



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

JONAS DANIEL VALÉRIO VIANA

**TELEJORNALISMO E ELEIÇÕES: ANÁLISE DE ENTREVISTAS AO VIVO
COM PRESIDENCIÁVEIS NO JORNAL NACIONAL EM 2014**

FORTALEZA

2015

JONAS DANIEL VALÉRIO VIANA

TELEJORNALISMO E ELEIÇÕES: ANÁLISE DE ENTREVISTAS AO VIVO COM
PRESIDENCIÁVEIS NO JORNAL NACIONAL EM 2014

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Jornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Paulo
Jamil Almeida Marques

FORTALEZA

2015

JONAS DANIEL VALÉRIO VIANA

TELEJORNALISMO E ELEIÇÕES: ANÁLISE DE ENTREVISTAS AO VIVO COM
PRESIDENCIÁVEIS NO JORNAL NACIONAL

Monografia apresentada ao curso de
Comunicação Social – Jornalismo do
Instituto de Cultura e Arte da
Universidade Federal do Ceará, como
requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Comunicação Social,
habilitação em Jornalismo.

Aprovada em ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

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

Dr. Diógenes Lycarião Barreto de Sousa
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Ms. Naiana Rodrigues da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTO

Bendito seja Deus para sempre! Meu coração se enche de gratidão a Deus por este passo em vista de cumprir o projeto de vida que Ele pensou para mim. Agradeço pela Divina Providência que me assistiu e me assisti de todas as formas possíveis. Nossa Senhora de Fátima e Santa Teresa de Ávila me acompanham em meus estudos e a elas também sou grato.

Agradeço ao meu orientador Jamil Marques por ter estimulado em mim, com seu exemplo, o desejo de estudar uma área do conhecimento tão interessante que é a relação entre Comunicação e Política. Agradeço aos colegas do grupo de pesquisa PONTE (Política e Novas Tecnologias) que a cada encontro me ajudaram a entender mais sobre esse campo de estudo.

Agradeço aos professores do curso de Letras e do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC) que muito me ensinaram. Penso que este trabalho é fruto daquilo que eles me levaram a aprender ao longo destes quase seis anos de UFC.

Agradeço aos colegas de faculdade que me motivaram, me animaram e me presentearam com a alegre companhia em cada disciplina cursada. Entre eles, agradeço a Luana Mayara pela ajuda na revisão do texto.

Agradeço a minha família que acompanhou e acompanha todo o meu processo de crescimento acadêmico, humano, espiritual. Este trabalho também é fruto do empenho e da dedicação das minhas avós, do meu pai, da minha mãe, das minhas duas irmãs e do meu irmão.

Agradeço a minha família espiritual, Comunidade Católica Shalom, que me sustentou por meio da intercessão de modo especial neste tempo de escrita da monografia. Agradeço a Dayana Pinto, irmã na Vocação, que me ajudou com as traduções.

RESUMO

Neste trabalho, pretende-se investigar, por meio do estudo das entrevistas realizadas no Jornal Nacional com os principais candidatos das eleições de 2014, como se manifesta a influência do campo jornalístico no campo político e vice-versa. A pesquisa leva em conta as estratégias discursivas utilizadas em cada oportunidade de fala dos candidatos e dos jornalistas. O *corpus* é composto pelas entrevistas realizadas no período de 11 a 27 de agosto de 2014 com os seguintes candidatos: Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos (PSB), Pastor Everaldo (PSC), Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PSB). A entrevista é entendida, nesta pesquisa, como uma arena argumentativa, ou seja, uma situação de tensão entre o campo jornalístico e o campo político. A Análise de Conteúdo, metodologia empregada ao longo desta investigação, utiliza as categorias construídas por Gomes (2012) para classificar as oportunidades de fala. Aponta-se que os presidentiáveis buscam, por meio das estratégias discursivas, escapar das perguntas que os colocam em posição desconfortável. Em diferentes momentos, eles preferem ficar “em cima do muro” a assumir um lado. Os jornalistas, em contrapartida, intervêm continuamente na fala dos entrevistados em vista de fazê-los responder as questões apresentadas. O estudo confirma os resultados da pesquisa de Gomes (2012) sobre as entrevistas com os presidentiáveis em 2010 e o argumento de Albuquerque (2013) em relação aos jornalistas do Jornal Nacional assumirem uma postura de “Quarto Poder”.

Palavras-chave: Jornalismo; Política; Discurso; Jornal Nacional; Eleições 2014.

ABSTRACT

In this work the study will be conducted from of the interviews on TV news with the leading candidates of the 2014 elections, as manifested the influence of the journalistic field in the political field and vice-versa. Research considers the strategies used in each speech opportunity candidates and journalists. The *corpus* consists of the interviews conducted in the period 11 to 27 August 2014 with the following candidates: Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos (PSB), Pastor Everaldo (PSC), Dilma Rousseff (PT) and Marina Silva (PSB). The relationship between communication and Politics is not something recent. This relation has been studied by authors worldwide from various aspects. Among them, the Political Journalism. This works the size of argumentative arena. That's how telerjional interviews are understood in this work, going against what Medina (1995) guides to reporters, the interview should be conducted for a possible dialogue. Content Analysis uses the categories formulated by Gomes (2012) to classify the interviews speaks opportunities for 2010. Candidates seeking the presidency strategies to escape the questions that put them in uncomfortable situations. They prefer to stay on the fence at the take a opinion. Journalists, on the other hand, do not cease to intervene in the speech of respondents in order to make them answer questions. The study confirms the argument Albuquerque (2013) in relation to the Jornal Nacional reporters assume a posture of "Fourth Estate".

Keywords: Journalism; Politics; Discourse; Jornal Nacional; Elections 2014.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. DA COMUNICAÇÃO E POLÍTICA AO JORNALISMO E ELEIÇÕES	11
2.1. O “fazer jornalístico”	12
2.2. Jornalismo Político	15
2.3. Jornalismo e eleições	21
3. O TELEJORNALISMO E A ENTREVISTA ELEITORAL.....	24
3.1. Influência da televisão na sociedade brasileira	24
3.2. Telejornalismo: subcategorias e formatos	27
3.3. As entrevistas no telejornalismo	28
3.3.1. Entrevista: o diálogo possível	31
3.3.2. Entrevista: a arena argumentativa	33
4. DO JORNAL NACIONAL À METODOLOGIA DE ANÁLISE	37
4.1. Jornal Nacional: credibilidade e popularidade	37
4.2. Eleições 2014: uma nação dividida	41
4.3. Metodologia e coleta do <i>corpus</i>	45
4.4. Categorias de análise	47
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DAS ENTREVISTAS COM OS PRESIDENCIÁVEIS	53
5.1. Oportunidades de fala dos candidatos e dos jornalistas	53
5.2. Questões abordadas nas entrevistas	55
5.3. Exemplos de categorização das oportunidades de fala	60
5.4. Análise do <i>corpus</i>	64
5.5. Discussão dos resultados	68
6. CONCLUSÕES	75
REFERÊNCIAS	78
ANEXO	84

1. INTRODUÇÃO

As entrevistas realizadas entre os dias 11 e 27 de agosto de 2014 com os presidenciáveis no Jornal Nacional (JN) chamou atenção pela disputa argumentativa apresentada na fala dos atores envolvidos. É sabido que existe uma influência do campo político no campo jornalístico e vice-versa. O que a presente pesquisa procura responder, no entanto, é a seguinte questão: como tal influência se manifesta em entrevistas telejornalísticas? A entrevista como gênero tem o objetivo de extrair informações precisas para o exercício do Jornalismo. Resolvemos, então, compreender como esta atitude se expressa nas entrevistas com os candidatos convidados para as sabatinas televisivas.

Estudar esse processo é uma forma de contribuir para a produção telejornalística; além de pensar a dimensão técnica, a pesquisa trata do desempenho jornalístico no “ao vivo”. O estudo não difere do que autores como Gomes (2012) e Albuquerque (2013) descobriram sobre a utilização do gênero entrevista telejornalística com presidenciáveis no Brasil, mas acrescenta aspectos apreendidos a partir da análise da experiência mais recente com os candidatos à Presidência da República. Uma vez que o resultado das eleições de 2014 apresentou nas urnas um país dividido politicamente, acredita-se que o contexto foi influenciado pelo campo jornalístico. O telejornal da Rede Globo, assumindo o papel de defensor do interesse público¹, foi um dos principais recursos, no período eleitoral, utilizado para nutrir os cidadãos de informações relevantes sobre os candidatos. A postura da empresa, questionável por muitos devido ao passado da emissora e do Jornal Nacional, leva-nos, ainda assim, a contemplar a importância desse programa na sociedade brasileira. Estudá-lo, portanto, é também entender o sucesso e as críticas ao telejornal.

O estudo dá continuidade às análises sobre as entrevistas com presidenciáveis no Jornal Nacional em 2010 feitas por Gomes (2012) e Albuquerque (2013). Enquanto o primeiro tratou das estratégias empregadas por jornalistas e candidatos em suas falas, o segundo abordou a dimensão de “Quarto Poder” assumida pelo Jornalismo diante da Política. A pesquisa apresenta caráter híbrido, pois tenta se valer das duas perspectivas para pensar as entrevistas no JN durante as eleições de 2014.

¹ Segundo os princípios editoriais do Grupo Globo publicado em 2011. Disponível em <<http://goo.gl/tXzTo0>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

A concepção de entrevista também é discutida no decorrer do estudo. Medina (1995) orienta aos profissionais do Jornalismo que a entrevista deve caminhar para um diálogo possível. No entanto, Gomes (2012) adverte que a entrevista no Jornal Nacional com os candidatos é, na verdade, uma arena argumentativa. A tese do autor sugere que a entrevista realizada com candidatos políticos pode ser considerada um novo formato. Há, de um lado, uma postura de querer conquistar empatia do público, por parte dos candidatos, e, de outro, uma postura inquisitória com os entrevistados, por parte dos jornalistas. O fato da relação entre Comunicação e Política apresentar-se constantemente tensa ajuda-nos a perceber a dificuldade da entrevista no telejornal ser uma situação pacífica que tenda para um diálogo possível. O estudo não quer resolver o conflito, nem muito menos a tensão, pois isso estaria fora do foco de uma pesquisa acadêmica.

Os estudos de Comunicação e Política não estavam inseridos em uma área específica do conhecimento. Até meados do século XX, faziam parte da Ciência Política, mas, devido ao destaque da Comunicação no processo de democratização, pensou-se, tempos depois, em uma área que contemplasse as duas dimensões, dentro da própria Comunicação. Com o passar dos anos, ganhou diversas especialidades. O Jornalismo Político é um delas. Mas além dele, a cobertura de eleições é uma das especialidades de mais destaque no campo da Comunicação e Política. Por exemplo, o caso das eleições presidenciais de 2008 nos EUA em que Barack Obama utilizou o Twitter em sua campanha. A estratégia, inovadora à época, foi estudada a partir de diversos aspectos nos Estados Unidos (SEIDMAN, 2010; PARIKH, 2012; KUMAR, 2014). No Brasil, o estudo de Gomes *et al* (2008) foi um dos estudos da área que repercutiu o fato. Na medida em que a Comunicação se desenvolve e favorece os processos democráticos, maior se torna o campo a ser explorado na Comunicação e Política.

Sobre o discurso político, é possível reconhecer, a partir de Barros *et al* (2003), que, sim, há uma manipulação. Os autores afirmam esta proposição ao destacar que “o discurso político é normalmente marcado por processos de persuasão, manipulação e contramanipulação” (2003, p. 32). Eles explicam que os sujeitos enunciadorees utilizam vários recursos para atingir seus objetivos. Vale ressaltar que as estratégias discursivas são adotadas tanto por políticos, para defender interesses

partidários, quanto por jornalistas, para alcançar a objetividade² que rege a profissão (BARROS FILHO, 2008).

Mas quais os recursos mais utilizados nas estratégias discursivas empregadas no Jornal Nacional? Entendemos as estratégias como comportamentos verbais adotados por candidatos e jornalistas (GOMES, 2012). A pesquisa busca perceber como se caracteriza a postura discursiva dos entrevistadores e dos entrevistados. Outras questões que também pretendemos responder com esta pesquisa dizem respeito às particularidades dos jornalistas e dos candidatos. Por exemplo, de que forma as estratégias utilizadas pelos presidenciáveis contribuem para a sua autopromoção? E quais indícios remetem à mediação feita pelos jornalistas? Também, em vista de melhor entender a relação entre Comunicação e Política, verificaremos, tendo como base os estudos de Gomes (2012) e Albuquerque (2013), de quem é, de fato, o domínio do tópico na entrevista, dos jornalistas ou dos candidatos?

A Análise de Conteúdo do *corpus* da pesquisa é feita a partir do material linguístico das entrevistas, ou seja, da transcrição das falas do atores envolvidos. Entendemos a fala como um meio técnico (THOMPSON, 2014); não tão novo, reconhecemos. No entanto, ela é um dos recursos básicos do ser humano que, se bem aproveitado, pode abrir potenciais vias para alcançar objetivos específicos. As oportunidades de fala dos atores envolvidos nas entrevistas são manifestações dos discursos que cada qual encabeça.

A monografia está dividida da seguinte forma: o segundo capítulo apresenta a discussão em torno das transformações na comunicação de massa a partir das ideias de Miguel (2002), Gomes (2004), Barreto (2006), Thompson (2014), entre outros. A seção trata do Jornalismo Político, uma das especificidades da grande área que é a Comunicação e Política. O fazer jornalístico e a relação do Jornalismo com as eleições também são abordados na seção. O capítulo é uma contextualização do campo em que a pesquisa se insere.

O terceiro capítulo aprofunda a discussão especificamente em torno do telejornalismo. A influência da televisão e os gêneros dessa plataforma são

² O conceito de objetividade no Jornalismo surgiu nos Estados Unidos, no último quarto do século XIX. A objetividade no Jornalismo pode ser entendida como a construção da realidade. A busca pela objetividade tornou-se o fazer jornalístico (BARROS FILHO, 2008).

apresentados. Dentre as classificações, a entrevista é tratada com maior destaque por conta de ser o formato estudado neste trabalho. O capítulo é uma base para entender como a entrevista é orientada no Jornalismo e como de fato ela se manifesta quando se tem atores do campo político envolvidos nela. A entrevista é apresentada como diálogo possível (MEDINA, 1995; ARFUCH, 1995) e como arena argumentativa (GOMES, 2012).

