a construção dos oito navios gaseiros licitados pela Transpetro.

Ao apontar a importância do projeto, o governador Cid Gomes (PSB- Partido Socialista Brasileiro) afirmou a importância desse empreendimento para o Estado e defendeu a implantação dessa obra na praia do Titanzinho, no bairro Serviluz, que forma ao lado das áreas do Farol, Estiva, Ponta Mar, Praça São Francisco, e Raízes da Praia, uma das maiores periferias da capital cearense, segundo matéria divulgada no site do portal de notícias da Adital⁴.

Na época, o governador argumentava que mais de 1200 empregos diretos seriam criados e que o local mais adequado no Estado para a instalação da obra seria nessa praia em decorrência de determinadas características geográficas de lá que seriam favoráveis ao projeto, além de não serem encontradas em nenhum outro ponto do litoral.

³ Destaque-se que o grupo PJMR, fundado em 1996, com vasta experiência nas áreas de construção naval, offshore e navegação, participa como acionista de projetos junto às empresas Estaleiro Atlântico Sul, Estaleiro Promar, STX Europe, Quip e Noroil Navegação (<http://www.estaleiroatlanticosul.com.br/eas/pt/quemsomos/apresentacao/>). O grupo pertence atualmente a Waldemiro Arantes Filho, Jorge Vidal Ferraz, Ariovaldo Santana de Rocha e Paulo César Chafic Haddad.

⁴ Informação obtida no site www.adital.com.br/hotsite_ecumenismo/noticia.asp?lang=PT&cod=70381

Porém, a prefeita Luizianne Lins (PT- Partido dos Trabalhadores) questionou a obra ao afirmar que o empreendimento iria de encontro ao plano diretor da cidade e que a orla de Fortaleza teria potencialidades para o turismo que seriam desperdiçadas mediante à implantação do projeto. A gestora requisitou estudo técnico das alternativas de localização do estaleiro Promar Ceará coordenado pelo secretário de Infraestrutura do município, Luciano Feijão, que contou com a participação de técnicos das secretarias municipais de Infraestrutura, Meio Ambiente e Planejamento.

O documento apontou que o litoral de Fortaleza não era o mais adequado para receber o empreendimento, já que os impactos ambientais, sociais e urbanísticos seriam bastante significativos. Verificou também que o estaleiro, o qual deveria possuir, quando implantado, uma área total de 100 hectares ou um milhão de metros quadrados, o equivalente a um quadrilátero formado entre as avenidas Duque de Caxias e Monsenhor Tabosa, Barão do Rio Branco e Dom Manuel, traria fortes impactos caso fosse construído em meio à área urbana.

A gestora municipal também explicou que já havia outro projeto para a valorização da orla do local, o Projeto de Gestão Integrada da Orla Marítima - Projeto Orla. Segundo informações do site da Prefeitura de Fortaleza, o Projeto Orla tem o objetivo de identificar os problemas da orla marítima do município de Fortaleza e estabelecer medidas de planejamento e gestão integradas, estratégicas disciplinadoras de uso e ocupação da orla marítima, diretamente vinculadas a uma abordagem sustentável e participativa, considerando-se os aspectos socioeconômicos, ambientais e patrimoniais, através da articulação entre as três esferas de governo (municipal, estadual e federal) e a sociedade civil a fim de valorizar e garantir o conceito do patrimônio coletivo da orla como bem público.

Segundo o site da Prefeitura⁵, o projeto também deve trabalhar no sentido de garantir a segurança jurídica da posse e melhorar as condições de habitabilidade e de infraestrutura dos moradores destas áreas, optando assim pela requalificação da orla

⁵ Informação obtida no site <http://www.fortaleza.ce.gov.br/semam/projeto-orla>

marítima da capital para valorizar o lazer, o turismo, o patrimônio histórico dessa área da cidade e a educação ambiental.

Em decorrência dessa contradição entre as duas alternativas para a área, o projeto do estaleiro não recebeu a carta de anuência referente à licença urbanística, necessária para instalação do equipamento na área do Titanzinho, e não foi instalada na praia fortalezense. Nesse ponto, é válido esclarecer que o chefe do Executivo Municipal tem a prerrogativa de barrar a concessão de qualquer alvará ou documento que viabilize um empreendimento na cidade.

Ressalte-se que o presidente da PJMR, Paulo Haddad, negociou com Pernambuco a ida do empreendimento do estaleiro e sua posterior implantação e o equipamento está sendo atualmente instalado nesse Estado vizinho.

3.1 Contextualizando a política local: Disputas entre PSB e PT

Ao se candidatar pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB) pela primeira vez nas eleições estaduais para o cargo majoritário de governador do Estado do Ceará, em 2006, Cid Gomes (PSB) contou com o apoio do Partido dos Trabalhadores (PT), partido o qual cedeu para a campanha, inclusive, a imagem do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que chegou a alcançar a maior aceitação popular segundo o Consórcio Ibero-americano de Pesquisa de Mercados e Consultoria.

Cid Gomes foi então eleito no primeiro turno, com 62,38% dos votos pela coligação "Ceará Vota para Crescer", formada pelos partidos PSB (Partido Socialista Brasileiro), PT (Partido dos Trabalhadores), PCdoB (Partido Comunista do Brasil), PMDB (Partido do Movimento Democrático do Brasil), PRB (Partido Republicano Brasileiro), PP (Partido Progressista), PHS (Partido Humanista da Solidariedade), PMN (Partido da Mobilização Nacional) e PV (Partido Verde).

Como prova dessa relação harmoniosa entre PSB e PT no Estado, ainda em 2006, Cid Gomes (PSB) coordenou a campanha de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) para o segundo turno da eleição presidencial, que também foi vitoriosa.

A coligação não foi desfeita após a eleição do candidato Cid Gomes (PSB) e ficou nítido o acordo firmado entre os partidos para apoiarem os projetos um do outro no Ceará. Na época, a responsável máxima pelo Poder Executivo da capital do Estado era a então prefeita Luizianne Lins (PT), eleita como representante máxima do Executivo da capital, em 2004, com 56,21% dos votos (620.174). Ela mostrou então apoio aos projetos do Governo Estadual no âmbito de Fortaleza.

A implantação do estaleiro no Titanzinho, no entanto foi a primeira grande divergência entre os gestores ao revelar um impasse entre os projetos para aquela área da capital, pois, enquanto o Governo defendia a instalação de um estaleiro que beneficiaria a população com a geração de mais de 1200 empregos diretos, a Prefeitura Municipal argumentava que a valorização do turismo e lazer, bem como do patrimônio histórico, por meio do projeto Orla, seria o ideal para a valorização dessa praia. O caso alcançou grande repercussão nos jornais locais os quais buscaram enfatizar, quase cotidianamente, essa cisão nas relações entre os representantes do Estado e da Prefeitura de Fortaleza, questionando se as relações estabelecidas entre os dois partidos, na capital, conseguiriam se manter após o caso ou se a aliança seria desfeita.

3.2 O POVO e *Diário do Nordeste*: breve histórico dos jornais

Criado em 1928 por Demócrito Rocha, o jornal *O POVO* dispõe de uma Carta de Princípios que norteia a linha editorial do periódico, nascida, conforme o documento, de “um compromisso assumido pelos seus Fundadores e que permanece íntegro nos valores, nas crenças e nos propósitos dos que nele trabalham”, segundo o site do jornal⁶. O documento fundamenta seus objetivos e sua missão “no reconhecimento do papel superior da Imprensa, posta a serviço da verdade, na defesa da livre manifestação das ideias, do princípio da divergência e do espírito crítico, como condição da preservação das prerrogativas democráticas da cidadania”.

⁶Informação obtida no site <http://www.opovo.com.br/app/ombudsman/2012/02/07/noticiasombudsman,2779900/carta-de-principios-do-o-povo.shtml>

Dentre os propósitos que guiam o trabalho do jornal, destacam-se a liberdade, a imparcialidade e lealdade, a democracia, a justiça, a ética, a política e ideologia, a regionalidade, cultura e educação, e a modernidade. Ao se pronunciar sobre o termo democracia, a Carta de Princípios aponta que o próprio nome do veículo demonstra essa opção pela defesa das causas populares, “inspiração de todas as formas democráticas de organização e fonte de permanente legitimidade do Poder institucionalizado”.

Quanto ao propósito da Política e Ideologia, o documento deixa claro que o jornal é um veículo de opinião e informação, devendo exercer as duas missões com fidelidade aos fatos e ao seu ideário, quando opinativo. A carta afirma ainda que todo cidadão tem direito a um tratamento imparcial e leal e que o respeito à justiça, “entendida como regra que fixa a base dos interesses comunitários, funciona como elemento mediador entre conflitos que contrapõem o direito de informação às pressões do poder público e econômico”⁷.