O quarto capítulo trata do Jornal Nacional, dos candidatos e de seus partidos. Além de apresentar os presidenciáveis, este capítulo demonstra a divisão do Brasil (PSDB versus PT) a partir das pesquisas de intenção de voto durante o período eleitoral de 2014. A metodologia, as técnicas e as categorias de análise são explicadas também nessa seção.

O quinto capítulo é a análise, propriamente dita, das oportunidades de falas dos candidatos. Cada fala dos entrevistadores e dos entrevistados é classificada à luz das categorias apresentadas no capítulo anterior. As principais questões abordadas nas entrevistas são apresentadas em uma perspectiva temática com o intuito de fazer conhecer do que tratou o encontro dos jornalistas com cada um dos presidenciáveis. Em seguida, é feita a categorização das falas e a análise do *corpus*. É nesse capítulo ainda que os resultados são discutidos. Por fim, a última seção da monografia trata das considerações finais, ou conclusões, sobre a pesquisa realizada.

2. DA COMUNICAÇÃO E POLÍTICA AO JORNALISMO E ELEIÇÕES

A relação entre Comunicação e Política não é algo recente. Segundo Miguel (2002), o desenvolvimento dos meios de comunicação passou a modificar o ambiente político, mas essa modificação só passou a ser reconhecida pela Ciência Política no século XX. Com isso, é possível perceber que os meios de comunicação são mais que instrumentos utilizados com vistas a tornar públicas as atividades Políticas. Eles são, na verdade, atores que podem influenciar estas atividades a partir de interesses específicos.

Gomes (2004) ao comentar as transformações da Política na era da comunicação de massa explica que nos anos 1960, passou-se a pensar na relação entre duas grandezas institucionais: a comunicação e a Política (GOMES, 2004). Esta relação tem sido estudada a partir de diversos aspectos por autores no mundo inteiro. Aldé *et al* (2013) realizaram um levantamento sobre os estudos na área de Comunicação e Política nos periódicos disponíveis no Diretório Permanente de Teses e Dissertações da ComPolítica, mantido pela Associação dos Pesquisadores Brasileiros em Comunicação e Política³. “O nosso mapeamento abrangeu, entre 1992 e 2012, 635 trabalhos, entre teses e dissertações” (ALDÉ *et al*, 2013, p. 5). As vertentes contempladas pelos trabalhos são as seguintes:

Comunicação e Democracia; Mídia e Eleições; Comunicação Institucional e Imagem Pública; Internet e Política; Comunicação e Sociedade Civil; Cultura Política, Comportamento e Opinião Pública; Políticas de Comunicação; Jornalismo Político; Propaganda e Marketing Político. (ALDÉ *et al*, 2013, p. 1-2)

Como Aldé *et al* (2013) apresentam, uma das formas de perceber a relação entre Comunicação e Política é na cobertura jornalística dos eventos que envolvem o campo político. Estes eventos noticiados nos jornais impressos, no rádio, na televisão e/ou na Internet são expressões do Jornalismo Político. Em períodos eleitorais, há um destaque para a cobertura por se tratar de um momento importante para a sociedade (COLLING, 2007). Ainda segundo a pesquisa de Aldé *et al* (2013), os estudos sobre Jornalismo Político se destacaram nos anos de 1994, 1997, 2001 e de 2005 em diante. Barreto (2006) explica que o Jornalismo acaba por se legitimar ao noticiar os acontecimentos políticos, já que estes interessam aos cidadãos. Jornais impressos têm sessões específicas para tratar o tema, de tão importante que é.

³ “O Diretório é um repositório digital de conteúdos de pesquisa relacionados ao tema, com escopo institucional e exaustivo, isto é, aberto a novas submissões” (ALDÉ *et al*, 2013, p. 1). O site do Diretório é <<http://www.compolitica.org/home/?p=934>>. Acesso em 15 de outubro de 2014.

Em função de ser a Política um acontecimento de interesse do público, o que conseqüentemente interessa ao jornal, este, em sua condição de artefato noticioso, legitimou-se enquanto tal, assumindo situação de locus ao transpor para as suas páginas a praça social onde se deu o fato, seja aquela um gabinete inacessível ao homem comum ou o trombetear dos comícios. (BARRETO, 2006, p. 12)

Estudos têm buscado compreender de forma mais específica como se dá a relação entre o campo jornalístico e o campo político, e como ela influencia nos pleitos eleitorais. Marques (2007) admite que a relação de influência entre Comunicação e Política é recíproca. Da mesma forma que há a utilização de recursos discursivos específicos por parte de políticos, podemos dizer que há também a utilização de recursos particulares por parte dos jornalistas.

“A notícia, assim, resulta das interferências e inserções negociadas entre os atores políticos e o jornal/jornalista a partir do que foi apurado, declarado, constatado e afinal transposto à publicação” (BARRETO, 2006, p. 12). O fato noticiado é expressão do dever político e do dever jornalístico cumprido, ou seja, do dever do político ou instituição Política que realizou o ato e do jornalista que o deu a conhecer. A notícia é via, de um lado, de legitimação para as duas instituições e, de outro, de construção de poder específico para ambas. Já a entrevista é uma arena em que a negociação se dá em tempo real, quando transmitida ao vivo. É, na verdade, uma disputa argumentativa (GOMES, 2012). Aprofundaremos mais adiante tal aspecto. Mas antes abordaremos a dimensão profissional do exercício do Jornalismo.

2.1. O “fazer jornalístico”

Anderson *et al* (2013) tratam de questões relacionadas às transformações do Jornalismo norte-americano em um artigo sobre Jornalismo pós-industrial publicado na Revista de Jornalismo da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Na medida em que os casos vão sendo apresentados, é possível perceber que o texto é mais do que uma análise de Jornalismo local. O trabalho se estende para como o próprio Jornalismo – enquanto instituição – vem sendo pensado. Os autores defendem que as transformações no campo jornalístico são inevitáveis, pois se o mesmo promoveu mudanças significativas na sociedade, em vários períodos da história, como poderá o Jornalismo se privar de determinadas mudanças. Eles ainda afirmam: “A nosso ver, são as instituições jornalísticas que, em geral, dão a maior contribuição para a promoção de resultados positivos em uma democracia” (2013, p. 66).

“O Jornalismo exerce um papel insubstituível tanto em regimes democráticos como em economias de mercado” (ANDERSON et al, 2013, p. 33). A finalidade do campo jornalístico é oferecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). A partir do que defende Anderson *et al* (2013) e Kovach e Rosenstiel (2003), é possível entender que as plataformas jornalísticas podem sofrer metamorfoses, entretanto, o papel do profissional permanece importante na sociedade, adaptando-se a cada nova realidade do ecossistema jornalístico.

Anderson *et al* (2013) explicam que, com o advento da Internet, a atividade jornalística passou a ser exercida, em parte, pelos próprios usuários no final da primeira década do século XXI. Isto porque os blogs, as Redes Sociais, e os websites se apresentaram como novas fontes produtoras de informação. As empresas jornalísticas, buscando se adaptar, iniciaram um processo de migração para a nova plataforma inaugurada pelo universo virtual ainda no final do século XX. No entanto, sem muito conhecimento das potencialidades que a Internet poderia possibilitar, o trabalho consistia em transcrever as notícias do jornal impresso para os sites jornalísticos. Com a popularização da Internet e o desenvolvimento dos recursos oferecidos por ela aos usuários, o jornalista foi deslocado da primeira instância – produção de conteúdo – para um ponto mais acima na cadeia editorial. Segundo os autores, atualmente, cabe ao jornalista não só produzir informação, mas acima de tudo verificar e interpretar as que já são produzidas, de forma intensa, pelos internautas.

O trabalho jornalístico possui um método e é importante segui-lo à risca (CORNU, 1999). Entre os procedimentos, está a apuração rigorosa (VIZEU; SANTANA, 2010). Por exemplo, se um usuário de internet que possui um blog publica que houve um atentado nos Estados Unidos, a repercussão do fato não é tão grande quanto seria se a mesma postagem estivesse na página inicial do portal de notícias G1. Entra em questão o status de quem publica notícias na internet. O jornalista pode utilizar a postagem de um blog como fonte ou como pauta a ser feita, mas somente depois de verificar e interpretar o fato é que ele será noticiado. Guerra (2008) argumenta que, para exercer o Jornalismo, é preciso ter três competências: de cognição, de conduta e de produção. A primeira diz respeito ao domínio das áreas temáticas e dos conhecimentos para o exercício da profissão. A segunda leva em conta a objetividade e a

imparcialidade. A terceira diz respeito à performance do profissional, ou seja, o saber fazer, o saber prático.

Segundo Bertolini (2014), o Jornalismo tem origem no século XVII com o surgimento dos primeiros jornais na Europa⁴. O profissional era visto como testemunha do fato narrado. Hoje, a atividade ganhou uma responsabilidade maior com o advento da Internet. É preciso mais do que nunca ter discernimento do que publicar ou não. O jornalista, em alguns casos, deixa de ser o responsável pela primeira imagem, primeira informação, e passa a ser uma espécie de filtro entre o que é produzido e compartilhado pelo cidadão comum na grande rede virtual. Tal fato é interessante porque muitas vezes a produção de uma pauta Política para a TV passa pelo que é publicado na Internet. Por exemplo, em junho de 2013, manifestantes foram as ruas de várias cidades brasileiras e reivindicaram melhorias no transporte público, na educação, na saúde, além de se posicionarem contra a corrupção Política no país⁵. O fenômeno, potencializado pela Internet, repercutiu tanto que o Jornal Nacional realizou uma edição especial em um horário extraordinário para cobrir o fato⁶.

Segundo o artigo de Anderson *et al* (2013), é importante para a atividade profissional transpor o paradigma de que jornalista é aquela pessoa que gosta somente de ler e escrever, é preciso ir além, jornalista deve gostar de ler também o que os números representam e, relacionando-os, escrevê-los para que façam sentido para sociedade. Além disso, ter sensibilidade para apurar bem pautas como a das manifestações de 2013. No fazer jornalístico, não se pode abrir mão do ideal da objetividade, ainda que seja como discursivo. De acordo com Barros Filho (2008), a objetividade surge como uma representação possível de um campo jornalístico idealizado e normativo.

Anderson *et al* (2013) ainda afirmam que a influência do Jornalismo passa por mudanças, embora ninguém negue que as instituições jornalísticas sigam sendo excepcionalmente fortes em sua capacidade de mobilizar a opinião pública. As transformações estruturais afetaram os jornais e os profissionais a eles ligados, a ponto de no século XXI surgir a necessidade de se refletir profundamente sobre o capital

⁴ Informações do texto “O método jornalístico e a pesquisa acadêmica” de Jeferson Bertolini publicado no Observatório da Imprensa. Disponível em <<http://goo.gl/jz0hBQ>>. Acesso em 7 de novembro de 2015.

⁵ O G1 reuniu os resultados das manifestações de 2013 em <<http://goo.gl/jAU9Om>> e o Jornal do Brasil fez uma retrospectiva do fato em <<http://goo.gl/1tcCTN>>. Acesso em 07 de novembro de 2015.

⁶ Memorial da Globo disponível em <<http://goo.gl/hSXaKP>>. Acesso em 07 de novembro de 2015.

simbólico das instituições. Os autores destacam que, além da diminuição do capital financeiro, as instituições jornalísticas passaram também pela queda do capital simbólico perante o público. No entanto, os profissionais do campo têm utilizados estratégias, em âmbito institucional, para manter o interesse do público nos conteúdos produzidos.

A grande sacada de jornalistas versados nos ritmos da produção digital e de linguagens de programação é entender que o ‘conteúdo’ já não é descartado após o primeiro uso. Em vez disso, é infinitamente reciclado e deve ser projetado para uma perpétua iteração. Em entrevistas com jornalistas que exercem a profissão, ficamos impressionados ao constatar que a redação de toda organização jornalística, em maior ou menos grau, permanece presa a um fluxo de trabalho básico no qual a meta final da produção jornalística é um produto único, acabado. Instituições jornalísticas repaginadas vão projetar o fluxo de trabalho em torno de um fato novo, fundamental: a notícia não é nunca um produto acabado, e não há um jornal matutino ou um telejornal noturno que possa sintetizar, em sua totalidade, o trabalho daquela jornada. (ANDERSON *et al*, 2013, p. 67)

A notícia como um produto não acabado vai ao encontro do princípio da continuidade que as próprias instituições jornalísticas buscam. Não há como pensar um fato sem ao menos atentar em como ele poderá ser destrinchado e repercutido pelo próprio jornal. As entrevistas do Jornal Nacional que analisamos repercutiram nos demais telejornais da Rede Globo de Televisão, ou seja, houve um trabalho em conjunto na produção jornalística da emissora que levou em conta os desdobramentos das questões abordadas nas entrevistas com os candidatos. Anderson *et al* (2013) afirmam que o Jornalismo pós-industrial⁷ é mais cooperativo nesse aspecto.

2.2. Jornalismo Político

Segundo Cook (2011), os jornalistas são atores políticos. Tal fato leva-nos a perceber o papel dos jornalistas não só como advindo de uma instituição midiática, mas também como ação de uma instituição Política. “Os jornalistas podem criar importância e certificar a autoridade tanto quanto refletí-la, ao decidir quem deve falar sobre o que e em que circunstâncias” (COOK, 2011, p. 4). O autor ainda complementa afirmando que: “A seletividade leva ao viés quando, dia sim, dia não, certos tipos de atores, partidos políticos e questões receberem maior cobertura e forem apresentados mais favoravelmente que outros” (2011, p. 4-5). A entrevista com os candidatos à Presidência

⁷ “O Jornalismo pós-industrial parte do princípio de que instituições atuais irão perder receita e participação de mercado e que, se quiserem manter ou mesmo aumentar sua relevância, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais” (ANDERSON *et al*, 2013, p. 38).

da República é algo factualmente esperado a cada período eleitoral já que tamanha é a importância do cargo para no Brasil. Mas a forma como a instituição jornalística aborda as questões levantadas na entrevista revela seu lado político institucional.

Se o Jornalismo (com suas lógicas de produção da informação) pode ser entendido como arena para a deliberação pública, é preciso reconhecer empresas e profissionais como atores que sustentam interesses particulares – mesmo que procurem zelar pelo interesse público (ALBUQUERQUE 2012; ALEXANDER 1988; CORREIA 2011; GOMES 2004; MIGUEL 2002; SCHUDSON 2003). (MIOLA; MAIA, 2013, p. 5)

O aspecto de arena é imprescindível quando se fala de Comunicação e Política, de modo particular, no Jornalismo Político. Isto porque é neste espaço midiático que as duas instituições entram em confronto direto. O campo jornalístico entra em choque com o campo político através dos atores envolvidos; de um lado, os jornalísticos, de outro, os políticos. Há o interesse do jornalista em vista da objetividade – princípio da profissão. Há o interesse dos políticos em vista do convencimento da audiência sobre algo. Interesses muitas vezes conflitantes que gera tensão na arena discursiva. Nesta relação há a influência direta do campo econômico em um e em outro meio. De forma a favorecer a deliberação pública, as entrevistas oferecem informações para os cidadãos formarem sua opinião e são consideradas as arenas nas quais o confronto de interesses se dá. Marques e Miola (2010) apresentam este argumento a partir de, entre outros autores, William Gamson.

William Gamson (1992) aponta que tal influência dos media é demonstrada quando se percebe que os cidadãos constroem significados para o mundo ao seu redor a partir da conversação (mediada pelos mass media) sobre temas de naturezas diversas (inclusive políticos). Em outras palavras, Gamson defende que a atuação da comunicação de massa é essencial para se fortalecer o caráter coletivo da vida em sociedade, permitindo um compartilhamento de temas e de preocupações públicas. (MARQUES; MIOLA, 2010, p. 7)

“A teoria democrática argumenta que o Jornalismo, inicialmente identificado apenas como a imprensa, deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício de seus direitos” (TRAQUINA, 2005, p. 129). A partir disso é possível entender o motivo de tão grande preocupação com a pauta Política nos jornais e, no caso estudado por esta pesquisa, nos telejornais. É sabido que um roteiro de telejornal é pensado minuciosamente devido ao tempo na Televisão ter um custo elevado, tendo em conta uma pauta Política é compreensível que a atenção seja redobrada por envolver questões tanto econômicas quanto ideológicas. A atividade jornalística é fundamental para que o cidadão possa exercer seu papel

consciente, pois é a partir dela que ele é nutrido de informações sobre diversos aspectos da sociedade.

Cook (2011) afirma que o Jornalismo deve ser considerado uma instituição Política. Por outro lado, Biroli (2012) discute a posição partidária que o Jornalismo assume diante de conflitos políticos. A autora lembra que alguns jornais no início do século XX tinham sua posição Política expressa. Tal fato se caracterizava como positivo, pois os leitores já tinham consciência quando procuravam um jornal que se dizia defensor de uma ideologia ou um partido ao invés de outro. O argumento de Cook não significa que os profissionais sigam tendências partidárias ou ideológicas, mas significa que os jornalistas têm um papel político-social importante para a democracia, como outrora afirmou Traquina (2005). O ponto negativo é quando os jornais passam a não assumir de fato suas posições Políticas e se apropriam da lógica do Jornalismo profissional para tentar neutralizar ou até mesmo naturalizar seus discursos ideológicos (BIROLI, 2012).

Até a década de sessenta existia um jornalismo político, no Brasil e no mundo. Sabia-se qual era a posição do jornal “Última Hora”, por exemplo. Quem viveu na época sabia qual era a posição deste jornal de Samuel Weiner, durante o período getulista, também sabia qual era a posição do jornal em que escrevia Carlos Lacerda, qual era a posição dos “Diários e Emissoras Associadas”. Nos outros países também foi assim e na Europa ainda continua sendo em alguns casos. Na França o “Le Figaro” é identificado como um jornal de direita, com articulistas de direita. O “Liberation” se contrapõe como um jornal de esquerda. Cada um tem sua versão dos fatos. (PINTO, 2005, p. 87)

Segundo Albuquerque (2000) a imprensa brasileira incorporou, com adaptações discrepantes, uma característica importante da imprensa americana.

(...) a concepção de “Quarto Poder” adotada pela imprensa brasileira é necessariamente muito distinta daquela que vigora nos Estados Unidos. O compromisso com a objetividade e a imparcialidade jornalísticas, com a representação dos cidadãos frente ao Estado e com a manutenção do equilíbrio entre os três poderes tendem, no Brasil, a ser interpretados em termos muito menos dogmáticos que nos Estados Unidos. (ALBUQUERQUE, 2000, p. 26)

O autor afirma que, no Brasil, o “Quarto Poder” é identificado como o “Poder Moderador”. Albuquerque (2000) explica que nos Estados Unidos a ideia de “Quarto Poder” faz referência ao compromisso da imprensa com o sistema de divisão de poderes como um todo; já no Brasil há uma apelação para a tradição brasileira dos tempos do Império em que existia o “Poder Moderador”. “Tal como o fizeram em tempos passados o Imperador e os militares, a imprensa reivindica hoje exercer o papel

de árbitro das disputas entre os poderes constituídos, decidindo sempre em favor do "Bem Comum" (ALBUQUERQUE, 2000, p. 50). O papel do Jornalismo enquanto ator político é claro, porém é preciso entender que isso não concede aos profissionais e nem a instituição em si a autoridade de julgar um ou outro caso. O bom Jornalismo é pautado nos valores da objetividade e da imparcialidade. É partir desses princípios que a profissão é norteadada (BARROS FILHO, 2008).

Ao falar de objetividade como intenção ou procedimento, Barros Filho destaca a frase de Alfred Grosser que diz: "A objetividade não existe, mas a vontade de ser objetivo pode ou não existir" (2008, p. 44). O autor cita também Pedro Ramirez ao se referir que "a objetividade absoluta e nítida é impossível" (2008, p. 45). A citação, que o texto de Barros Filho, traz do professor Emmanuel Derieux merece destaque, pois é uma das que mais enfatiza a participação do jornalista na construção da objetividade: "A objetividade, jornalisticamente falando, é o esforço do jornalista para conseguir que seu conhecimento seja objetivo, ou seja, verdadeiro, adequado ao objeto que conhece" (2008, p. 45). Barros Filho explica que a "objetividade é inatingível por razões mais ou menos inerentes à especificidade da produção mediática" (2008, p. 47).

Segundo Cook (2011), o conflito faz, assim, parte do processo de produção no Jornalismo. "A história deve ter não só protagonistas e antagonistas em conflito, mas as ações da fonte devem mover a história até um novo episódio" (p. 209). O filtro que os jornalistas produzem leva em conta a objetividade. Esta se manifesta através dos critérios de noticiabilidade que os faz escolher noticiar uma história ao invés de outra (SILVA, 2005). "Os repórteres se engajam na exclusão explícita de valores, aderindo à objetividade, ignorando as implicações de sua cobertura e seus próprios pontos de vista pessoais" (COOK, 2011, p. 210). Há críticas ao método jornalístico, porém ter um método é melhor do que não ter nenhum, pois o fazer jornalístico poderia acabar a mercê da subjetividade de cada jornalista com suas impressões, ideologias, interesses pessoais, ou mesmo a mercê, da pressão exercida pelas empresas de comunicação.

Miguel (1999), ao analisar a obra do sociólogo inglês Anthony Giddens, identifica o Jornalismo como um sistema perito. Isto é: como um campo de excelência técnica ou competência profissional que organiza grandes áreas dos ambientes material e social. O autor defende que o público do Jornalismo, no papel de consumidor de notícias, mantém em relação à instituição uma atitude de confiança, similar à confiança

depositada em outros sistemas peritos, como o campo da medicina, da engenharia etc. A confiança no Jornalismo é dividida em três momentos: “1) confiança quanto à veracidade das informações relatadas; 2) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização dos elementos importantes ao relato; 3) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização das notícias diante do estoque de "fatos" disponíveis” (MIGUEL, 1999, p. 199).

Cook explica que a Política aloca valores de uma determinada sociedade. “A Política é relativa a escolhas para a sociedade” (COOK, 2011, p. 204). O Jornalismo reforça esses valores alocados com o seu potencial midiático. No entanto, há estudos que destacam o papel do Jornalismo no campo midiático como meio de aumentar o alcance dos que são politicamente poderosos. O fato é que Política e Jornalismo têm historicamente, como afirma Barreto (2006), “um elo interativo, num complexo e intrincado sistema de ação e reação que acaba expresso no que chamaremos de atitude noticiosa, ou seja: um relato que objetiva obter repercussão” (BARRETO, 2006, p. 12).

O Jornalismo Político é marcado por uma determinada lógica de produção que evoca valores específicos. Por mais que os políticos criem eventos ou façam discursos politicamente relevantes para eles mesmos, é o Jornalismo que filtra o que é ou não notícia.

Os jornalistas contribuem com suas concepções específicas do que é digno de ser noticiado quando abordam seu trabalho. Nos termos de Gans, as fontes podem se por à disposição, e os repórteres podem estar sob considerável pressão para relatar sobre elas de maneira que as agrade. Mas as fontes não fazem notícia a menos que (e até que) os jornalistas considerem que tais notícias são apropriadas. Tais considerações obedecem a critérios institucionais do que faz uma história de qualidade e não aos fins políticos que as fontes buscam (Gans, 1979, p. 81). (COOK, 2011, p. 209)

Dentro dessa perspectiva, é possível perceber que muitas vezes os acontecimentos políticos são pensados a partir da lógica de produção jornalística. “Os media training são responsáveis por facilitar o relacionamento do político com os meios de comunicação” (SOARES; MICHEL, 2011, p. 7). Os assessores de comunicação dos políticos, muitos deles com formação em Jornalismo, sabem o que é necessário para produzir uma boa pauta. Com tais conhecimentos, eles passam a fazer de campanhas, eventos políticos e até mesmo simples discursos, verdadeiras pautas noticiáveis. No entanto, quem decide se o fato é publicado ou não são os jornalistas. É importante levar

em conta que, para além da influência do campo político sobre o campo jornalístico e vice-versa, há outro campo, o econômico, que também exerce influência nessa relação.

Mont'alverne (2013) explica, a partir da leitura de especialistas, a relação entre Comunicação, Política e Economia como uma relação interdependente. “As acomodações e encaixes no sistema criado pelos três domínios não é harmoniosa” (2013, p. 15). A autora ainda comenta que a interação entre campo econômico e jornalístico é pautada pelo capital financeiro. É um triângulo relacional que envolve basicamente três dimensões de poder: financeiro, político e visual (no sentido de dar visibilidade a algo ou alguém). “A interferência do campo econômico na atividade jornalística pode acabar comprometendo o papel do Jornalismo na democracia” (2013, p. 16). Gomes (2004) exemplifica como se dá a relação entre os três domínios.

Se começar por examinar o vetor que vai da política aos negócios, veremos que o mundo da política tenta conseguir, do mundo dos negócios, doações para campanhas e/ou dinheiro para “caixinha” usando o cacife eleitoral provocado por uma superexposição midiática positiva de agentes e grupos em disputa na arena política. (GOMES, 2004, p. 150)

Ainda segundo o autor, estes momentos de exposição favorável e de boa vontade da imprensa são oportunidades para os arrecadadores saírem a campo. Os atores políticos querem exposição midiática favorável nos jornais, nas revistas, no rádio e na televisão. Eles querem também ver os adversários em enquadramentos midiáticos que os prejudiquem. Querem ainda que os meios de comunicação sejam instrumentos para formar uma opinião que se converta em voto (GOMES, 2004). As instituições jornalistas, por outro lado, têm suas exigências. Elas querem recursos para continuar o trabalho de comunicação e querem obter vantagens em relação às concessões, aos empréstimos e aos financiamentos públicos. Um ator influencia o outro em vista de um interesse específico.

Duas pesquisas sobre entrevistas servem como referência para este trabalho. A primeira é de autoria de Gomes (2012) e se dedica às entrevistas, também com candidatos à Presidência da República, transmitidas durante o primeiro turno das eleições de 2010 no Jornal Nacional. Gomes (2012) estuda a edição feita pelo Jornalismo em entrevistas não editadas, ou seja, ao vivo. A segunda pesquisa é de Albuquerque (2013) e consiste em uma análise das entrevistas concedidas também por presidentiáveis ao Jornal Nacional em 2010. Abordagem do autor se volta para a dimensão de Fourth Estate (“Quarto Poder”). De fato, as entrevistas são oportunidades

concretas de compreender mais sobre o Jornalismo Político e sobre a relação de influencia entre Comunicação e Política.

2.3. Jornalismo e eleições

“A função Política das eleições numa democracia, presumimos, é selecionar um governo. Portanto, comportamento racional vinculado às eleições é comportamento orientado para esse fim e nenhum outro” (DOWNS, 1999, p. 29). É verdade que as eleições já fazem parte da agenda do Jornalismo. O planejamento da cobertura da disputa por cargos políticos é feito ainda no início de cada ano eleitoral. O planejamento envolve desde a produção de conteúdo ao investimento financeiro. Como admitir que, com todo esse tempo de preparação, possam existir casos em que o Jornalismo não tenha sido fiel à tarefa de informar? O que está em jogo é poder. Logo, é preciso que os profissionais tenham um compromisso sério com a objetividade e a imparcialidade, como outrora afirmamos. É o esforço por expressar estes princípios que faz com que o Jornalismo diminua a margem ideológica que distorce a realidade. Analisar o desempenho do Jornalismo no período eleitoral é avaliar como a prática tem se aproximado da teoria, e vice-versa.

Antes de adentrarmos na dimensão Jornalismo e eleições, é preciso destacar que a imprensa, tecnologia de impressão, precedeu o Jornalismo. A imprensa passou por diversas fases até chegar ao que hoje se entende por Jornalismo. E cada fase é plasmada pela relação com a Política.