A Carta de Princípios de *O POVO* foi elaborada, aprovada e tornada pública em 1989, pelo Conselho Editorial, cujos membros eram na época: Demócrito Rocha Dummar, José Raymundo Costa, Osvaldo Euclides de Araújo, Rachel de Queiroz, Antônio Pádua Campos, Paulo Bonavides, Adísia Sá, Carlos D'Alge, Paulo Elpídio de Menezes Neto e Walfrido Salmito.

Une-se à Carta de Princípios o Código de Ética da Empresa Jornalística *O POVO*, elaborado pelo Conselho Editorial “com a intenção de somar à experiência do passado com os compromissos que o presente impõe como condição e antecipação do futuro”. Nesse documento, o jornal aponta os termos que baseiam seu programa editorial, afirmando ser uma empresa e uma instituição, fato que “confere a *O POVO* papel decisivo na difusão das ideias, na aceleração da economia, na elevação do padrão de cidadania, enfim, em todas as instâncias do interesse coletivo e privado”.

Segundo esse código, o periódico tem a missão de contribuir para a formação de uma consciência crítica da comunidade, estimulando o debate de novas ideias e o

⁷ Informação do site <http://www.opovo.com.br/app/ombudsman/2012/02/07/noticiasombudsman,2779900/carta-de-principios-do-o-povo.shtml>

aprofundamento de antigas questões, além de adotar uma atitude crítica e fiscalizadora dos atos das pessoas, empresas, instituições e poderes públicos.

O jornal *Diário do Nordeste*, por sua vez, é um dos produtos de comunicação do grupo Edson Queiroz, um grupo empresarial detentor de negócios e indústrias em diversos ramos no Ceará. O jornal foi criado em 1981 com sede na Praça da Imprensa. Diferentemente de *O POVO*, ele não se guia por documentos específicos a exemplo de um código ou uma carta de princípios, tendo um conteúdo passível de ser considerado mais difuso se levarmos em critério essa condição. Contudo, informa junto ao seu expediente que tem por missão “Prover informação com independência, imparcialidade e respeito pelos princípios éticos, contribuindo para a formação da cidadania, com sustentabilidade, e sendo um instrumento de defesa dos valores democráticos”.

Além disso, assume como seus valores os seguintes: comprometimento com o negócio; cordialidade, respeito e confiança; credibilidade, entusiasmo; ética; independência; inovação; responsabilidade socioambiental; qualidade e valorização das pessoas. Não foram encontradas explicações mais detalhadas acerca desses pontos e de como se orientam no processo de apuração e redação dos jornalistas que trabalham na empresa.

3.3 Metodologia de Pesquisa e *corpus* empírico

No caso específico da análise do campo da Comunicação, são exigidos mecanismos apropriados para encontrar em dados obtidos por meio de entrevistas, mensagens e documentos em geral, informações que ilustrem, expliquem ou ajudem a revelar os fenômenos investigados a fim de tornar possível a análise do pesquisador (CAPPELLE, 2003). A metodologia utilizada para compreender as especificidades do objeto selecionado é a análise da cobertura jornalística, processo que possibilita a apreensão do acontecimento jornalístico em uma instância localizada entre o trabalho de bastidores da redação e as análises subsequentes do conteúdo temático e do discurso no e sobre o mesmo acontecimento (SILVA; MAIA, 2011).

O processo se aproxima de uma análise de conteúdo ao oscilar entre o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade, resultando na elaboração de indicadores quantitativos e/ou qualitativos que devem levar o pesquisador a uma segunda leitura da Comunicação, envolvendo, portanto, a combinação entre compreensão clínica e compreensão estatística nas análises (CAPPELLE, 2003). Ressalte-se que a análise de conteúdo é um método de estudos largamente utilizado no campo da Comunicação e nas Ciências Humanas e Sociais em investigações de cunho qualitativo primordialmente ao permitir que o pesquisador apreenda as visões sociais de mundo dos sujeitos expostas em um determinado material.

A análise de conteúdo (BARDIN *apud* CAPPELLE, 2003) abrange as iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo de mensagens, com a finalidade de se efetuarem deduções lógicas e justificadas a respeito da origem dessas mensagens (quem as emitiu, em que contexto e/ou quais efeitos se pretende causar por meio delas). Alguns autores acreditam que a grande importância da análise de conteúdo consiste, justamente, em sua tentativa de impor um corte entre as intuições e as hipóteses que encaminham para interpretações mais definitivas, sem, contudo, se afastar das exigências atribuídas a um trabalho científico (MINAYO *apud* CAPPELLE, 2003).

É também um método que visa apreender as relações sociais em alguns espaços de forma apropriada ao problema de pesquisa proposto, sendo uma análise empírica que não segue um modelo exato em todos os casos e que pretende observar significados expressos no material estudado.

Por meio dela será possível perceber os enquadramentos levados a cabo nos textos e estudar a configuração de um acontecimento jornalístico pelas estratégias e técnicas de apuração, composição e disposição para a leitura no caso do Jornalismo Impresso, compondo um quadro que permita a realização de um estudo dos aspectos enfatizados nos textos selecionados neste trabalho. É, pois considerada uma abordagem menos fracionária do Jornalismo como objeto de estudo ao dar relevo à construção do acontecimento jornalístico pelas estratégias e técnicas de apuração e composição visíveis no próprio texto, minimizando a tendência a fazer um esquema fragmentário que separa produção, produto e consumo em categorias estanques (SILVA; MAIA, 2011).

Acrescente-se que o Jornalismo noticioso – gênero supostamente “não contaminado” pela opinião, pela valoração e pela ideologia – define a si mesmo como imparcial e isento. Faz parte de seu jogo discursivo fazer crer que ele se interpõe entre os fatos e o leitor de forma a retratar fielmente a realidade, porém nele há espaço para a subjetividade a qual é inerente ao ser humano (MACHADO; JACKS, 2001). Além disso, mesmo o gênero informativo respeita determinados constrangimentos organizacionais, fruto do sistema empresarial em que a atividade jornalística está inserida.

Afinal, a mídia não está fora do mundo que pretende retratar e em seu interior se movem sujeitos plenos de pensamentos, ideias e interesses a defender, além de os jornalistas serem sujeitos que lutam para conciliar seus critérios éticos e jornalísticos (o seu “*news judgement*”) com as informações que julgam relevantes, organizando-as do ponto de vista que consideram mais adequado.

O método de análise deste trabalho compreende que a significação constitui o próprio contexto de sentido e sugere que sejam observados, a partir do produto publicado, isto é, do texto, os elementos do processo de elaboração do acontecimento como notícia, tornando, dessa forma, a análise menos fragmentária (SILVA; MAIA, 2011). Em um único ponto do circuito escolhido como objeto de trabalho pode-se localizar informações que mostrem onde sugiram os demais, visto que a significação constitui o próprio contexto de sentido nesses textos.

E esse contexto de sentidos pode começar a ser observado logo nas decisões editoriais que deixam suas marcas no produto, ou seja, no próprio acontecimento publicado se levado em conta o universo do Jornalismo Impresso. Por essa razão, observar as fontes de uma notícia, por exemplo, contribui para o entendimento das principais vozes ouvidas no cotidiano de um determinado periódico.

Além de perceber o processo de produção da notícia no texto, pode-se, portanto, investigar e verificar os leitores na produção e a produção na recepção, partindo da hipótese de que no texto jornalístico o processo nem sempre desaparece no produto (SILVA *apud* SILVA; MAIA, 2011). Por meio desse processo é possível perceber o

papel duplo da mídia que apresenta papel decisivo “enquanto suporte, por um lado, da identificação e da exploração dos acontecimentos, por outro, do debate público através do qual as soluções são elaboradas ou experimentadas” (QUÉRÉ *apud* SILVA e MAIA, 2011).

Por essa razão, a análise da cobertura visa reconstituir, por meio de marcas deixadas no produto, o caminho que o jornalista e o veículo de comunicação percorreram na apuração e redação das informações no material noticioso da imprensa, no caso deste estudo, das notícias selecionadas nos dois periódicos escolhidos, contextualizando a situação à sociedade e à história em que se inserem as comunicações. Para Silva e Maia (2011), além das marcas da dimensão organizacional, as dimensões técnico-metodológicas também são perceptíveis no produto, nos aspectos diretamente vinculados às técnicas e às práticas específicas de produção do material informativo.

Ao todo foram observadas no presente estudo 31 matérias no jornal *Diário do Nordeste* e 18 no periódico *O POVO*, selecionadas por estarem inseridas nos três meses que concentraram maior número de notícias durante o ano de 2010 em que se desenrolou a repercussão do caso do estaleiro no Estado. Foram eles: fevereiro, março e abril. Foi considerado, portanto, que a amostra abarcava um número significativo de matérias e que estas demonstram uma pluralidade interessante de fontes e manchetes que possam balizar um estudo.