Na Idade média, a burguesia utilizou-se da imprensa, tecnologia comunicacional da época, para questionar o poder político absolutista vigente (THOMPSON, 2014). No século XVIII, a imprensa entrou na fase do partidarismo em que era utilizada como instrumento de divulgação dos partidos. Já no fim do século XIX começou a fase comercial em que ela deixou de ser utilizada somente para assuntos políticos e passou a contemplar outros conteúdos. Thompson (2014) argumenta que “a reprodutibilidade das formas simbólicas é uma das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação” (p. 46). Nessa fase, a informação deixou de ser unicamente instrumento político e passou a ser um produto.

As eleições para Presidente da República no Brasil fazem parte dos eventos promovidos pelo Tribunal Superior Eleitoral. Por um lado, o Jornalismo está inserido no

grande evento que é a disputa eleitoral e, por outro, o Jornalismo traz para si o acontecimento. O campo se apropria do evento político quando se trata de entrevistas e debates com candidatos. Com a apropriação, o evento passa a ser pensado a partir da lógica jornalística. Os candidatos precisam adequar a postura de autopromoção para os formatos jornalísticos. Visto que a preocupação por aparecer bem na televisão está cada vez maior, é possível entender o motivo das campanhas eleitorais gastarem a cada ano mais recursos com esse suporte especificamente. Barreto (2006) destaca que a preocupação com a visibilidade não é só dos candidatos, mas dos próprios representantes políticos. O autor comenta que, para os políticos, a relação com os jornalistas é arriscada. Isto porque o contato coloca o exercício de sua função em cheque. A audiência, que se encontra na qualidade de julgadora social, é quem passa a avaliar o exercício da função política. Gomes (2004) assegura que a presença na esfera da visibilidade pública é fundamental para candidatos e representantes políticos.

A opinião pública sofre influência do campo jornalístico, como apresentamos anteriormente (MARQUES, 2007; THOMPSON, 2014). E o fato de um candidato aparecer favorável, ou não, nas matérias jornalísticas dá a ele certa visibilidade perante a audiência. Este aspecto faz com que o período eleitoral seja um período tenso entre as duas instituições. É interesse do candidato aparecer na mídia de forma positiva, e é interesse do jornalista apresentar informações, muitas vezes desconhecidas, sobre os atores políticos. Mont'alverne (2013) comenta que “os agentes do campo político estão sujeitos a terem a imagem pública moldada e modificada cotidianamente” (p. 19). Entre outros fatores, as estratégias discursivas contribuem nesse processo. E contribuem de ambos os lados, pois os atores da Política e os atores do Jornalismo se valem delas em vista do interesse de seu campo específico.

Pinto (2005) explica que todo discurso é um discurso de poder. Segundo o autor, “o discurso político se destaca de todos, porque enquanto os outros tendem a deslocar seus desejos de poder, tornando-os opacos, o discurso político explicita sua luta pelo poder” (2005, p. 92). Pinto ainda ressalta que o discurso midiático busca a legitimação aproximando-se do discurso científico, amenizando seu caráter político. “O discurso jornalístico é um bom exemplo de um discurso, que passa por um discurso objetivo, mas é um discurso político” (2005, p. 92).

Esta pesquisa examina a relação entre Jornalismo e eleições a partir de duas dimensões. A primeira é a dimensão temporal, ou seja, o tempo das entrevistas é um período específico em que candidatos gastam esforços em vista de conquistar, de forma favorável, a atenção do público. A segunda é a dimensão espacial. O local em que os candidatos fazem esse exercício é a entrevista telejornalística ao vivo, que tem sua lógica própria e que estabelece uma relação em tempo real com a audiência. Trata-se de uma arena: de um lado, o candidato que quer se auto-promover e, de outro, o jornalista que quer exercer o seu papel de defensor do interesse público⁸. O fato de não ter edição prévia dá mais emoção ao processo, pois cada palavra do discurso é pronunciada para centenas de milhares de pessoas.

No capítulo, tratou-se da relação entre Comunicação e Política, mencionando as diversas especialidades que existem na área. O Jornalismo Político, dimensão em que esta pesquisa se insere, foi discutido a partir das transformações promovidas no “fazer jornalístico” ao longo do tempo e a partir da relação entre Jornalismo e Eleições. O próximo capítulo preocupa-se, especificamente, com o telejornalismo brasileiro e com o gênero entrevista.

⁸ Moraes Júnior (2011) discute a formação dos jornalistas a partir da ideia de defensor do interesse público em sua tese.

3. O TELEJORNALISMO NO BRASIL E A ENTREVISTA ELEITORAL

Este capítulo aprofunda a discussão em torno do telejornalismo e sua influência na sociedade brasileira. Além de destacar a televisão e sua presença na vida dos cidadãos, apresentamos os gêneros jornalísticos presentes na TV. Dentre os gêneros, a entrevista é tratada com maior destaque por ser o gênero estudado neste trabalho. A entrevista é apresentada como diálogo possível e como arena argumentativa.

3.1. Influência da televisão na sociedade brasileira

“O importante não é o que se vê na televisão, mas o próprio ato de vê-la” (PRADO, 1973, p. 21). O prazer em ver um conteúdo audiovisual ajuda a entender o motivo pelo qual a televisão se apresenta como o principal meio de comunicação do país. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia divulgada em 2014, 90% dos domicílios no Brasil possui aparelho de televisão. Para além do que afirma Prado (1973), os brasileiros utilizam a TV, como fonte primária de informação. A experiência de ver TV está conjugada com o desejo de ficar informado. Falar de televisão é falar de um meio de comunicação de massa com suas particularidades e com um potencial de alcance extremamente elevado. Ainda que alguns autores defendam que a televisão está em decadência por conta da Internet, pesquisas dizem o contrário.

“Com a transmissão direta de imagens e sons, a TV realiza a sua obra jornalística máxima” (REZENDE, 2000, p. 73). Isto é: dá ao público o fato no momento em que acontece. O imediatismo chegou ao Jornalismo por meio do rádio e da televisão. Diferente do impresso, as fronteiras do espaço e do tempo foram vencidas pela comunicação eletrônica. O rádio que o diga, pois é possível ter acesso às informações radiofônicas em vários lugares, como no carro, em casa, na rua, na escola etc. Devido aos custos operacionais mais baixos e à técnica simples, fica mais fácil produzir conteúdo para ser veiculado através do aparelho. A televisão, por outro lado, se vale da imagem, recurso que atrai a atenção de quem a vê. Rezende (2000) explica que há diversas diferenças entre o rádio e a televisão, mas ressalta que a linguagem em ambos se aproxima do tom coloquial. Para além desses eletrônicos, o surgimento da Internet e dos aparelhos móveis veio romper de uma vez por todas o “aqui” e o “agora”, ou seja, o espaço e o tempo, no exercício do Jornalismo.

A palavra e a imagem andam juntas no telejornalismo. Maciel (1995) defende que “a imagem é mais forte que a palavra”, porque “permanece gravada no cérebro do telespectador depois que a notícia já foi esquecida” (p. 18). No entanto, Rezende (2000) ressalta que a “interveniência da palavra tem ainda o poder de, em muitas circunstâncias, orientar até mesmo o público na interpretação das imagens” (p. 81). Neste caso, a palavra ganha mais destaque do que a própria imagem.

É sabido que uma emissora de televisão é fruto de uma concessão pública. A alteração, feita em 2012, no Decreto nº 52.795 sobre a regulamentação da radiodifusão no Brasil, que vigorava desde 1963, reafirma que as concessões de TV's são de responsabilidade do Presidente da República, mas estabelece que as concessões das emissoras de rádio sejam outorgadas pelo ministro das Comunicações⁹. Também é sabido que as emissoras têm como principal fonte de receita a publicidade. Vale ressaltar que quanto maior a audiência de uma estação de rádio ou de um canal de televisão maior será o valor arrecadado em publicidade.

No campo político, há uma atenção especial para a televisão, pois os organizadores de campanhas eleitorais, tendo consciência do alcance do meio, visam investir maiores esforços na promoção de seus candidatos. Importante observar que é, muitas vezes, por meio da televisão que os cidadãos se informam sobre os seus candidatos (ALBUQUERQUE, 2013). Eloá Muniz, consultora de marketing político, orienta os candidatos sobre a utilização da televisão:

A televisão dever ser usada de forma a despertar a emoção, de forma didática. Deve mostrar imagens otimistas, alegres, próximas ao eleitor. O candidato deve ter em mente que ele está ocupando um espaço nobre na casa do eleitor. E que naquele momento está participando do convívio familiar, portanto, deve usar um tom que condiga com o ambiente familiar.¹⁰

Nakovics (2010) ressalta que somente a televisão, principalmente nos períodos eleitorais, desenha a figura do político na sua plena generalidade. A autora argumenta que tal atitude é antiga. “Desde os tempos da democracia ateniense, sabemos que a política está ligada a um balanço de aparências; o político se dirigindo agora mais para convencer do que para depurar a verdade” (p. 1).

⁹ Informações do Portal Brasil disponíveis em <<http://goo.gl/3N8WZs>>. Acesso em 8 de novembro de 2015.

¹⁰ Informação do site da consultora no arquivo disponível em <<http://goo.gl/NCzxBR>>. Acesso em 8 de novembro de 2015.

Segundo Souza (2007), o primeiro político brasileiro que descobriu na televisão o poder de visibilidade imediata foi Juscelino Kubitschek. O presidente se valeu do meio para divulgar o seu plano de governo de “50 anos em 5”. Mas foi Carlos Lacerda, jornalista e político, quem primeiro encontrou na TV uma potência capaz de influenciar a opinião pública, afirma a autora. Já a “primeira demonstração de força da televisão em um processo eleitoral no Brasil se deu em 1974” (2007, p. 33). Souza explica que os políticos atribuíram à televisão a colaboração eficaz na vitória dos candidatos de oposição ao governo, “muitos deles com seus direitos políticos cassados pelo regime militar em 1965” (SOUZA, 2007, p. 33). Ainda sobre a importância da televisão:

A força e o domínio da televisão, especialmente em eleições, não é um privilégio do Brasil. Nos Estados Unidos, a fotogenia colaborou para a vitória de John Kennedy sobre Nixon no início da década de 60. A série de debates entre os dois candidatos mostrava pela televisão um presidente simpático e com boa intimidade no vídeo e o – então – vice-presidente dos Estados Unidos sem preparo e até antipático diante das câmeras e para os telespectadores. (SOUZA, 2007, p. 37)

Porto (1997) afirma que “o homem da era escrita, que baseava sua visão de mundo naquilo que lia, está sendo substituído (...) por aquele que constrói esta visão a partir daquilo que vê na televisão”. O autor complementa que vivemos hoje em dia sob o poder da imagem. “Na era da videopolítica, nossos julgamentos e escolhas sobre a política e os políticos se baseiam, de forma importante, na impressão subjetiva que suas imagens nos transmitem” (PORTO, 1997, p. 15).

O Jornalismo acaba por centralizar sua cobertura na pessoa do candidato e não nos partidos envolvidos em uma disputa eleitoral, argumenta Porto (1997). O autor assegura que um dos impactos mais importantes da televisão é a personalização, ou seja, o processo eleitoral é apresentado cada vez mais como disputa entre pessoas (candidatos). Os partidos aparecem como pano de fundo da personalidade política construída pelo candidato que disputa o pleito. É importante destacar que a televisão pode influenciar a visão de mundo da audiência, mas não pode impor. “A televisão não transmite informações sobre o mundo da política: ela o interpreta, confere a ele um determinado significado” (PORTO, 1997, p. 17).

Com a ascensão da Internet e também do acesso aos telefones celulares capazes de se conectar a rede mundial, há uma preocupação por parte dos produtores de conteúdo de televisão. No entanto, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 aponta que 97%

dos entrevistados afirmaram que ver TV é um hábito que une praticamente todos os brasileiros. A televisão tem papel de destaque perante os brasileiros. Em outros tempos, poderíamos utilizar a máxima “é uma paixão nacional”; hoje, nem tanto por conta da Internet, principalmente em telefones móveis.

A linguagem televisiva já faz parte do cotidiano dos brasileiros há mais de 60 anos. A compreensão dessa linguagem é essencial para perceber a realidade social. Compreender o campo jornalístico e o campo político a partir do encontro discursivo, que é a entrevista televisiva, é compreender a realidade cotidiana dos jornalistas, dos candidatos e também da sociedade envolvida no contexto analisado. O recorte que fazemos contempla a linguagem, ou seja, a tecnologia que tanto os candidatos quanto os jornalistas têm disponível no momento do ao vivo na televisão.

3.2. Telejornalismo: subcategorias e formatos

O Jornalismo de TV, ou telejornalismo, é uma das categorias do Jornalismo que leva em conta o suporte em que a informação é transmitida. Além dele, existe, de modo geral, o Jornalismo de Rádio, o Jornalismo Impresso e o Jornalismo de Internet, conhecido também como online ou digital. Uma característica intrínseca ao telejornalismo é o trabalho da imagem e do som.

Os telejornais são uma das principais marcas das emissoras de televisão no Brasil. A Rede Globo, por exemplo, em sua grade de programação tem os seguintes telejornais: Bom dia Brasil, transmitido de manhã, Jornal Hoje, transmitido de tarde, Jornal Nacional, transmitido de noite, e o Jornal da Globo, também transmitido à noite em um horário mais tarde. Além desses telejornais, as emissoras afiliadas, em cada Estado, produzem, no mínimo, mais dois telejornais locais. No caso do Ceará, a afiliada, TV Verdes Mares, transmite o Bom dia Ceará, de manhã, o CETV 1ª Edição, no início da tarde, e o CETV 2ª Edição, à noite. Seguindo a mesma lógica, a Rede Record, o SBT e a TV Bandeirantes também têm produções jornalísticas que abrangem a dimensão nacional e local a partir de parcerias.

A reportagem, o programa debate, o documentário, o plantão, o jornalismo especializado, os espetáculos midiáticos, o telejornal e a entrevista são subcategorias do telejornalismo, segundo a classificação de Rezende (2010). Cada uma tem uma linguagem específica que a caracteriza. Em relação aos gêneros jornalísticos, Rezende

(2010), defende, feitas as devidas ponderações, a existência de dois: Jornalismo Informativo e Jornalismo Opinativo. O formato dos conteúdos produzidos ajuda a reconhecer as categorias e os gêneros.