A fim de elaborar esse trabalho, serão avaliados os seguintes critérios nas matérias selecionadas:

- As fontes que aparecem nas matérias;
- O gênero jornalístico do produto;
- A editoria em que aparece nos jornais;
- A manchete e o subtítulo.

Estes dois últimos, sobretudo, revelam os elementos de conteúdo que os jornalistas e/ou a empresa de comunicação pretendem ressaltar ao longo do texto, pois nos textos jornalísticos é comum que as informações consideradas mais importantes sejam dispostas logo no início dos relatos.

Através desses critérios, pretende-se depreender estratégias de composição das matérias jornalísticas a respeito do tema escolhido e comparar as formas em que esse assunto apareceu em ambos os veículos de comunicação, relacionando aos conceitos anteriormente trabalhados ao longo da pesquisa.

3.4 Análise do caso Titanzinho: enquadramento de conflitos

As matérias selecionadas nos jornais compreendem o período de fevereiro a abril quando a mídia noticiava quase diariamente a questão do suposto conflito que se deu entre a prefeita Luizianne Lins (PT- Partido dos Trabalhadores) e o governador Cid Gomes (PSB- Partido Socialista Brasileiro) no caso da tentativa de construção do estaleiro Promar na praia do Titanzinho. Matérias estas que compreendem o gênero informativo, se diferenciando entre notícias e reportagens. Abaixo se pode observar no gráfico 1 uma comparação entre o número de matérias analisadas nos jornais *O POVO* e *Diário do Nordeste* neste trabalho com a distribuição de matérias por mês.

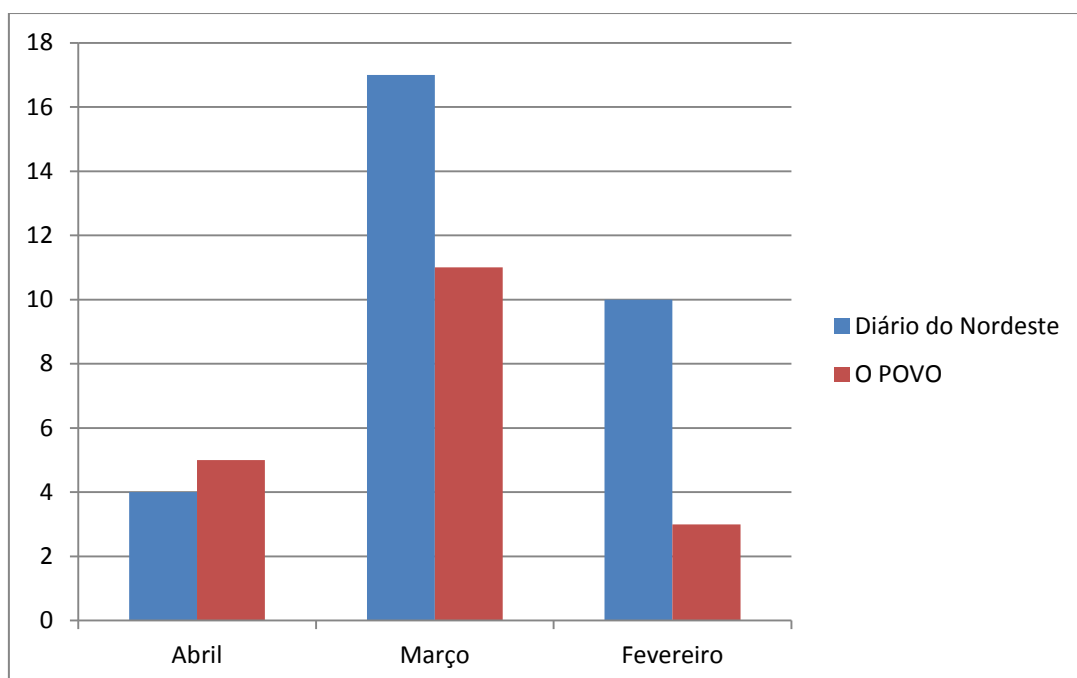


Gráfico 1 representativo do número de matérias analisadas por jornal.

No jornal *O POVO* as matérias ficaram distribuídas da seguinte forma durante o período analisado: 3 das matérias do período analisado estavam em fevereiro, 11 matérias em março e 5 matérias relacionadas ao tema em abril. Dessas, cinco estavam presentes na editoria de Economia, uma na de Cotidiano, que nessa publicação é denominado de Fortaleza, 11 ao longo da editoria de Política e uma na de Esportes. A editoria em que as matérias aparecem já revela um pouco dos aspectos em que a cobertura focou, trazendo a hipótese inicial que os impactos econômicos do estaleiro no Titanzinho foram apresentados em primeiro plano n' *O POVO*.

Um dos destaques na cobertura desse periódico fica por conta das fontes ouvidas. Em 13 matérias, foram ouvidas e citadas as falas de figuras do Poder Público, como parlamentares e a própria prefeita e o governador. Número bem distinto da única matéria em que ficou nítida uma fala de uma pessoa da comunidade, ou seja, de alguém que seria diretamente afetada pela decisão da implantação ou não da obra nesse local. Embora essa observação só corresponda à cobertura de um dos periódicos, já possibilita antever a valorização das falas oficiais em detrimento das demais no discurso jornalístico, sobretudo, nesse caso em que muitas das matérias são veiculadas nos cadernos de Política e Economia.

Para Gomes (2009), o campo midiático se especializa no uso de declarações rápidas de figuras oriundas do Poder Público para apresentar as matérias com maior dinamismo e impacto. O campo político, por sua vez, recorre à apresentação de temas por meio de materiais que contenham algo de espetacular para corresponder a essa demanda. Argumento que vai ao encontro da espetacularização política na imprensa conforme visto no Capítulo dois.

São priorizadas, portanto, as vozes de representantes do poder e muitas dessas vozes surgem da cobertura oficial dos trabalhos dos parlamentares, já que a discussão sobre o projeto do estaleiro foi bastante debatida, durante essa época, pelos vereadores e deputados estaduais e federais. Pode-se citar como exemplo a matéria “Heitor Férrer vai pedir audiência pública para debater projeto do Estaleiro”, divulgada na editoria de Política no dia um de fevereiro, em que é ressaltado o fato de o deputado dar entrada em requerimento solicitando uma audiência pública para debater a polêmica em torno do estaleiro e sua localização.

Destaque também para as falas das assessorias desses representantes os quais também contribuem com informações oficiais relativas aos seus respectivos políticos assessorados. É um exemplo a assessoria da Petrobrás na matéria “Muito barulho e poucas obras”, publicada no dia 19 de março, na editoria de Economia do jornal *O POVO*.

Essa configuração das vozes nas matérias põe em questão um dos pilares do jornal, durante essa cobertura, pois este se compromete a discutir novas ideias em sua Carta de Princípios. É evidente que questionar esse princípio a partir de um estudo específico é algo ousado e passível de críticas quando é analisada a própria configuração das notícias da editoria de Política presentes nos jornais impressos que, em geral, contém elementos de cunho opinativo e declaratório, considerando quase exclusivamente as falas das figuras públicas de notoriedade na sociedade. Além disso, essa não é a proposta do presente trabalho, porém, é inevitável não lançar um olhar acerca dos objetivos desse periódico, à luz da presente cobertura.

Com relação às manchetes, também fica evidente esse foco na questão política do processo, visto que 12 das matérias trazem em seu cerne o posicionamento positivo ou negativo de um político sobre a questão, ou ainda a proposta de um deles para que fosse realizada uma discussão na esfera legislativa ou executiva. Esse número contradiz o fato de esses textos terem aparecido em sua maioria na editoria de Economia do jornal, o que dava inicialmente a entender que os enquadramentos privilegiavam os impactos econômicos do projeto para o Estado. Afinal, as decisões políticas dos gestores do Município e do Estado, bem como as opiniões do Legislativo sobre a questão, foram recorrentes em muitas das matérias estudadas.

São essas manchetes: “Prefeita volta a criticar estaleiro no Titanzinho”, “Ely Aguiar: ficar sem estaleiro é perder pênalti em Copa do mundo”, “Chico Lopes quer estaleiro no Titanzinho”, “Abaixo-assinado a favor de estaleiro no Titanzinho 'merecia até o Oscar', diz Acrísio”, todas publicadas n’*O POVO* e “Estaleiro só se for no Titanzinho, reitera Cid”, “Governistas apontam as vantagens da obra”, “Luizianne diz não ao estaleiro no Titanzinho”, “Titanzinho é único lugar para estaleiro, diz Cid”, “Luizianne critica local do estaleiro”, “Única área para navio de porte”, “Pirambu e Inace são inadequados para

estaleiro” , “Luizianne Lins reafirma oposição ao estaleiro na praia do Titanzinho”, manchetes do *Diário do Nordeste*.

Na matéria “Prefeita volta a criticar estaleiro no Titanzinho”, publicada no dia 16 de abril no caderno de Economia, por exemplo, fica evidente o impasse entre projetos da Prefeitura e do Estado, conforme se percebe no trecho: “A prefeita Luizianne Lins (PT) voltou a manifestar sua oposição à instalação do estaleiro Promar Ceará no Titanzinho, ontem, em entrevista coletiva. E Cid, por meio de sua assessoria, apenas declarou novamente apoio”.

Logo, a observação das manchetes gera outro olhar, revelando uma visão jornalística que se ocupa primeiramente da percepção das figuras públicas sobre as questões que possam ou não beneficiar economicamente o Estado, demonstrando aí inclusive os interesses em xeque advindos das configurações partidárias em locais como a Assembleia Legislativa e a Câmara dos Vereadores de Fortaleza.

São exemplos de manchetes: “Ely Aguiar: ficar sem estaleiro é perder pênalti em Copa do mundo”, veiculada pelo jornal no dia 16 de março, na editoria de Política, e “Cid recebe abaixo-assinado com mais de 10.400 assinaturas a favor do estaleiro”, também da editoria de Política e veiculada no dia nove de março, ambas no jornal *O POVO*, esta última ressaltando o fato de o governador Cid Gomes (PSB) ter recebido um abaixo-assinado em favor da instalação do futuro estaleiro Promar na Praia do Titanzinho, em Fortaleza.

No jornal *Diário do Nordeste*, por sua vez, foi observado um número superior de matérias sobre o tema do estaleiro na praia do Titanzinho. Fato que demonstra a relevância conferida ao assunto pelo periódico e pode indicar, inicialmente, uma visão mais plural na sua cobertura, a qual foi responsável por perfazer o total de 31 matérias sobre a implantação da obra no litoral da cidade. Desses textos, 10 foram publicados no mês de fevereiro; 17 ao longo do mês de março e quatro em abril. São, no total, 22 textos inseridos na editoria *Negócios* deste jornal, que corresponde à editoria de economia desse veículo, e nove textos que pertencem à editoria de Política, divisão que leva à hipótese de que prevalecem as visões acerca do impacto econômico que essa obra poderia levar o Estado a ter.

Nas matérias do *Diário do Nordeste*, além da presença das opiniões de figuras públicas dos poderes Legislativo e Executivo, também temos a visão do Judiciário acerca do projeto, representado pela Organização dos Advogados do Brasil (OAB). São duas matérias em que as manchetes trazem a opinião dessa instituição. Uma delas, veiculada no dia 11 de março, na editoria de Negócios do periódico, afirma que a “OAB-CE prepara relatório sobre o estaleiro”. O jornalista responsável pelo texto escolhe mostrar que integrantes da OAB opinam sobre projeto do Titanzinho, enquanto entidade, e prepara documento com a finalidade de se manifestar técnica e juridicamente sobre o tema, que já envolve discussões técnicas, ambientais e políticas junto a vários segmentos da sociedade.

Demonstra a hipótese o seguinte trecho da matéria que aparece logo no início do texto: “o presidente da Ordem dos Advogados do Brasil, seção Ceará (OAB-CE), Valdetário Andrade Monteiro, manifestou ao *Diário do Nordeste* sua posição pessoal favorável ao empreendimento no Serviluz, diante da oportunidade de geração de empregos e de transformação social e urbana, pelas quais a área poderá passar”. Opinião defendida também pelo presidente da recém-criada comissão de Política Urbana e Direito Urbanístico da OAB-CE, Laércio Noronha Xavier, mas criticada no mesmo texto pelo secretário de Infraestrutura de Fortaleza Luciano Feijão.

Em 13 das manchetes são apresentadas posicionamentos ou definições quanto ao planejamento da obra, advindos do Poder Público, mostrando que na escolha dos títulos ao menos, os repórteres e editores escolheram orientar a leitura para outros vieses, mencionando, por exemplo, a questão do abaixo-assinado organizado pela sociedade civil. A opinião de outras instituições, porém é ressaltada nos títulos desse jornal. Uma delas é a OAB e outra que também tem sua opinião contemplada logo na manchete é a Agência de Desenvolvimento do Ceará (Adece). A manchete “Área é portuária, diz Adece”, do *Diário do Nordeste*, na editoria de Negócios é um exemplo.

Nota-se pelo seguinte trecho da notícia: ‘O presidente da Adece (Agência de Desenvolvimento do Ceará), Antonio Balhmann, acredita que a reunião entre os dois gestores para definir os rumos do estaleiro e do Titanzinho deve acontecer em breve, mas também não soube precisar data. De acordo com Balhmann, os investidores estão

"seguríssimos" sobre implantação do projeto. "Estão interessados. O estaleiro será instrumento transformador numa área deprimida".

Para ele, o debate público em torno do tema está gerando informações sobre os dois projetos: estaleiro e de urbanização. "Os projetos não são excludentes. São complementares". Balhmann reforça que o grande interesse é gerar emprego na comunidade. Segundo o presidente da Adece, a maior parte da população do Serviluz está a favor do estaleiro na região.'

No jornal *O POVO*, por sua vez, exemplifica-se esse caso pela manchete "IAB se posiciona contra estaleiro; moradores do Titanzinho fazem protesto", presente no caderno de Política do periódico, publicada no dia 26 de março. A matéria deixa evidente logo no início o posicionamento da instituição: "O Instituto dos Arquitetos do Brasil, departamento do Ceará, reunido, nesta manhã, no auditório da Faculdade de Arquitetura da UFC (Benfica), divulgou seu posicionamento sobre o projeto do estaleiro Promar. A entidade é contra a localização do empreendimento na praia do Titanzinho (Bairro Serviluz)". Essa matéria, é válido destacar, é uma das poucas em que é apresentada a opinião de uma pessoa que mora na região do Titanzinho, nesse caso a surfista Tita Tavares.

O que prevalece nesse periódico, assim como no *Diário do Nordeste*, porém, são as fontes do poder público e fontes institucionais a exemplo de assessorias e organizações como a própria OAB, em detrimento da população do local que é a que estava sujeita ao maior impacto caso as obras tivessem sido realmente implantadas. No total, são 26 matérias em que são consultadas, e posteriormente divulgadas, falas de pessoas oriundas do Poder Público, demonstrando que a possível pluralidade de vozes no discurso dessas matérias parece ser uma hipótese equivocada. Abaixo, pode-se observar o gráfico 2 onde são representados os tipos de fontes consultados nas matérias analisadas ao longo do estudo, segundo a classificação sugerida pelas autoras Silva e Maia (2011).

Nesse contexto de análise sugerido pelas autoras, as fontes do poder público gozam do status de Estado, sendo ligadas diretamente aos três poderes, ao Ministério Público ou a autarquias. As fontes organizacionais (também denominadas de institucionais) estão relacionadas a empresas privadas, hospitais, associações, ONGs, partidos

políticos, movimentos sociais, sindicatos e fundações envolvidas nos acontecimentos. São, portanto, oriundas de instituições que não estão diretamente ligadas ao Governo. As fontes cidadãs, por sua vez, são pessoas que testemunham os fatos, fornecendo informações ou dando sua opinião na condição de cidadãos afetados pelos acontecimentos.

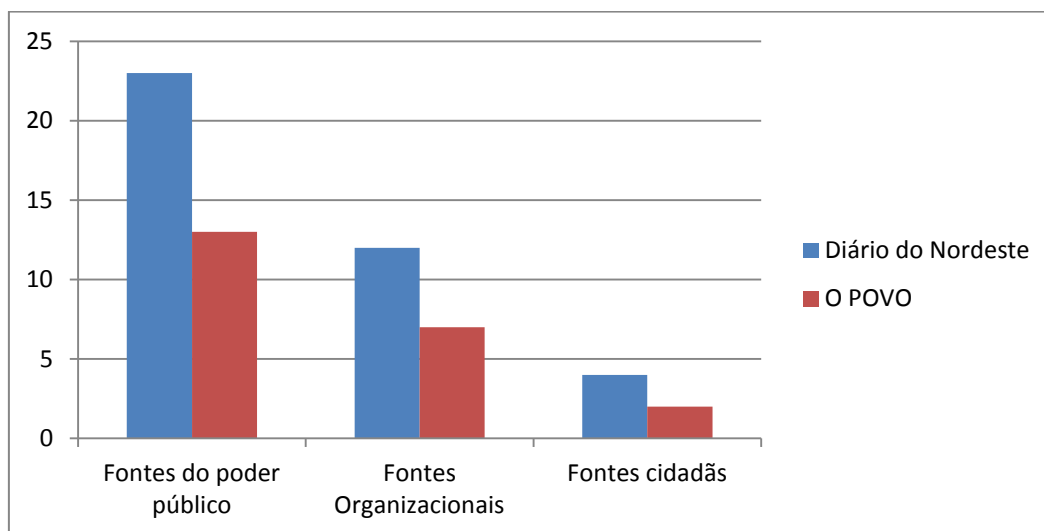


Gráfico 2 representativo das fontes ouvidas em ambos os periódicos

São exemplos de manchetes em que se destacam as vozes do Poder Público: “Titanzinho é único lugar para estaleiro, diz Cid”, veiculada no dia três de fevereiro, no caderno de Política do *Diário do Nordeste*, em que o Governador Cid Gomes esclarece dúvidas sobre projeto do estaleiro e afirma que a obra "ou é lá (na Praia do Titanzinho) ou não será no Ceará". Outra matéria em que há destaque para a voz política é “Luizianne critica local do estaleiro”, veiculada no dia dois de fevereiro, também na editoria de Política, em que a prefeita Luizianne Lins (PT) não escondeu sua insatisfação com as investidas do governador Cid Gomes (PSB) em defesa da construção de um estaleiro em Fortaleza, na Praia do Titanzinho.