O Jornalismo Informativo é caracterizado pelos seguintes formatos: Nota (matérias curtas), Notícia (matérias em que o repórter não está em cena), Entrevista (diálogo entre jornalista e entrevistado), Reportagem (matérias maiores que as notícias e que o repórter aparece em cena), Indicador (matérias que contém algum tipo de serviço ou dados objetivos). O Jornalismo Opinativo é caracterizado pelos seguintes formatos: Editorial (texto que exprime a opinião da emissora), Comentário (análise de uma matéria jornalística que abrange fatos do cotidiano), Crônica (produção jornalística e literária). Além desses, existem outros formatos poucos recorrentes, segundo Rezende (2010). Entre eles, está a coluna, a charge e a participação do telespectador.

Há programas jornalísticos que mesclam as subcategorias e os gêneros em vista de diversificar o conteúdo para o público. É interessante levar em conta que a linguagem do jornalismo de televisão é a mesma para as subcategorias, os gêneros e os formatos. De acordo com Rezende (2010), o texto de TV precisa ser objetivo – ir direto ao ponto; direto – seguir a ordem canônica da língua portuguesa; simples – possuir períodos curtos e ter orações coordenadas; preciso – passar credibilidade por meio das fontes selecionadas; e coloquial – ter um texto escrito para ser falado. Os princípios da objetividade e da imparcialidade permanecem, mas a forma como eles se expressam é moldada conforme as especificidades da categoria jornalística. A seguir, aprofundaremos acerca da subcategoria e do formato entrevista no telejornalismo.

3.3. As entrevistas no telejornalismo

O gênero entrevista foi escolhido devido ao caráter fundamental que tem na narrativa jornalística. É a partir da entrevista que se obtém a maior parte das informações no exercício do Jornalismo (LAGE, 2003). As perguntas que constituem uma entrevista jornalística são diferentes das perguntas que constituem um questionário de investigação científica, por exemplo. No Jornalismo, há a preocupação em pensar questões que possam tirar informações objetivas dos entrevistados sem que exista margem para que eles fujam do tópico abordado, mas também de forma que eles mostrem quem são por meio de suas falas.

Caputo (2006) admite que conceituar o termo entrevista é uma tarefa difícil. Autores explicam o processo de entrevistar, mas, ao se deterem em uma conceituação, não conseguem palavras certas para definir a atividade base da profissão. A autora ainda explica que

Lage considera a palavra entrevista ambígua de significado, de acordo com ele: a) qualquer procedimento de apuração junto a uma fonte capaz de diálogo; b) uma conversa de duração variável com personagem notável ou portador de conhecimentos ou informações de interesses para o público; c) a matéria publicada com as informações colhidas em b). (CAPUTO, 2006, p. 27)

O termo “entrevista” se refere ao processo de apuração por e-mail, por telefone, por contato pessoal. Segundo Jaspers (1998, p. 162), há dois tipos de entrevista televisiva. A primeira é a entrevista factual que tem como propósito comprovar o relato jornalístico. Este tipo de entrevistas é utilizado em matérias em que é preciso conversar com várias fontes, coletando declarações, argumentos, opiniões, explicações, entre outros tipos de informação. O segundo tipo de entrevista é a empática. O propósito desta é apresentar aspectos da personalidade do entrevistado. O autor ainda explica que no telejornalismo as entrevistas podem ser de estúdio, de curta ou longa duração, gravadas ou ao vivo. Há também entrevistas feitas em um ambiente externo. Estas entrevistas estão mais expostas à captação de ruídos indesejáveis que podem comprometer o processo de entendimento da mensagem emitida. Jaspers (1998) considera o “povo fala”¹¹ como uma forma de entrevista. A quantidade de entrevistadores pode variar. Por exemplo, no programa “De Frente com Gabi”, do SBT, Marília Gabriela é a única entrevistadora. Já no programa Roda Viva, da TV Cultura, há vários entrevistadores para um único entrevistado. Há autores que levam em conta até a forma como se dá a interação física. Segundo Rezende (2010), se entrevistador e entrevistado estiverem em pé o processo tende a ser ruim e rápido, mas se estiverem sentados as perguntas e as respostas se alongam, e o respeito ao entrevistado e ao público aumenta.

O contato pessoal de qualidade entre os envolvidos em uma entrevista é defendido por Medina (1995) como meio pelo qual é possível estabelecer um autêntico diálogo em que, ao final do processo, entrevistado e entrevistador saem alterados, transformados. Nesse mesmo sentido, Caputo (2006) argumenta que a entrevista é uma

¹¹ “O povo fala” é uma espécie de enquete em que vários entrevistados respondem a uma mesma pergunta.

aproximação que o jornalista faz a partir de um roteiro de perguntas dirigidas a um ou mais indivíduos em uma determinada realidade. “(...) quando o jornalista realiza bem essa aproximação, a entrevista se torna uma experiência. Uma experiência de olhar o mundo e ouvir o outro” (2006, p. 28). Medina (1995) destaca que a possibilidade da entrevista como diálogo, como experiência registrada, começou a aparecer com o surgimento do rádio e da televisão.

Caputo (2006) apresenta 15 estratégias que devem ser seguidas no processo de produção e realização de uma entrevista. As dicas são as seguintes: “Pergunte primeiro se pode...”; “Esteja informado sobre o entrevistado”; “Faça um roteiro”; “Ouça de verdade”; “Não dispute com o entrevistado”; “Não roube a ideia de ninguém”; “Reconheça o limite”; “Desconfie da memória”; “Não invente ninguém”; “Pergunte por último...”; “Escolha o tema e edite”. É o impulso por querer conhecer a informação que vem do diálogo com o entrevistado que leva muitas vezes o jornalista a sair do roteiro em vista de aprofundar questões que não foram contempladas na produção da pauta.

A Rede de Jornalistas Internacionais apontam as seguintes orientações para os profissionais: use a entrevista como uma ferramenta de averiguação; seja sempre educado; não demonstre suas emoções; seja claro sobre o que você quer; não forneça um roteiro; responda aos ângulos da pauta; faça sua pesquisa; não julgue; não tente parecer inteligente; preste atenção; não fique irrequieto; verifique se há ruídos externos; faça um resumo¹². Tais orientações podem ajudar os entrevistadores na construção do diálogo e na apreensão das informações importantes.

Entrevistas ao vivo concedidas por presidenciáveis às emissoras de televisão têm uma importância particular em períodos eleitorais para os candidatos, para os jornalistas e para o próprio público. É a partir delas, muitas vezes, que os eleitores podem conhecer os candidatos, suas propostas e suas opiniões sobre temas pontuais. A entrevista, por exemplo, é tanto uma arena argumentativa quanto um espaço favorável para a relação entrevistador-entrevistado-público. Ousamos afirmar a partir da leitura de Medina (1995) que a entrevista sempre existiu e sempre existirá, pois diz respeito à relação EU e TU (vista algumas vezes por um ELE, mas basicamente estruturada nas duas primeiras pessoas). A relação EU e TU é fundamental para a existência da comunicação, do diálogo. Edgar Morin (1973) acredita na prática do diálogo como

¹² Informações do site ijnet.org disponíveis em <<https://goo.gl/dxY5Sw>>. Acesso em 8 de novembro.

caminho a ser percorrido em vista da compreensão humana; compreensão entendida como comunicação eficiente e eficaz.

3.3.1. Entrevista: o diálogo possível

Medina (1995), em seu estudo sobre a entrevista como um diálogo possível, observa o discurso jornalístico a partir de diversos aspectos, como o social, o filosófico, o psicológico, o técnico, entre outros. Arfuch (1995) explica que a entrevista é dividida em turnos, momentos ou oportunidades de fala. No processo de conversação, há perguntas, respostas, interrupções, disputa pelo turno, tentativa de mudança de assunto. Estes comportamentos verbais podem ser entendidos como estratégias discursivas. A pesquisa tem como objetivo identificar as estratégias discursivas utilizadas nas entrevistas ao vivo com os candidatos à presidência no Jornal Nacional durante o primeiro turno das eleições de 2014.

É importante atentar para o fato de que a do entrevistador deve ser tão importante quanto à personalidade do entrevistado. Por exemplo, não é interessante que o Presidente da República seja entrevistado por um jornalista sem, ou mesmo com pouco, capital profissional reconhecido em seu campo. Essa é uma orientação dada por Medina (1995) em seu livro *Entrevista: o diálogo possível*. A autora ainda destaca que há entrevistas em que a imagem do entrevistador deve ser simpática tanto para o entrevistado quanto para o público; no entanto, é preciso ter discernimento quanto à postura adotada pelo entrevistador. Por exemplo, diante do tema político a simpatia e cordialidade exageradas podem, com certeza, ser deixadas de lado em vista de aproveitar o tempo para render informações relevantes para o público, pois é por esse motivo que o candidato ou representante político é entrevistado. Arfuch (1995) explica que os personagens das entrevistas lidam com o dilema do “Ser” versus “Parecer”. As estratégias utilizadas no discurso acabam por construir, muitas vezes, algo que o entrevistado e o entrevistador não são.

No caso do entrevistador, Medina (1995) destaca que o processo de produção de uma entrevista, dependendo da empresa jornalística, passa por diversas mãos. A produção deve munir o entrevistador da maior parte de informações possíveis sobre o conteúdo da entrevista. Quando a temática envolve Política essa preocupação é acentuada, pois, por ser um tema especializado, o entrevistador deve estar preparado para discutir aspectos particulares do campo. Medina (1995) condena a postura

autoritária que alguns entrevistadores assumem, pois interfere no processo de construção do diálogo em uma entrevista. “O diálogo é democrático; o monólogo é autoritário” (MEDINA, 1995, p. 7).

No caso dos entrevistados políticos, é preciso que eles sejam, como Bourdieu (1997) define, *fast thinkers*, ou seja, capazes de responder, de forma rápida, aos questionamentos colocados pelos jornalistas. O candidato precisa correr contra o tempo, muitas vezes estabelecido com critérios rigorosos, reunindo todos os seus conhecimentos de retórica e sistematizando as respostas a partir de estratégias discursivas específicas.

As entrevistas são uma forma distinta de encontro social. (...) As entrevistas ocorrem num campo de trabalho antropológico ou sociológico; tomam o nome de “anamnese” na medicina e no serviço social; na psicanálise, tomam a forma de sessão terapêutica; em direito, a entrevista torna-se o processo prévio de “colher meios de prova” e, durante julgamentos, o testemunho; na televisão, forma a espinha dorsal dos programas de entrevista; no Jornalismo, assume tanto a forma de entrevista como coletiva para imprensa; e na educação, aparece como diálogo socrático. Michel Foucault argumenta que todas essas formas incluem formas regulamentadas de troca, com uma distribuição desigual de poder entre cliente e profissional da instituição, com raízes na tradição religiosa da confissão. (NICHOLS, 2007, p. 160)

A entrevista é um ponto de encontro entre dois atores. Estruturalmente, os atores devem ter consciência de seus papéis, ou seja, o entrevistador pergunta e o entrevistado responde. Essa consciência não impede a construção do diálogo, mas favorece. Se por algum motivo um dos atores fugir desse esquema há uma interrupção no processo conversacional; principalmente quando a entrevista acontece ao vivo, causando desconforto ao público.

Mats Ekström (EKSTRÖM, 2001, 2012) dá alguns exemplos de convenções básicas do gênero: o jornalista é quem começa e termina falando e quem toma a iniciativa e convida o político a falar; o entrevistado deve saber que o entrevistador é quem tem o poder de estabelecer a agenda e decidir que temas a conversa deve cobrir; cabe ao entrevistado cooperar, respondendo às questões, sabendo-se que se recusar a responder também é uma resposta à questão. (GOMES, 2012, p. 11)

Sobre as entrevistas realizadas na bancada de telejornais Gomes (2012) defende que elas não acontecem para dizer que político e telespectador têm uma oportunidade de ter uma relação direta. Mas para que o jornalista exerça a sua autoridade em relação ao entrevistado, reafirmando assim o seu papel.

(...) espera-se que o jornalista use a sua autoridade para: (a) fazer questões que permitam ao público obter do político toda a informação Política necessária para uma decisão eleitoral qualificada; (b) impedir que o político

manipule a audiência com respostas inconclusivas ou falsas, informações distorcidas sobre si ou sobre os adversários ou simplesmente produza mais propaganda. Assim, a autenticidade parece garantida ao mesmo tempo pela ausência de filtros, supressões e acréscimos que alterem a voz genuína do ator político, mas também pela presença de constrangimentos produzidos pela autoridade jornalística que está ali, presente e vigilante. (GOMES, 2012, p. 11)

Gomes (2012) explica que o público sabe e reconhece a bancada do telejornal como espaço dos jornalistas. Eles são os anfitriões, ou seja, são eles que conduzem os entrevistados. Já estes são hóspedes que devem respeitar as regras, “inclusive aquela que diz que o poder ali se distribui assimetricamente” (2012, p. 12).

O trabalho de Gomes (2012) dá norte para esta pesquisa, pois ele estudou as entrevistas concedidas por presidenciáveis ao Jornal Nacional em 2010. O autor explica que a entrevista é uma oportunidade de mediação jornalística¹³ sobre o discurso político. Essa mediação se dá em dois níveis. O primeiro diz respeito às atitudes dos entrevistadores ao perguntar. Por exemplo, ceticismo, descrença, desconfiança, simpatia. O segundo nível diz respeito aos comportamentos verbais, ou seja, intervenções corretivas, interrupções de raciocínio, recusa dos percursos argumentativos, contestação de afirmações, reiteração do ponto de vista, mudança de assunto e insistência. Para a nossa análise, interessa o segundo nível.