Pode-se perceber, portanto, que esse é um elemento comum à cobertura de ambos os jornais. Outra matéria que vai por esse caminho e expõe a visão de um parlamentar federal sobre a possível implantação da obra é “Chico Lopes quer estaleiro no Titanzinho”, publicada em 15 de março, no caderno de Política do jornal *O POVO*, no

qual o deputado federal Chico Lopes (PCdoB) reafirmou ser a favor da construção do estaleiro Promar na praia do Titanzinho.

O espaço nas manchetes para as chamadas fontes cidadãs, no entanto, é reduzido e se manifesta de forma indireta em títulos, a exemplo de “Consulta popular sobre o estaleiro”, exposto em notícia do dia 8 de fevereiro, no caderno de Política do *Diário do Nordeste*, em que o foco é o fato de a Câmara Municipal ter recebido uma proposta de decreto legislativo, da vereadora Eliane Novais, para solicitar a realização de um plebiscito para decidir o assunto do estaleiro.

Outro elemento nítido, em ambos os jornais, são as manchetes que ressaltam a desaprovação da prefeita em relação à obra e o empenho do governador em convencer diversos setores da sociedade de que o seu planejamento e posterior execução trariam benefícios para a região e para todo o Estado, gerando empregos. No *Diário do Nordeste*, por exemplo, temos a seguinte manchete já citada anteriormente, divulgada no dia dois de fevereiro, no caderno de Política, relacionada à opinião da gestora municipal, “Luizianne critica local do estaleiro”.

A visão do governador é contemplada na seguinte manchete também presente no *Diário do Nordeste*, no dia 23 de abril, na editoria de Negócios, “Estaleiro só se for no Titanzinho, reitera Cid” em que governador descarta a possibilidade de que a obra seja implantada em outro lugar que não no Titanzinho e confirma nova reunião para discutir o projeto. As manchetes contribuem, dessa forma, para imprimir ao governador a imagem de um gestor preocupado em pensar e implantar projetos que efetivem melhorias na infraestrutura da cidade, garantindo empregos à população, em detrimento da imagem pública da prefeita que, segundo as manchetes, parece barrar uma obra essencial para Fortaleza.

Outras manchetes preferem destacar as divergências entre o governador e a prefeita sobre a necessidade da implementação do projeto no litoral de Fortaleza, mostrando um conflito entre as lideranças municipal e estadual acerca do projeto e seu impacto. São 14 manchetes, quando somados os dois jornais, em que prevalecem o teor de conflito entre os representantes das esferas estadual e municipal ou que põem lado a lado seus argumentos distintos ou ainda expõem suas opiniões, contrárias, individualmente.

Na matéria “Luizianne diz não ao estaleiro no Titanzinho”, por exemplo, a prefeita reafirma que é contra a instalação do estaleiro e explica que pode usar de sua prerrogativa como gestora municipal para barrar o projeto conforme é explicitado logo no início da matéria: ‘A prefeita de Fortaleza Luizianne Lins pôs ontem, um ponto final na discussão em torno da possibilidade de instalação do Estaleiro Promar Ceará, na Praia do Titanzinho, no bairro do Serviluz. "Nós somos contra a instalação do estaleiro na Praia do Titanzinho", reiterou a prefeita, seguidamente, por duas vezes, após solenidade de assinatura de convênios com o Ministério do Turismo (Mtur), para melhoria da infraestrutura de alguns pontos turísticos da Capital cearense’.

A prefeita também menciona o projeto orla, criado com a finalidade de revitalizar essa parte da orla da cidade. A matéria foi publicada no *Diário do Nordeste*, no dia quatro de março, no caderno de negócios. Abaixo, segue imagem com projeto Aldeia da Praia, parte integrante do projeto Orla da Prefeitura.



Imagem 1 representativa do projeto Orla da Prefeitura. Crédito: Diário do Nordeste

Em outra matéria, n’*O POVO*, fica clara essa tentativa de discutir a questão: “Cid e Luizianne adiam discussão sobre o estaleiro”. A manchete foi apresentada em cinco de abril, no caderno de Política do periódico, e transmite aos leitores essa ideia de conflito entre os representantes, que até a ocasião ainda não haviam conversado diretamente e avaliado a proposta do empreendimento. Dessa forma, as manchetes incitavam o pensamento de que havia dois projetos distintos e que somente um deveria ser escolhido

para a praia do Titanzinho, usando, porém, bem poucos estudos ambientais nas argumentações sobre a viabilidade de ambas as propostas. Ressalte-se que o projeto Orla da Prefeitura, comprometido com a revitalização da orla da capital, não foi valorizado na cobertura e foi explicitado em poucas matérias.

Essa manchete também representa outro foco que se mostra em muitos dos textos, a realização ou adiamento de discussões a fim de apresentar o projeto de construção do estaleiro para os políticos e para a sociedade. Evidencia-se no título uma tentativa de explicar os motivos favoráveis ou contrários à edificação do empreendimento na orla da capital, se constituindo em uma verdadeira tentativa do Jornalismo local de narrar todos os passos da polêmica que acontecia na época até chegar à sua conclusão que hoje, sabe-se, não favoreceu a edificação da obra.

Uma das manchetes que exemplificam essa proposta de realizar uma discussão sobre o tema, por meio de reuniões ou palestras que observassem as qualidades positivas ou negativas do projeto, foi a seguinte, publicada também n' *O POVO*, no dia três de abril, na editoria de Esportes: “Cid e Luizianne se reúnem nesta segunda” a qual expõe que, para superar a indefinição do projeto, uma reunião entre governador e prefeita seria realizada para pôr fim à polêmica. O texto cita que a comunidade foi ouvida e estava dividida quanto à realização ou não da obra na região.

Esses títulos, no entanto, transcendem as discussões feitas apenas pelos representantes do Poder Público ao apontar que a sociedade civil também estava atenta ao desenrolar dos fatos e se manifestou através de um abaixo-assinado na época. Isso fica evidente na manchete “Cid recebe abaixo-assinado com mais de 10.400 assinaturas a favor do estaleiro”, no jornal *O POVO*, no caderno de Política, publicada em nove de março, cujo enquadramento é o documento que o governador Cid Gomes (PSB) recebeu nesse dia, na Residência Oficial.

Documento que era um abaixo-assinado em favor da instalação do futuro estaleiro Promar na Praia do Titanzinho, em Fortaleza. O abaixo-assinado demonstrou o apoio de parte da sociedade que é essencial para que o Poder Público firme sua legitimidade para atuar na constituição de projetos como o do estaleiro. Somando-se as matérias dos dois jornais, foram contabilizadas 15 manchetes que fazem menção à realização ou ao adiamento de reuniões, consultas populares, debates e audiências públicas a fim de

apresentar, à sociedade civil e aos representantes políticos, o projeto e os impactos que este traria para a cidade e o Estado.

Isto é, os dois jornais deram mais notoriedade às opiniões das figuras públicas sobre o caso, fato que acaba direcionando o olhar da população também para estas visões de mundo se for considerado que os enquadramentos funcionam como chaves de sentido que organizam as interpretações coletivas. Esse fato corrobora a opinião de Entman (1991) de que as opiniões dominantes é que prevalecem, em geral, nesses textos, pois a escolha das próprias fontes respeita critérios que levam em conta seu privilégio social com o intuito de conferir credibilidade às notícias.

Os conflitos ficam evidentes na enunciação de argumentos contrastantes nas manchetes. Embora seja só a opinião de um dos gestores que apareça nesses títulos, quando colocadas quase diariamente nos periódicos, as manchetes transmitem o tom de que as visões são contrastantes e que as relações estabelecidas entre os poderes estadual e municipal, durante a candidatura do governador Cid Gomes ao governo do Estado do Ceará, são instáveis e passíveis de serem desfeitas.

O foco se torna, portanto, a divergência de opiniões, não só dos gestores, mas também da sociedade e de fontes do poder público e de outras instituições quanto à necessidade ou não do projeto naquela região específica de Fortaleza. Foco este que não contribui para o fortalecimento da cidadania para a sociedade, um dos papéis que a atividade jornalística enseja. Dessa forma, as notícias encerram uma noção limitada do caso e fazem com que as pessoas tenham acesso a opiniões semelhantes e tendam a assentir a uma dessas opiniões, pois os enquadramentos influenciam na forma como a população entende um fato.

Isso lembra a existência de enquadramentos episódicos os quais possuem forte foco em eventos e são responsáveis por fazer com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos, assim como os enquadramentos de corrida de cavalo, os quais focalizam seu olhar sob o conflito, sendo, por isso, comuns nas notícias de pesquisas eleitorais.

Outro ponto também abordado nas matérias foram estudos realizados a fim de averiguar se a área do Titanzinho seria a mais apropriada para a construção do estaleiro, porém, foram poucas as matérias que se detiveram sobre os estudos ambientais nas argumentações sobre a viabilidade de ambas as propostas. Ressalte-se que o projeto Orla, concebido pela Prefeitura, de implantar uma revitalização da orla da capital não foi valorizado na cobertura, sendo explicitado em poucas matérias.

Também esteve em pauta a realização de uma visita feita por deputados às instalações de um projeto semelhante em Pernambuco, desenvolvido pela mesma empresa que construiria o projeto Promar do Titanzinho. Abaixo seguem as imagens 2 e 3 do projeto do estaleiro caso fosse implantado na região do Titanzinho e que oferecem uma dimensão do impacto da obra.



Imagem 2: Projeto do estaleiro caso fosse implantado. Créditos: Diário do Nordeste



Imagem 3: Detalhes do projeto do estaleiro. Créditos: Diário do Nordeste.

Dessa forma, fica claro que a cobertura privilegia algumas formas de enquadramento, como o episódico (IYENGAR *apud* PORTO, 2004), ao orientar o olhar dos leitores para o conflito entre as gestões da Prefeitura e do Governo, em detrimento de uma análise mais profunda dos problemas da orla fortalezense, por exemplo. Nem mesmo especialistas são ouvidos na maior parte das matérias estudadas.

Além disso, não existem muitos espaços para a população da área do Titanzinho expressar sua opinião sobre o projeto, já que as opiniões de parlamentares e figuras públicas é que foram priorizadas nos textos. Essa participação das autoridades, como fonte predominante nos textos estudados, remete ao pensamento de Biroli e Miguel (2010), os quais defendem que os participantes diretos do universo político disputam a manutenção de sua imagem perante a sociedade. Logo, são conscientes de que, por meio da elaboração e imposição de sua representação do mundo social nos espaços midiáticos, são capazes de obter a adesão do maior número possível de cidadãos. Cidadãos estes que se encontram reduzidos ao estatuto de “consumidores” dos jornais conforme argumenta Bourdieu (1998).

Pode-se notar, além disso, uma descontextualização nas matérias em relação à história da área do Titanzinho, onde o projeto deveria ficar, porque esse ponto não foi visto em nenhum dos textos dos dois jornais. Descontextualização vista antes por Fallows (1997) e Bourdieu (1997), como sendo uma situação que desprivilegia o contato dos receptores com aspectos mais amplos dos temas apurados e noticiados pela imprensa, dificultando a pluralidade de visões sobre o tema. Não há, portanto, a busca de uma aproximação com a comunidade do local para transmitir à sociedade a sua visão, questão que é gerada pela própria organização empresarial em que os jornalistas se inserem, bem como as exigências de tempo e os recursos que dispõem para a apuração e produção dos textos.

Isso gera um questionamento sobre a atuação do Jornalismo local como instrumento independente, compromissado, sobretudo, com questões públicas que esclareçam a sociedade sobre seus direitos, promovendo a cidadania (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). Evidentemente, esse é só um dos tantos recortes que podem ser feitos a fim de

estudar a atuação da mídia em Fortaleza e não é tarefa deste trabalho traçar um perfil mais amplo sobre o perfil da imprensa local.

4. Considerações finais

A comunidade do Titanzinho, situada em uma região pobre de Fortaleza, obteve um lugar de destaque nas coberturas midiáticas da cidade, durante o ano de 2010, por estar no centro de uma disputa entre as esferas estadual e municipal de poder acerca da implantação ou não de um estaleiro no local. Na ocasião, o governador Cid Gomes (PSB - Partido Socialista Brasileiro) afirmou a importância desse empreendimento para o Estado e defendeu a implantação desta obra na orla fortalezense, na praia do Titanzinho, no bairro Serviluz. Ele argumentou, na ocasião, que mais de 1200 empregos diretos seriam criados e que o local mais adequado no Estado para a instalação da obra seria nessa praia.

Porém, a então prefeita de Fortaleza, Luizianne Lins (PT – Partido dos Trabalhadores) questionou a obra ao explicar que já havia outro projeto para a valorização da orla do local, o projeto Orla. A licença, essencial para a construção do empreendimento em Fortaleza, não foi concedida pela Prefeitura e a obra não foi instalada na praia.

Essa disputa revelou as tensões e relações entre três campos distintos: a comunicação, a política e a economia. Entender as características desses campos se mostrou fundamental para perceber como a imprensa enquadrava a questão do projeto do estaleiro no Titanzinho. Nesses campos os agentes se distribuem da seguinte forma: segundo o volume global do capital que possuem e de acordo com a composição de seu capital social, ou seja, conforme o peso das diferentes espécies no conjunto das suas posses (BOURDIEU, 1998). Cada um é responsável por recursos que interessam diretamente aos demais campos. Isso promove as interlocuções entre eles, os quais têm o interesse de satisfazer as suas demandas, concedendo o mínimo de recursos que lhes sejam próprios.

Além disso, observou-se que a imagem do poder público, bem como a forma como este é percebido pela sociedade, é essencial para que este se mantenha no poder, pois Gomes (2007) chega a afirmar que nunca a sociedade política e a sociedade civil

necessitaram tanto da comunicação de massa a fim de fazerem funcionar o jogo político, visto que a sociedade onde se instauraram os meios de comunicação e a forma de produção capitalista vive sob o postulado de uma “cultura midiática”.

A própria estruturação do campo jornalístico, fruto de diversas negociações entre as esferas política e econômica, faz com que este tenda a legitimar o *status quo* de determinadas instituições, a exemplo do governo e das autoridades já estabelecidas (TUCHMAN e SCHUDSON *apud* TRAQUINA, 2005). E corrobora essa ideia o fato de a editoria de política receber reconhecidamente importância no espaço dos noticiários.

A partir da observação de 18 matérias selecionadas no jornal *O POVO* e 31 no periódico *Diário do Nordeste* foi possível refletir sobre a noção de enquadramento nos textos jornalísticos publicados durante três meses em jornais impressos sobre a polêmica tentativa do governo estadual de implantação do estaleiro em uma das praias da capital, a do Titanzinho, percebendo inicialmente as fontes levadas em consideração no discurso jornalístico. Esses enquadramentos determinam os aspectos a serem salientados na cobertura de cada periódico, bem como as manchetes dessas matérias, fazendo com que o público tenda a perceber esse tema sob algumas perspectivas específicas.

Um dos aspectos que alteram a percepção das pessoas em um texto noticioso, por exemplo, são as fontes ouvidas no relato. Nesse estudo, são elas prioritariamente oriundas dos setores políticos, sendo representantes dos poderes municipal, estadual e federal. Os moradores do entorno e a população de Fortaleza, todos detentores de interesses sobre a questão, visto que poderiam ser beneficiados ou prejudicados diretamente pelo projeto, contudo, ficaram em segundo plano como fontes constituindo-se como vozes as quais foram apresentadas somente em pequenos espaços nos relatos noticiosos.

Isso não contribui para a pluralidade de vozes e percepções que a atividade jornalística deveria manter em seus relatos no momento de reconstruir os fatos, mostrando suas múltiplas facetas, visto que acaba direcionando o olhar da população também para estas visões de mundo se for considerado que os enquadramentos funcionam como chaves de sentido que organizam as interpretações coletivas. Além de

não facilitar o uso do espaço midiático para que os cidadãos falem de seus problemas em locais não tradicionais da política, contribuindo para democratizar os discursos políticos em outras esferas.

A conclusão, portanto, vai ao encontro da ideia de Robert Entman (1991), que argumenta que as opiniões dominantes é que prevalecem, em geral, nesses textos, pois a escolha das próprias fontes respeita critérios que levam em conta seu privilégio social a fim de conferir credibilidade às notícias. Essa escolha acaba direcionando o olhar da população também para estas visões de mundo se for considerado que os enquadramentos funcionam como chaves de sentido que organizam as interpretações coletivas, apesar de ser um processo espontâneo feito pelas pessoas e respeitar critérios como as crenças e o nível cultura delas.