3.3.2. Entrevista: a arena argumentativa

As orientações que apresentamos nos tópicos anteriores apontaram para uma perspectiva que não considerava a tensão como um aspecto constantemente presente na situação discursiva. Gomes, ao afirmar que “a entrevista eleitoral necessariamente é uma competição pelo controle da argumentação e assim é considerada pelos atores das duas instituições envolvidas” (2012, p. 12), dá margem para um novo formato, que é a entrevista eleitoral. O autor afirma que “a entrevista eleitoral parece ter se tornado uma espécie de gênero discursivo à parte, à medida que já se espera dos jornalistas um padrão de atitude e um padrão de questões que as materializa” (2012, p. 19). A dimensão de diálogo possível, em parte, permanece, mas o que está de fato em jogo, segundo o autor, é o prestígio do Jornalismo, de um lado, e o êxito Político, de outro. Por esse motivo, os jornalistas buscam estratégias para controlar, de forma mais atenuada, o discurso do entrevistado político. Estes se valem também de estratégias discursivas para alcançar seus objetivos.

¹³ Ou seja: “procedimento de tratamento da voz ou discurso dos atores políticos” (GOMES, 2012, p. 10).

Gomes (2012) apresenta o estudo de Hallin que investigou o tempo dedicado aos políticos nas sonoras, ou sound bites, em telejornais americanos. A pesquisa constata que as sonoras diminuíram drasticamente durante o período de 1968 a 1988, “justamente aquele [tempo] em que o telejornalismo se tornou um componente central da representação pública da Política” (2012, p. 8). Vale destacar que “sonoras, ou sound bites, são os segmentos de fala contínua de um entrevistado inseridos em uma matéria na televisão ou no rádio” (2012, p. 7).

De mais de 40 segundos para menos de 10 segundos foi a redução observada pela pesquisa de Hallin. Gomes realizou estudo similar em 2009 para verificar o tempo médio da sonora no telejornalismo brasileiro. O autor identificou que a sonora média de atores políticos no Jornal Nacional era de 12,9 segundos (2009, p. 195). É interessante observar esse aspecto redutor porque nos leva a perceber uma transformação do Jornalismo. Segundo Gomes (2012), em um primeiro momento o Jornalismo de TV era visto como instrumento de coleta de fala dos entrevistados políticos para, em seguida, ser transmitida para o público. Em um segundo momento, ainda de acordo com o autor, o Jornalismo passa a utilizar a fala do entrevistado como matéria prima, que, só depois de tratada, é exibida nos telejornais. É uma transformação significativa, pois demonstra o caráter do Jornalismo em relação à Política, principalmente quando se trata de entrevistas eleitorais.

“O telejornal não leva a entrevista eleitoral para a sua bancada apenas para dizer que, como não filtrou o que o candidato está dizendo, o espectador tem agora uma relação direta com o que o político pensa e quer” (GOMES, 2012, p. 11). É papel dos jornalistas informar com qualidade. Os entrevistadores, quando possuem uma personalidade conhecida pelo público, são sinônimos de prestígio, de credibilidade, de autoridade jornalística, de celebridade e de simpatia. Não é só o capital individual do jornalista que está em jogo, mas o capital específico da própria instituição jornalística. Gomes explica que audiência e políticos acreditam no seguinte pressuposto: “a Política é um poder manipulador e o Jornalismo é um poder revelador ou desmascarador” (2012, p. 11). Na bancada do telejornal, a relação entre os dois campos se expressa de forma concreta.

Em uma entrevista, os comportamentos verbais podem ser analisados a partir das falas dos entrevistadores e dos entrevistados. No caso da entrevista

telejornalística, as intervenções corretivas, as interrupções, a reiteração do ponto de vista, a mudança de assunto e a insistência em uma determinada questão são exemplos de estratégias discursivas a serem analisadas. Estratégias que muitas vezes servem, de um lado, para controlar a fala do entrevistado e, de outro, para desviar das perguntas do entrevistador. As estratégias são identificadas a partir das oportunidades de fala, ocasiões que dão margem para analisar a relação de influência entre Jornalismo e Política. Importante destacar que as oportunidades são finitas e possuem uma assimetria. Isto porque quem decide quem fala, ou não, é o jornalista. As entrevistas acontecem na “casa” dos profissionais, ou seja, na bancada do telejornal. Os entrevistados estão na posição de hóspedes, em outras palavras; logo, precisam seguir algumas regras e direcionamentos. No entanto, o jornalista, como bom anfitrião, deve tratar adequadamente os convidados.

Há de se esperar que a entrevista seja concebida de tal forma que o político tenha tempo, tranquilidade e todas as oportunidades necessárias para a apresentação de si mesmo, das suas ideias, da sua compreensão dos problemas sociais, da sua agenda, das Políticas que deseja sustentar. O que acontece, contudo, pode estar bem distante deste pressuposto (GOMES, 2012, p. 13).

Gomes (2012) ainda afirma que existe um nível de competição que leva em conta o discurso jornalístico e político.

(...) tem a ver com o modo como a instituição jornalística usa a sua quota de falas para o controle da fala do político. Como a entrevista é uma atividade conversacional – o que supõe ao menos dois sujeitos negociando os seus percursos argumentativos, frames, procedimentos demonstrativos, duração e distribuição das falas e, por fim, regras de polidez –, pode-se examinar como e até que ponto uma das partes pode assumir o controle dos atos discursivos da entrevista. Diferentes comportamentos conversacionais básicos são parte da luta a) pelo domínio dos pontos de vista, pela imagem de si que se quer transferir, pela chance de persuasão da audiência mediante o controle dos enquadramentos e das premissas adotadas; b) pela condução dos raciocínios, o que inclui desde a dimensão da elocução sem interrupção (por quanto tempo alguém pode continuar falando sem ser interrompido) até a decisão sobre quem tem a última palavra. (GOMES, 2012, p. 15)

De fato, a entrevista eleitoral é, para além de um ato conversacional, uma arena de disputa entre o campo do Jornalismo e o campo da Política. No caso dessa pesquisa, utilizaremos na análise as categorias, apresentadas por Gomes (2012) em seu estudo, que dão conta dos comportamentos argumentativos dos entrevistadores e dos entrevistados. Estes comportamentos podem ser entendidos também como estratégias discursivas. Visto que as estratégias são habilidades argumentativas importantes para cada um dos atores se sobressair na situação discursiva que se encontram.

Principalmente para os candidatos que muitas vezes se deparam com questões desconfortáveis. No capítulo seguinte apresentamos a classificação das estratégias na seção que trata da metodologia.

4. DO JORNAL NACIONAL À MATEODOLOGIA DE ANÁLISE

O quarto capítulo trata do Jornal Nacional e dos candidatos entrevistados no primeiro turno das eleições de 2014. Além de apresentar as pesquisas de intenção de voto realizadas pelos institutos especializados, o capítulo contextualiza as entrevistas do JN dentro do período eleitoral. A metodologia, as técnicas e as categorias de análise são explicadas nas últimas seções do capítulo.

4.1. Jornal Nacional: credibilidade e popularidade

O Jornal Nacional (JN) surgiu em 1º de setembro de 1969 com o objetivo de ser um telejornal em rede, ou seja, que contemplasse todo o país. Desde a inauguração, a Rede Globo de Televisão investiu em conteúdos jornalísticos, no entanto, em âmbito local. Com o Jornal Nacional, o sonho de ter um informativo televisivo, que fosse capaz de cobrir as macro-regiões do Brasil, estava perto de se tornar real. Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Oeste, Leste, Sudeste e Sul estariam representados nas matérias. Souza (2007) afirma que o telejornal tem por sua característica o dever de ser um dos mais importantes programas da televisão brasileira e o de maior credibilidade. “Entretanto, nem sempre as posições ideológicas da emissora e a falta de ética no processo de produção permitem que ele cumpra seu papel” (p. 223).

O telejornal tem mais de 45 anos no ar. Ele já passou por acontecimentos históricos do país, dentre eles, a ditadura militar, as primeiras eleições diretas no Brasil após o regime autoritário e a queda de Collor. O JN noticiou o escândalo americano Watergate e a renúncia de Nixon, o ataque às torres gêmeas, a queda do muro de Berlim e várias edições das Olimpíadas e da Copa do Mundo, entre outras coberturas internacionais. O Jornal Nacional, de fato, tem experiência em Jornalismo e ao longo da história marcou sua presença no cenário nacional a ponto de se tornar o programa mais lembrado pela população brasileira segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia realizada em 2014.

Tabela 1 – Programas mais assistidos de segunda a sexta em 2014

Resposta	Brasil	Gênero		Faixa Etária					
		Masculino	Feminino	16 a 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	56 a 65 anos	Mais de 65 anos
Jornal Nacional	35,1	39,5	31,1	23,3	34,8	40,3	41,7	39,9	36,2
Amor à Vida	31,6	19,9	42,2	32,3	33,5	31,2	32,2	29,3	28,1
Jornal da Record	13,0	15,4	10,8	11,7	13,5	14,1	13,7	11,4	13,0
Sangue Bom	8,5	3,9	12,6	9,6	8,0	8,2	8,7	7,8	8,0
Cidade Alerta	7,9	9,7	6,3	7,7	8,0	9,2	7,2	8,6	6,5
Globo Esporte	5,9	11,1	1,1	9,0	6,1	4,5	4,4	4,9	4,1
Balanço Geral	5,7	5,4	6,0	5,2	5,9	6,0	5,5	6,3	6,0
O Cravo e a Rosa	5,1	1,9	8,1	5,5	4,4	4,6	5,5	4,6	6,7
Jornal Hoje	3,9	4,0	3,8	2,8	4,3	4,2	4,5	4,4	3,6
Jornal da Globo	3,8	4,7	3,0	3,2	3,8	4,2	3,9	3,8	4,3

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2014.

Segundo Souza (2007), a “cobertura na campanha pelas diretas em 1984, campanhas eleitorais de 1982 para o governo do Rio de Janeiro e de 1989 para presidente foram alguns dos momentos em que o papel tendencioso do telejornal esteve mais evidente. “A Rede Globo praticamente ignorou a campanha que mobilizava o país [em 1984] e o Jornal Nacional (...) omitia qualquer evento da campanha e até distorcia os fatos” (SOUZA, 2007, p. 59). Segundo a autora, a candidatura de Leonel Brizola, 1982, para governador do Rio de Janeiro “não agradava ao regime militar e muito menos a Roberto Marinho [dono da Rede Globo de Televisão]”. A cobertura feita pela emissora “se transformou em caso polêmico que quase mudou os rumos da eleição do Rio de Janeiro”. Em 1989, Fernando Collor foi o candidato do PRN (Partido da Reconstrução Nacional) à Presidência da República favorecido em um debate promovido pela emissora carioca, segundo Souza (2007)¹⁴. A autora observa que o Jornal Nacional, antes mesmo do debate, realizou uma cobertura desigual em relação ao opositor, à época, Luís Inácio Lula da Silva (PT – Partido dos Trabalhadores). Rubim (1989) destaca que: “Enquanto Collor teve 21,5% do tempo do Jornal Nacional, entre 28 de agosto e 29 de novembro, Lula obteve apenas 9%” (p. 17).

¹⁴ “A cobertura da eleição presidencial de 1989 foi a primeira depois de 20 anos de existência do telejornal, já que o programa surgiu em pleno regime militar (1964 - 1985)” (SOUZA, 2007, p. 13).

Interessante que na história do telejornal, em 1992, houve uma cobertura das manifestações contra o presidente Collor. O candidato, que outrora fora favorecido pelo JN, foi eleito e, tempos depois, passou a ser apresentado como nocivo para o governo brasileiro. Entre os interesses que influenciaram a mudança de posicionamento, estiveram a suspensão de privilégios concedidos pelo governo Sarney e a retirada da propaganda governamental da emissora (SOUZA, 2007). Em 1997, o JN exibiu uma entrevista sobre insinuações do envolvimento de Collor com a máfia italiana. O ex-presidente exaltou-se visivelmente diante das perguntas feitas por Sônia Bridi. Collor centrou-se em questionar as premissas das perguntas feitas pela jornalista. A entrevista, aparentemente não editada, permitiu que a fala do político fosse apresentada sem interrupções¹⁵.

Em 2002, o Jornal Nacional começou a fazer entrevistas ao vivo com os principais candidatos ao cargo do Poder Executivo nacional, seguindo, assim, uma tendência que começara nos Estados Unidos.

“Um marco da cobertura foram as entrevistas com os candidatos à presidência, ao vivo, na bancada do JN, entre os dias 8 e 11 de julho. A primeira foi com Ciro Gomes, seguido de Anthony Garotinho, José Serra e, por último, Luiz Inácio Lula da Silva. A sequência foi definida por sorteio. Os candidatos foram sabatinados por William Bonner e Fátima Bernardes, que seguiram regras negociadas com os assessores dos candidatos. A experiência foi inédita tanto para os candidatos quanto para o histórico do JN em eleições” (MEMORIAL DA GLOBO, JORNAL NACIONAL)¹⁶.

Nos anos em que houve eleições para Presidente da República, as entrevistas aconteceram novamente. Em 2006, os entrevistados foram Geraldo Alckmin (PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira), Heloísa Helena (PSOL – Partido Socialismo e Liberdade), Cristovam Buarque (PDT – Partido Democrático Trabalhista) e Lula (PT – Partido dos Trabalhadores), que tentava a reeleição. Em 2010, Dilma Rousseff (PT), Marina Silva (PV – Partido Verde) e José Serra (PSDB) foram os candidatos entrevistados.

As entrevistas de 2014 ocorreram de 11 a 27 de agosto. Dilma Rousseff (PT), que tentava a reeleição, Aécio Neves (PSDB), Pastor Everaldo (PSC – Partido Social Cristão), Eduardo Campos e Marina Silva (PSB – Partido Socialista Brasileiro) foram à bancada do telejornal. Escolheu-se, como objeto de pesquisa, as entrevistas realizadas em 2014. Entre outros motivos, o aumento do tempo de entrevista foi o que

¹⁵ Entrevista disponível na íntegra em <<https://goo.gl/WQ4Ivv>> Acesso em 15 de outubro de 2015.

¹⁶ Disponível em <<http://goo.gl/BcXjW4>> Acesso em 15 de outubro de 2015.

nos chamou atenção. Até 2010, as entrevistas com os presidenciáveis duravam 12 minutos, passando para 15 minutos em 2014. Tal fato nos levou a pensar sobre o aumento do tempo de exposição dos candidatos visto que quanto maior o tempo, maior a disputa argumentativa entre os atores envolvidos nas entrevistas. Outro fator que nos motivou a escolher as entrevistas de 2014 foi a mudança das jornalistas entrevistadoras. Até 2010, Fátima Bernardes e William Bonner estiveram à frente das entrevistas, William Bonner permaneceu em 2014, mas Fátima Bernardes foi substituída por Patrícia Poeta.

Identificamos e analisamos as estratégias discursivas dos candidatos e dos jornalistas, a partir das oportunidades de fala de cada um, com o objetivo de compreender como se manifesta a relação de influência entre o campo jornalístico e o campo político nas entrevistas telejornalísticas. O Jornal Nacional foi escolhido por ter sido um dos primeiros telejornais brasileiros a entrevistar ao vivo candidatos a cargos políticos em períodos eleitorais. Uma das características das entrevistas no JN com os candidatos é que elas ocorrem no início da corrida eleitoral. Este foi mais um dos fatores que nos levou a analisá-las. Outro aspecto foi o seu alcance, pois, segundo informações da Folha de São Paulo, os candidatos tiveram a oportunidade de falar para aproximadamente 36 milhões de telespectadores¹⁷. Além disso, estudar as entrevistas do primeiro turno é uma forma de perceber como a corrida eleitoral começou e para onde ela apontou.

O critério de seleção de candidatos para serem entrevistados no Jornal Nacional leva em conta o desempenho nas pesquisas realizadas pelo Datafolha e pelo Ibope. Na época, Dilma Rousseff tinha 36%, Aécio Neves, 20%, Eduardo Campos, 8%, e Pastor Everaldo, 3%. Depois de um grave acidente de avião que matou Eduardo Campos, Marina Silva assumiu a candidatura do PSB para presidência. Com isso, o Jornal Nacional resolveu entrevistá-la em 27 de agosto de 2014. A seguir apresentamos o contexto político do período eleitoral.

¹⁷ Disponível em <<http://goo.gl/itjy19>>. Acesso em 15 de outubro de 2015.

4.2. Eleições 2014: uma nação dividida

Antes mesmo do final do segundo mandato de Luís Inácio Lula da Silva, Presidente da República de 2003-2006 e de 2007-2010, começou-se a cogitar um nome do Partido dos Trabalhadores (PT) para a sua sucessão. O nome de Dilma Rousseff foi um deles. Ela era ex-ministra de Minas e Energias e, à época, a primeira mulher a ocupar o cargo de chefe da Casa Civil. Dilma ficou à frente da Casa Civil depois que José Dirceu saiu devido ao escândalo político do Mensalão¹⁸. Tempos depois, o nome de Dilma foi confirmado para disputar as eleições para Presidente da República.

Em 2010, Dilma concorreu às eleições presidenciais contra José Serra do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) e Marina Silva do PV (Partido Verde). Além dos três, outros seis candidatos pleitearam o cargo: Ivan Pinheiro do PCB (Partido Comunista Brasileiro), Zé Maria do PSTU (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado), José Maria Eymael do PSDC (Partido Social Democrata Cristão), Levy Fidelix do PRTB (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro), Plínio de Arruda Sampaio do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) e Rui Costa Pimenta do PCO (Partido da Causa Operária).

Dilma e Serra foram os únicos candidatos que fizeram parte de coligações – pactos políticos entre partidos de ideias afins para governar o país. Dilma esteve na coligação “Para o Brasil seguir mudando” que era composta pelo PT (Partido dos Trabalhadores), PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), PDT (Partido Democrático Trabalhista), PCdoB (Partido Comunista do Brasil), PSB (Partido Socialista Brasileiro), PR (Partido da República), PRB (Partido Republicano Brasileiro), PSC (Partido Social Cristão), PTC (Partido Trabalhista Cristão) e PTN (Partido Trabalhista Nacional). Já Serra esteve na coligação “O Brasil pode mais” composta pelo PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), DEM (Democratas), PPS (Partido Popular Socialista), PMN (Partido da Mobilização Nacional), PTdoB (Partido Trabalhista do Brasil) e PTB (Partido Trabalhista Brasileiro).

O investimento na imagem pública de Dilma Rousseff foi uma estratégia explorada bastante durante a campanha Política de 2010. Segundo Pires (2011), já em

¹⁸ “O Supremo Tribunal Federal concluiu que o mensalão foi um esquema ilegal de financiamento político organizado pelo PT para corromper parlamentares e garantir apoio ao governo Lula no Congresso em 2003 e 2004, logo após a chegada do partido ao poder”, segundo informações da Folha de São Paulo disponíveis em < <http://goo.gl/laElNq>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

2008 “o qualificativo mãe foi, publicamente, atribuído por Lula a Dilma” (p. 141). A candidata se tornou discípula do “jeito Lula de governar”. Se, de um lado, Dilma procurava ganhar reconhecimento perante os eleitores, de outro, Serra e Marina não ficavam atrás. As redes sociais foram instrumentos de destaque nessa batalha pelo poder (MARQUES; SAMPAIO, 2011; MARQUES *et al*, 2011).

Ainda que não tenha se distanciado muito de seu principal concorrente, Dilma esteve à frente a ponto de ganhar as eleições no primeiro turno com 46,91% dos votos, e com 56,05% do total de votos no segundo turno. “Em seu pronunciamento de candidato derrotado nas eleições presidenciais, José Serra (...) se emocionou ao dizer que sua mensagem de despedida ‘não é um adeus, mas um até logo’” (trecho da matéria de Rosanne D'Agostino do Portal de notícias UOL)¹⁹.

A eleição apertada de Dilma em 2010 foi um prelúdio do que viria a ser a reeleição dela em 2014. Segundo o jornal Folha de São Paulo, a disputa foi a mais acirrada da história do Brasil²⁰. Praticamente no início da corrida eleitoral a morte de Eduardo Campos (PSB) reajustou todo o cenário político. Marina Silva (Rede Sustentabilidade), que não concorreria, passou a ser candidata do PSB no lugar de Campos. Além disso, escândalos e acusações sobre os presidenciáveis também vieram à luz no período.

Aécio Neves foi o candidato do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) à Presidência da República. Também estiveram na disputa pelo cargo: Pastor Everaldo Pereira (PSC), Eduardo Jorge (PV), Luciana Genro (PSOL), José Maria Eymael (PSDC – Partido Social Democrata Cristão), José Maria de Almeida (PSTU – Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado), José Levy Fidelix (PRTB – Partido Renovador Trabalhista Brasileiro), Mauro Luís Iasi (PCB – Partido Comunista Brasileiro) e Rui Costa Pimenta (PCO – Partido da Causa Operária).

Dilma Rousseff, Aécio Neves e Marina Silva fizeram parte de coligações nas eleições de 2014. Dilma esteve na coligação “Com a Força do Povo” composta por PT (Partido dos Trabalhadores), PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), PSD (Partido Social Democrático), PP (Partido Progressista), PR (Partido da República), PDT (Partido Democrático Trabalhista), PRB (Partido Republicano

¹⁹ Informação disponível em <<http://goo.gl/kNHO3d>>. Acesso em 22 de setembro de 2015.

²⁰ Informação disponível em <<http://goo.gl/ZHHsRI>>. Acesso em 15 de outubro de 2015.

Brasileiro), PROS (Partido Republicano da Ordem Social) e PCdoB (Partido Comunista do Brasil), PSB (Partido Socialista Brasileiro).

Aécio esteve na coligação “Muda Brasil” composta por PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), SD (Solidariedade), PMN (Partido da Mobilização Nacional), PEN (Partido Ecológico Nacional), PTN (Partido Trabalhista Nacional), PTC (Partido Trabalhista Cristão), DEM (Democratas), PTdoB (Partido Trabalhista do Brasil) e PTB (Partido Trabalhista Brasileiro).

Marina esteve na coligação “Unidos pelo Brasil” composta por PSB (Partido Socialista Brasileiro), PPS (Partido Popular Socialista), PSL (Partido Social Liberal), PHS (Partido Humanista da Solidariedade), PPL (Partido Pátria Livre) e PRP (Partido Republicano Progressista). As parcerias Políticas tem se tornado cada vez mais estratégicas em vista da disputa pelo poder.

As entrevistas analisadas por esta pesquisa estão inseridas no primeiro turno das eleições de 2014. Elas aconteceram de 11 a 27 de agosto. Nesse intervalo de tempo, Marina Silva, desde que entrou na disputa, esteve atrás de Dilma nas pesquisas. No entanto, o Datafolha apontou, um dia após a entrevista da candidata do PSB no JN, um empate entre ela e Dilma. Segundo o instituto, Dilma e Marina tiveram 34% das intenções de votos na pesquisa realizada nos dias 28 e 29 de agosto²¹. Perto da reta final, Aécio Neves começou a ganhar destaque e assumiu o posto de Marina. As pesquisas realizadas em 3 e 4 de outubro, dias antes da eleição, apontaram que dos votos válidos Dilma estava com 46%, Aécio, 27%, e Marina, 24%, segundo o Ibope, e Dilma com 44%, Aécio, 26%, e Marina, 24%, segundo o Datafolha²². O resultado, de fato, do primeiro turno, realizado no dia 5 de outubro, foi Dilma, 41,59%, Aécio, 33,55%, Marina, 21,32%²³. Dilma e Aécio disputaram o segundo turno.

De modo geral, as pesquisas feitas pelo Datafolha, Ibope e Vox Populi apontaram no primeiro turno Dilma Rousseff em primeiro lugar, ainda que com uma porcentagem de diferença mínima em relação aos outros candidatos. A pontuação de Dilma variou entre 36% e 41% no período de 17 de agosto a quatro de outubro. Marina Silva (de 20% a 30%) e Aécio Neves (de 17% a 24%) vinham logo em seguida. Pastor

²¹ Informações disponíveis em <<http://goo.gl/BamyvA>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

²² Informações disponíveis em <<http://goo.gl/W0zU9r>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

²³ Informações disponíveis em <<http://goo.gl/N4O0wE>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

Everaldo, Luciana Genro e Eduardo Jorge oscilaram entre 0% e 1% dos votos válidos. Os demais candidatos não conseguiram atingir um ponto nas pesquisas.

O embate entre PSDB e PT ficou evidente no segundo turno. Nas primeiras pesquisas divulgadas pelo Datafolha e pelo Ibope, Aécio Neves apareceu em primeiro lugar. O candidato chegou a marcar 46% nas pesquisas realizadas entre os dias 7 e 9 de outubro, poucos dias após o primeiro turno²⁴. Observando as pesquisas realizadas pelos institutos Datafolha, Ibope e Vox Populi, a pontuação do candidato tucano, no período de sete de outubro a 25 de outubro, variou de 41% a 46%. Já a da candidata Dilma Rousseff variou no mesmo período de 43% a 49%. A disputa acirrada dividiu os eleitores brasileiros. O resultado das urnas no segundo turno foi a vitória de Dilma com 51,64%. Aécio Neves conquistou 48,36% dos votos válidos. Os votos nulos e em branco somaram pouco mais de 6%.

O fato de Marina Silva, após a entrevista no JN, ter empatado, nas pesquisas de intenção de voto, com Dilma Rousseff nos chamou atenção. A partir disso, interessamo-nos em descobrir qual a contribuição das entrevistas telejornalísticas do primeiro turno nos resultados das eleições. De que forma o desempenho dos candidatos e dos jornalistas nas entrevistas influenciaram os resultados das eleições de 2014? Como outrora apresentamos, o resultado dessa disputa tem, provavelmente, uma parcela de influência dos processos de comunicação, ou melhor, do campo jornalístico. Estudar as entrevistas é estudar um aspecto das eleições de 2014. Poderíamos ter escolhido os debates que as emissoras promovem, mas escolhemos as entrevistas realizadas no primeiro turno com o intuito de contribuir na compreensão de como se manifesta a relação entre os atores, do Jornalismo e da Política, no início das eleições.

Os estudos na área de Comunicação e Política pouco abordam o gênero entrevista telejornalística. Esta pesquisa analisa as entrevistas com presidenciáveis a partir das estratégias discursivas utilizadas, considerando e dando ênfase à influência entre Comunicação e Política. A pesquisa se faz relevante por tratar do campo político e do campo jornalístico, destacando a complexidade da utilização dos meios de comunicação. Pode-se pensar os comportamentos verbais desenvolvidos durante o período eleitoral de duas formas complementares: a) pelo lado da Política, como o

²⁴ Informações disponíveis em <<http://goo.gl/7QVuxu>> e <<http://goo.gl/FgE2g5>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

processo de estruturação e convencimento que os candidatos realizam em cima de suas propostas; e b) pelo lado do Jornalismo, como processo de produção telejornalística. É sabido que na TV cada palavra é minuciosamente pensada antes de ir para o roteiro, principalmente quando se trata de matérias que envolvam temas políticos, o mesmo acontece em relação aos candidatos que buscam ter um discurso estritamente elaborado. Esta pesquisa tem o interesse de identificar as estratégias discursivas mais utilizadas por jornalistas e candidatos para melhor compreender a relação que se dá entre os dois campos.

4.3. Metodologia e coleta do *corpus*

Optamos pela Análise de Conteúdo porque o método permite fazer uma análise da enunciação, ou seja, do material linguístico das entrevistas. O discurso jornalístico ou político não é um produto pronto, mas um processo em elaboração. Nas entrevistas tal característica fica evidente devido à produção da fala que é ao mesmo tempo espontânea e constrangida pela situação (FONSECA JÚNIOR, 2011). A metodologia será aplicada na classificação dos temas abordados em cada entrevista. Acreditamos que a Análise de Conteúdo pode ajudar a responder as questões desta pesquisa e pode contribuir na compreensão da relação existente entre Comunicação e Política manifestada nas entrevistas televisivas.

A Análise de Conteúdo chegou ao auge durante a Segunda Guerra Mundial. Várias pesquisas realizadas a serviço do governo americano buscaram identificar possíveis notícias e propagandas subversivas. “Terminada a guerra, a análise de conteúdo passou por séria crise epistemológica” (FONSECA JÚNIOR, 2011, p. 283). Mas apesar da crise, o método já havia avançado bastante em termos de adesão de cientistas sociais eminentes, definição de conceitos específicos, aplicação de ferramentas estatísticas, incorporação dos dados em trabalhos de destaque. O livro publicado por Berelson e Lazarsfeld em 1948 trouxe boa parte desses avanços. A obra tornou-se o primeiro manual sobre o método.