Outro aspecto que se sobressaiu na pesquisa foi a presença de manchetes que destacam a divergência de ideias entre a prefeita Luizianne Lins (PT) e o governador do Estado Cid Gomes (PSB) sobre a implantação da obra. Embora nem sempre as opiniões contrastantes apareçam juntas em uma mesma manchete, a disposição de uma opinião da prefeita em um dia, seguida da opinião diferente a qual enfatizava outro projeto, desta vez, do governador no dia seguinte, no periódico, transmite aos leitores a noção de controvérsia quanto à edificação do projeto.

As manchetes contribuem, dessa forma, para imprimir ao governador a imagem de um gestor preocupado em pensar e implantar projetos que efetivassem melhorias na infraestrutura da cidade, garantindo empregos à população, em detrimento da imagem pública da prefeita que, segundo as manchetes, parece barrar uma obra essencial para Fortaleza sem dar garantias de que realmente poderia garantir a concretização de seu projeto de revitalizar a orla da capital. Questão que adquire importância quando avaliado, como anteriormente, que a imagem é determinada pelo tempo e modo de exposição dos atores políticos na esfera social e pela instância a qual programa a recepção da imagem, ou seja, pela comunicação e, mais especificamente, pelo Jornalismo (GOMES, 2007).

Essa divergência, contudo, transcende as figuras da prefeita e do governador, trazendo a figura de parlamentares, de representantes de outras instituições e membros

da sociedade que também mostravam opiniões diversas sobre o projeto e sua importância para essa área, transmitindo a ideia de conflito como centro das matérias que discutem o projeto do estaleiro, retomando o conceito de enquadramentos de corrida de cavalo os quais focalizam seu olhar sob o conflito, sendo, por isso, comuns nas notícias de pesquisas eleitorais.

Além disso, as manchetes incitavam o pensamento de que havia dois projetos distintos e que somente um deveria ser escolhido para a praia do Titanzinho, usando, porém, bem poucos estudos ambientais nas argumentações sobre a viabilidade de ambas as propostas. Ressalte-se que o projeto Orla da prefeitura de implantar e revitalizar a orla da capital não foi valorizado na cobertura e foi explicitado em poucas matérias. Atitude que contrasta com o papel da mídia de informar a população e promover, dessa forma, a cidadania.

Além de sugerir que a aliança entre o PT e o PSB, feita durante a candidatura do governador Cid Gomes, pudesse ser rompida, em decorrência do conflito, em Fortaleza. Essa controvérsia não se restringe à opinião dos dois representantes do Executivo, visto que parlamentares e representantes de outras organizações a exemplo da OAB também expõem suas opiniões contra ou a favor do projeto nas manchetes.

Fato que também permite notar o tom declaratório presente nas notícias e reportagens expostas, sobretudo, na editoria de política dos periódicos. São, dessa forma, as declarações, por vezes antagônicas, que versam sobre o projeto e seus benefícios e malefícios para a sociedade, que se sobrepõem aos fatos no decorrer desse caso analisado.

Questão que fora problematizada por Gomes (2007) o qual chega a destacar que o próprio tom declaratório que as notícias vêm assumindo atualmente no jornalismo nasce desse jornalismo preocupado com os conflitos, tornando o conflito a base de uma notícia e transformando os agentes políticos em figuras antagônicas ao divulgar supostas adversidades entre eles. Forma-se, assim, um campo de batalha em que as propostas e as ações práticas relacionadas à população são, muitas vezes, deixadas em segundo plano.

O tom declaratório cede espaço para a tentativa de manifestar a importância de uma discussão sobre o tema em matérias que ressaltam logo na manchete a realização de reuniões, de um abaixo-assinado, de consultas populares, debates e audiências públicas com a finalidade de chegar a um consenso acerca do projeto e suas implicações para a população do Estado. Entretanto, mesmo nessas matérias, é a opinião dos representantes do Legislativo e do Executivo que predomina. Há também matérias que expõem o olhar de outras instituições sobre a obra, como é o caso da Adece e da OAB, esta última representante do Judiciário.

Dessa forma, o trabalho contribui para uma reflexão sobre o papel da mídia na consolidação da cidadania por meio de informações que façam com que as pessoas tenham acesso às decisões que permeiam o campo da política e que afetam, através das políticas públicas implementadas, toda a sociedade. E questiona se esse papel é efetivamente cumprido em alguns casos ao notar que em alguns deles não são oferecidas às pessoas uma multiplicidade de informações e de visões que possam esclarecer uma política pública, servindo de base para que a sociedade forme sua opinião.

A valorização do conflito, nesse estudo, é exemplo de um caminho escolhido pela imprensa que não fornece uma gama suficiente de informações para que a sociedade se posicione sobre o projeto, além de valorizar as vozes de pessoas do poder público em detrimento de outras fontes que poderiam ser ouvidas e ter até mesmo informações mais importantes sobre o caso, como especialistas na área. Isso denota o quanto as relações com o campo da política são intrincadas com o Jornalismo o qual orienta sua atividade com base nessa ligação.

Dessa forma, prevalece o tom declaratório de figuras públicas nas notícias analisadas, demonstrando que a escolha das próprias fontes respeita critérios que levam em conta seu privilégio social a fim de conferir credibilidade ao universo noticioso. Realidade esta bastante nítida na editoria de Economia e, sobretudo, na de Política dos periódicos consultados e que colabora para a ambivalência de opiniões sobre um tema, deixando a pluralidade em segundo plano.

A escolha das fontes revela ainda que, mesmo o gênero informativo, respeita determinados constrangimentos organizacionais, fruto do sistema empresarial em que a atividade jornalística está inserida. A objetividade que legitima a atividade jornalística historicamente, portanto, não existe plenamente, pois a própria escolha das fontes respeita critérios fluidos como a empresa em que o profissional trabalha ou mesmo os valores ideológicos do jornalista. Logo, essa é outra reflexão que surge no desenvolvimento deste estudo, os limites da isenção no processo de apuração e redação jornalística. Afinal, jornalistas são sujeitos que lutam para conciliar seus critérios éticos e jornalísticos (o seu “news judgement”) com as informações que julgam relevantes.

Este estudo, portanto, teve o intuito principal de promover uma discussão sobre como a atividade jornalística se constitui em um universo em que as relações com outros campos, a exemplo do econômico e do político, se fazem necessárias e são construídas cotidianamente com base nos recursos que cada campo pode oferecer aos demais e exige destes. Entende-se assim que o Jornalismo estabelece critérios para se legitimar e explicar suas escolhas de forma ética perante a sociedade, mas que na prática recorre a processos nem sempre tão claros para apurar e redigir suas notícias.

ANEXOS

Matérias analisadas

Jornal O POVO

1.Heitor Férrer vai pedir audiência pública para debater projeto do Estaleiro

Editoria: Política
01/02/2010

2. Governo diz que escutará moradores

Editoria: Economia
23/02/2010

3.Governo do Estado pede cessão do Titanzinho à União

Editoria: Fortaleza
25/02/2010

4.Câmara Municipal debaterá projeto do estaleiro

Editoria: Política
01/03/2010

5.Estaleiro: adiada reunião para entrega de abaixo-assinado de moradores do Titanzinho

Editoria: Política
05/03/2010

6.Carlomano sugere consulta popular sobre o estaleiro

Editoria: Política
05/03/2010

7.Cid recebe abaixo-assinado com mais de 10.400 assinaturas a favor do estaleiro

Editoria: Política
09/03/2010

8.Abaixo-assinado a favor de estaleiro no Titanzinho 'merecia até o Oscar', diz Acrísio

Editoria: Política
10/03/2010

9. Seman quer acesso a estudo da OAB sobre estaleiro

Editoria: Política
11/03/2010

10. Comissão de vereadores e deputados visita estaleiro pernambucano

Editoria: Política
15/03/2010

11. Chico Lopes quer estaleiro no Titanzinho

Editoria: Política
15/03/2010

12. Ely Aguiar: ficar sem estaleiro é perder pênalti em Copa do mundo

Editoria: Política
16/03/2010

13. Muito barulho e poucas obras

Editoria: Economia
19/03/2010

14. IAB se posiciona contra estaleiro; moradores do Titanzinho fazem protesto

Editoria: Política
26/03/2010

15. Cid e Luizianne se reúnem nesta segunda

Editoria: Esportes
03/04/2010

16. Cid e Luizianne adiam discussão sobre o estaleiro

Editoria: Política
05/04/2010

17. Prefeita volta a criticar estaleiro no Titanzinho

Editoria: Economia
16/04/2010

18. Nova reunião ainda sem data definida

Editoria: Economia
19/04/2010

19.Cid Gomes e Haddad se reúnem com secretários

Economia- 26/04/2010

Jornal Diário do Nordeste

1.Luizianne Lins reafirma oposição ao estaleiro na praia do Titanzinho

01/02/2010

2.Luizianne critica local do estaleiro

Editoria: Política

02.02.2010

3. Titanzinho é único lugar para estaleiro, diz Cid

Editoria: Política

03.02.2010

4.Recomendações diretas ao Ibama

Editoria: Política

4/2/2010

5.Única área para navio de porte

Editoria: Negócios

5/2/2010

6.Consulta popular sobre o estaleiro

Editoria: Política

8/2/2010

7.Debate poderá ser após carnaval

Editoria: Política

9/2/2010

8.Estaleiro: trade convencido

Editoria: Negócios

10.02.2010

9. Metade da bancada diz conhecer o projeto

Editoria: Política

13.02.2010

10. Definição da audiência pública

Editoria: Política

23.02.2010

11. Estudo foi entregue ontem à Transpetro

Editoria: Negócios

01.03.2010

12. Audiência perde o debate e vira bate-boca

Editoria: Negócios

3/3/2010

13. Titanzinho: zona de proteção ambiental não permite obras

Editoria: Negócios

03/3/2010

14. Lideranças querem diálogo

Editoria: Negócios

4/3/2010

15. Luizianne diz não ao estaleiro no Titanzinho

Editoria: Negócios

04.03.2010

16. Políticos questionam na AL

Editoria: Política

4/3/2010

17. Área é portuária, diz Adece

Editoria: Negócios

5/3/2010

18. Abaixo-assinado traz erros e gera polêmica

Editoria: Negócios

10.03.2010

19. OAB-CE prepara relatório sobre o estaleiro

Editoria: Negócios

11.03.2010

20. Estaleiro: o que a experiência de PE pode mostrar ao Ceará

Editoria: Negócios

13.03.2010

21. Novos embates esta semana

Editoria: Negócios

15.03.2010

22. Governistas apontam as vantagens da obra

Editoria: Política

17.03.2010

23. OAB: estaleiro requer alteração do Plano Diretor

Editoria: Negócios

17/3/2010

24. Área do estaleiro é da União

Editoria: Negócios

18.03.2010

25. Prefeita e Cid se reúnem dia 29

Editoria: Negócios

19/3/2010

26. Pirambu e Inace são inadequados para estaleiro

Editoria: Negócios

26/3/2010

27. Ceará permanece dividido quanto ao estaleiro

Editoria: Negócios

31/3/2010

28. Decisão sobre estaleiro é novamente adiada

Editoria: Negócios

6/4/2010

29. Estaleiro com contrato assinado até junho

Editoria: Negócios

14.04.2010

30. Foz do Rio Ceará entra no debate do estaleiro

Editoria: Negócios

21.04.2010

31. Estaleiro só se for no Titanzinho, reitera Cid

Editoria: Negócios

23/4/2010

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. 63 p.

ANTUNES, Elton. **Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.85-99, dez. 2009.

Associação de Defesa do Meio Ambiente Araucária.
<http://amarnatureza.org.br/site/ceara-veta-estaleiro-que-se-muda-para-pe,62332/>.
 Acesso em 3 nov. 2012.

BIROLI, Flávia; MANTOVANI, Denise. **Disputas, ajustes e acomodações na produção da agenda eleitoral: a cobertura jornalística ao Programa Bolsa Família e as eleições de 2006**. Opinião Pública, vol. 16, núm. 1, junho, 2010, pp. 90-116. Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasil.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, RJ. Bertrand Brasil, 1998, 322p.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 1997.

CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; GONÇALVES, Carlos Alberto. **Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais**. Ano XXIII, Vol. 5, No 1 (2003)

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. CORREIA, João.

ENTMAN, R. M. (1993). **Framing: Towards clarification of a fractured paradigm**. Journal of Communication, 43(4), 51–58.

ENTMAN, R. M. (1991). **Framing United-States coverage of international news—Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents**. Journal of Communication, 41(4), 6–27.

FALLOWS, James. **Detonando a notícia: como a mídia corrói a democracia americana**. Rio de Janeiro, RJ, Civilização Brasileira, 1997. 352p.

FERNANDES, António Teixeira, **O campo político**. Separata da revista da Faculdade de Letras, Sociologia, Porto, 16, 2006.

GITLIN, Todd. In: **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo- SP. Paulus, 2. Ed, 2007. 452p.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo- SP. Paulus, 2. Ed, 2007. 452p.

GOMES, Wilson. **AUDIOESFERA POLÍTICA E VISIBILIDADE PÚBLICA: os atores políticos no Jornal Nacional**. In: *Televisão e realidade* / Itania Maria Mota Gomes (Organização) . - Salvador : EDUFBA, 2009. 298 p.

KOVACH, Bill. **Os elementos do jornalismo**. Tradução de Wladimir Dupont. 2º edição. São Paulo, SP. Geração Editorial, 2004.

MACHADO, Marcia Benetti; LAGO, Cláudia. **Metodologias de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MACHADO, Marcia Benetti; JACKS, Nilda. **O discurso jornalístico**. 2001.

MIGUEL, Luis Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, nº55-56, 2002.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **A produção da imparcialidade- A construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística**. RBCS, vol. 25, nº 73, junho/2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística**. In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Márcia. *Metodologia de Pesquisa em jornalismo*. Petrópolis, RJ:Vozes, 2007.

NEVEU, Erik. **Notícias sem jornalistas- Uma ameaça real ou uma história de terror?**. BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH- Volume 6 - Número1 – 2010, p. 29-57.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Elementos para uma análise de discurso político**. UNISC, 2005.

Portal de notícias da Adital Notícias da América Latina e Caribe http://www.adital.com.br/hotsite_ecumenismo/noticia.asp?lang=PT&cod=70381. Acesso em 20 set. 2012.

PORTO, Mauro. **Enquadramentos da Mídia e Política**. In: *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. RUBIM, Antonio Albino Canelas. Salvador, BA, EDUFBA, 2004, 578 p.

Prefeitura de Fortaleza. <http://www.fortaleza.ce.gov.br/semam/projeto-orla>. Acesso em 3 out. 2012.

QUEVEDO, Josemari Poerschcke de. **Credibilidade jornalística – Uma compreensão teórica**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

SILVA, Gislene. **De que campo do jornalismo estamos falando?**. Matrizes, Ano 3- nº1. Ago./dez. 2009.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia Dourado. **Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico**. Rumores, edição 10, ano 5. Jul./Dez.2011. 18 p.

SILVA, Gislene ... et al. organizadores. **Jornalismo contemporâneo : figurações, impasses e perspectivas**: EDUFBA; Brasília : Compós, 2011. 322 p. : il.

SILVA, José Otacílio da. **A produção de discursos políticos na visão de Pierre Bourdieu**. Tempo da Ciência (12) 23 : 187-200, 1º semestre 2005.

SILVA, Gislene. Para pensar critério de noticiabilidade. Estudos em jornalismo e mídia. Vol II. Nº1- 1º semestre de 2005.

VEIGA, Luciana; GONDIM, Sônia Maria Guedes. **A Utilização de métodos Qualitativos na Ciência Política e no Marketing Político**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, Vol. VII, nº1, 2001, pp. 1-15.

VIMIEIRO, Ana Carolina; MAIA, Rousiley Celi Moreira. **Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais**. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 235-252, janeiro/abril 2011.

VIMIEIRO, Ana Carolina; MAIA, Rousiley Celi Moreira Maia. **Enquadramentos da mídia e o processo de aprendizado social: transformações na cultura pública sobre o tema da deficiência de 1960 a 2008**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. Ed, 2005, 224 p.

<http://www.opovo.com.br/app/ombudsman/2012/02/07/noticiasombudsman,2779900/carta-de-principios-do-o-povo.shtml>. Acesso em 14 de out. 2012

<http://www.opovo.com.br/app/ombudsman/2012/02/07/noticiasombudsman,2779903/codigo-de-etica-da-empresa-jornalistica-o-povo.shtml>. Acesso em 15 de out. 2012

<http://diariodonordeste.globo.com/expediente.asp>. Acesso em 6 de Nov. 2012.

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/747702-lula-e-o-politico-ibero-americano-com-maior-aceitacao-popular-diz-pesquisa.shtml>. Acesso em 12 de Nov. 2012.

http://www.edsonqueiroz.com.br/institucional_historia.html. Acesso em 17 de Nov. 2012.

<http://www.ceara.gov.br/governador>. Acesso em 24 de Nov. 2012.

<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,liminar-proibe-estado-de-noticiar-investigacao-sobre-filho-de-sarney,411905,0.htm>. Acesso em 29 de Jan. 2013.

<http://www.estaleiroatlanticosul.com.br/eas/pt/quemsomos/apresentacao/>. Acesso em 29 de Jan. 2013.

http://www.ioerj.com.br/portal/modules/conteudoonline/view_pdf.php?ie=MTg4OA==&ip=MQ==&s=NGFhZWYwMjMxYjI2NzM0OTEzZjE1Y2NkZTg3MTk1ODM=.
Acesso em 2 de Fev. 2013.