A Análise de Conteúdo no contexto da pesquisa em comunicação é um método que se volta para o estudo das mensagens. Fonseca Júnior (2011) apresenta o método como sistemático e confiável a partir da defesa de Lozano (1994). Este autor afirma que a Análise de Conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. Lozano

(1994) ainda destaca que o método é confiável porque diferentes pesquisadores podem chegar às mesmas conclusões, trilhando os mesmos passos. Fonseca Júnior (2011) explora marcos de referências (os dados, o contexto dos dados, o conhecimento do pesquisador etc.) que situam o autor no caminho de pesquisa.

A pesquisa segue os passos metodológicos da Análise de Conteúdo. A primeira é a pré-análise. Nesta parte, assistimos as entrevistas previamente para inventariar as estratégias discursivas utilizadas em cada encontro entre os jornalistas e os candidatos. Utilizamos as categorias de comportamentos argumentativos apresentadas por Gomes (2012) em seu estudo sobre entrevistas telejornalísticas – apresentaremos as categorias mais adiante. Entendemos como estratégias discursivas os comportamentos verbais dos atores na arena argumentativa (GOMES, 2012). As atitudes, posturas e gestos não serão descartados em nossa análise, mas ressaltamos que o nosso foco é no material lingüístico das entrevistas. Para isso, coletamos as transcrições das entrevistas disponibilizadas no site do Jornal Nacional. Na segunda etapa da pesquisa, descrevemos as entrevistas a partir dos principais temas abordados em cada uma e aplicamos as categorias utilizadas por Gomes.

Para coletarmos o *corpus* da pesquisa, visitamos o site do Jornal Nacional e tivemos acesso ao vídeo e o texto das entrevistas. Copiamos o texto disponibilizado pelo telejornal no site para fazer a nossa análise. As entrevistas foram realizadas no primeiro turno das eleições de 2014 com os candidatos Aécio Neves (PSDB)²⁵ no dia 11 de agosto, Eduardo Campos (PSB)²⁶ no dia 12, Dilma Rousseff (PT)²⁷ no dia 18, Pastor Everaldo (PSC)²⁸ no dia 19, e Marina Silva (PSB)²⁹ no dia 27. As entrevistas tiveram, cada uma, duração de 15 minutos. Cerca de um minuto e meio foi reservado ao final das entrevistas para que cada candidato pudesse apresentar suas principais propostas de governo de forma resumida.

O material foi coletado na medida em que o Projeto de Pesquisa foi desenvolvido para a disciplina de Pesquisa em Comunicação do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. Os vídeos das entrevistas, também disponíveis no site do telejornal, foram utilizados como suporte para a análise do material lingüístico.

²⁵ Entrevista disponível em <<http://goo.gl/NS8VJW>>. Acesso em 04 de outubro de 2014.

²⁶ Entrevista disponível em <<http://goo.gl/e3tZBn>>. Acesso em 04 de outubro de 2014.

²⁷ Entrevista disponível em <<http://goo.gl/FH859w>>. Acesso em 04 de outubro de 2014.

²⁸ Entrevista disponível em <<http://goo.gl/Mi5nkc>>. Acesso em 04 de outubro de 2014.

²⁹ Entrevista disponível em <<http://goo.gl/7K0uHE>>. Acesso em 04 de outubro de 2014.

Consideramos trabalhar com entrevistas de outros telejornais da Rede Globo e de outras emissoras, como SBT, Bandeirantes e Record, mas optamos por analisar somente as do Jornal Nacional por nos dá a oportunidade de comparar com os resultados dos estudos de Gomes (2012) sobre as entrevistas de 2010 no JN. A escolha levou em conta também o fato do telejornal ser o programa mais assistido pela população brasileira. Pretendemos comparar quais as estratégias mais usadas pelos candidatos e pelos jornalistas em 2010 e com as estratégias mais usadas nas entrevistas das eleições de 2014.

4.4. Categorias de análise

No estudo de Gomes (2012), a classificação dos comportamentos verbais é dividida em duas dimensões: uma a partir dos entrevistados e outra a partir dos entrevistadores. Esta é composta por “premissas embutidas”, “reiteração”, “reforço”, “perseguição”, “interrupção de raciocínio” e “mudança de assunto”. Já aquela é composta por “esquiva”, “captatio benevolentiae”, “escapada” e “questionamento explícito da premissa”. Os entrevistadores têm mais categorias (seis ao total) do que os entrevistados (quatro) porque, como afirmamos outrora, a bancada do telejornal faz parte do campo do Jornalismo, dando a ele maior liberdade dentro do contexto da entrevista. No entanto, as categorias que dizem respeito aos candidatos surgem a partir de estratégias que os mesmos criam para permanecer na zona de conforto e atingir seus objetivos específicos. A seguir, construímos uma tabela para melhor ilustrar as categorias.

Tabela 2 – Categorias de análise

ATOR	CATEGORIA
Entrevistador	Premissas Embutidas
	Reiteração
	Reforço
	Perseguição ou Acossamento
	Interrupção de Raciocínio
	Mudança de Assunto
Entrevistado	Esquiva
	Captatio Benevolentiae
	Escapada
	Questionamento Explícito da Premissa

Fonte: elaborada pelo autor.

“Premissas embutidas nas perguntas. Trata-se da prática de encaixar uma premissa (tese) na pergunta formulada ao candidato. Em coerência com a pretensão desmascaradora, a premissa tende a ser desfavorável ao candidato” (GOMES, 2012, p. 16). Esse tipo de comportamento busca colocar o candidato em uma posição defensiva, assim como o jornalista deseja.

A “reiteração” é utilizada quando o entrevistado adota um comportamento de resistência ou reação à premissa. Ela consiste na reafirmação da premissa inicial por meio de uma nova pergunta. O jornalista “poderá fazer isso várias vezes, até que decida mudar de assunto” (2012, p. 17). É uma estratégia discursiva que leva o entrevistador a insistir numa questão específica, contrariando o candidato.

O “reforço” auxilia a “reiteração”. “Trata-se de oferecer suplementação argumentativa ou factual (dados, números, informação) à premissa sustentada desde o início” (2012, p. 17). Esse tipo de comportamento se dá através da interrupção da fala do entrevistado. Opiniões de pesquisadores ou mesmo políticos influentes também servem de base para que o jornalista possa utilizar a estratégia, colocando o candidato em uma situação ainda mais desconfortável.

Outra estratégia discursiva é a “perseguição ou acossamento”. “É um comportamento frequentemente adotado quando se trata de manter a resposta do

candidato nos limites preestabelecidos pela pergunta básica” (2012, p. 17). Acontece quando o entrevistado insiste em fazer esquivas ou fugas argumentativas.

“Quando os candidatos resolvem desprezar a pergunta ou a premissa posta e não reagem aos atos correcionais de reforço ou reiteração, os jornalistas adotam ondas sucessivas de reiteração e reforço até que o candidato se submeta ao script previsto na indagação de partida. William Bonner se destacou em 2010 por realizar sucessivas perseguições argumentativas aos vários candidatos” (GOMES, 2012, p. 17).

A “interrupção de raciocínio” é impedir que o entrevistado conclua o processo de construção de um argumento. “Na entrevista Política muitas vezes os jornalistas interrompem os políticos (e os políticos, por sua vez, “falam por cima” da fala que os está interrompendo)” (2012, p. 17). O entrevistador interrompe para complementar com um dado, uma perspectiva, ou mesmo, refazer outra pergunta, mudar o rumo da resposta, ou ainda, para encerrar a argumentação. “Trata-se de uma intervenção de autoridade e depende exclusivamente do arbítrio dos entrevistadores” (2012, p. 17). Segundo Gomes, os conflitos argumentativos acontecem porque, mesmo o jornalista tendo interrompido, o candidato deseja continuar falando para concluir seu raciocínio. A estratégia expressa, de forma concreta, o poder argumentativo do entrevistador; “poder de mandar encerrar uma argumentação, de estabelecer tema e duração de argumentos, de determinar quando já se falou o suficiente ou o quanto a resposta pode ser considerada adequada ou inadequada” (2012, p. 17).

A “mudança de assunto” é caracterizada como uma categoria específica, pois é o jornalista quem decide quais temas serão tratados na entrevista. Para o Jornalismo, é uma boa vantagem argumentativa. “Mas, além disso, o jornalista determina também por quanto tempo se pode ficar num tema, quando a sua exploração é suficiente, quando um novo tema deve ser chamado” (2012, p. 18). O tempo é do candidato, mas quem gerencia é o jornalista.

As categorias que apresentamos dizem respeito aos entrevistadores, ou seja, aos jornalistas. As quatro classificações que trazemos a seguir dizem respeito aos entrevistados, ou seja, aos candidatos. Em síntese, os jornalistas possuem mais categorias do que os candidatos devido à função de controlar a situação discursiva em questão. Segundo Gomes (2012), os jornalistas controlam as oportunidades de fala dos candidatos durante o tempo das entrevistas porque o tempo na TV é escasso e precisa ser bem aproveitado. No entanto, “quanto mais tempo consome o Jornalismo e menos

tempo resta para os candidatos, menores são as oportunidades que estes têm de passar a sua mensagem” (p. 14). Com o investimento em comunicação e marketing político, os interessados em cargos públicos, principalmente do executivo, dedicaram-se cada vez mais em sistematizar seus discursos por meio de estratégias que pudessem valorizar o tempo de exposição promovido pela entrevista telejornalística.

A “esquiva” é um tipo de comportamento que evita com que os candidatos saiam da sua zona de conforto sem, no entanto, entrar em conflito com os jornalistas. Trata-se de responder a nível parcial, ou seja, somente após ter reinterpretado a premissa. Muitas vezes se dá por meio da incompreensão fingida acerca dos aspectos mais embaraçosos da pergunta. “Como não estimula o confronto direto e a recusa acintosa, é o comportamento de desvio das armadilhas com maiores chances de sucessos” (2012, p. 18).

O procedimento retórico “*captatio benevolentiae*” não é uma estratégia discursiva propriamente dita, mas consiste em conquistar a simpatia do entrevistador. É manifestada por recursos verbais por gestos e por sorrisos. “Trata-se de tudo o que puder ser feito para capturar simpatia e conquistar boa vontade; ou, ao menos, para diminuir a má vontade” (2012, p. 18).

“Escapada” se dá quando os comportamentos de fuga são uma alternativa frequente por parte dos candidatos, principalmente em questões com potencial de constrangimento em que as respostas favoráveis para dobrar a situação são mínimas.

“Escapadas podem produzir comportamentos de perseguição e acosamento por parte dos jornalistas, e consequente escalada na hostilidade, mas podem se justificar em situação em que alternativas não se apresentam e quando uma resposta direta à questão só poderia provocar ainda maiores prejuízos à imagem do candidato. Consiste na tentativa deliberada de não responder a uma questão ou de não confrontar-se com uma premissa ou um dado factual” (GOMES, 2012, p. 19).

“Questionamento explícito das premissas. Além de adotar comportamentos de esquiva e empreender tentativas de escapada, (...) uma forma possível de reação a premissas indesejadas é a rediscussão das hipóteses que elas comportam” (2012, p. 19). Os jornalistas podem não aceitar os argumentos total ou parcialmente. Eles podem fazer referência a elementos factuais para desqualificá-las ou corrigi-las. Podem ainda apresentar opções alternativas de premissas que sejam favoráveis. “De todo modo, isso

pode ser feito à base de uma negociação verbal com o entrevistador ou numa recusa e confronto, com as desvantagens que essa segunda atitude comporta” (2012, p. 19).

Gomes (2012) aplica essas categorias a partir da temática abordada em cada entrevista. O autor adverte que há outras estratégias, no entanto, estas foram as classificadas a partir da análise das entrevistas de 2010 com os presidentiáveis. Seguindo os passos do autor, fizemos o mesmo em nosso estudo por acreditarmos que os temas podem mudar, mas os objetivos do campo jornalístico e os do campo político permanecem. Estes objetivos para mudar demandam tempo; muito mais do que o intervalo entre eleições presidenciais, acreditamos.

Na análise, percebemos que nem todas as chances de fala se enquadravam nas categorias de Gomes (2012), tendo em vista o conteúdo criamos duas categorias para classificá-las. O critério de categorização foi composto por: a) o não enquadramento nas categorias definidas por Gomes; b) o objetivo do conteúdo da fala dos atores envolvidos. Com isso, a primeira categoria que criamos foi “complemento de fala” e a segunda “projetos”. Observamos que em alguns momentos os jornalistas fizeram intervenções com o intuito de complementar a fala do candidato, fazendo com que a resposta do entrevistado fosse mais completa, contribuindo para a compreensão do público. As falas classificadas nessa primeira categoria são curtas em relação às classificadas nas categorias de Gomes. Observamos também que ao final da entrevista, quando os entrevistadores pediam para os entrevistados apresentarem seus projetos de governo, as categorias de Gomes (2012) não davam conta da situação discursiva que se apresentava. As falas classificadas nessa segunda categoria são as falas finais dos entrevistados. Consideramos que estas últimas falas das entrevistas apresentam-se como um momento de autopromoção autorização pelo campo jornalístico.

As temáticas abordadas nas entrevistas foram descritas e em seguida as oportunidades de fala foram analisadas à luz das categorias apresentadas nessa seção. O modelo teórico-metodológico de Gomes (2012) pode nos ajudar a compreender a dimensão de influência entre comunicação e Política expressa nas entrevistas telejornalísticas. No entanto, reconhecemos que seguir os passos de um único autor é assumir a proposta conceitual dele. Se esta proposta for frágil, o trabalho estará comprometido. Mas se a proposta for consistente, o trabalho será beneficiado por ela e também a beneficiará, pois ratificará o argumento do autor. Discutiremos essa realidade

metodológica após a análise. Se os resultados desta pesquisa se aproximarem dos resultados de Gomes, tenderemos a confirmação do argumento do autor. No entanto, se os resultados se afastarem, destacaremos as fragilidades do modelo proposto por Gomes.

5. ANÁLISE E DICUSSÃO DAS ENTREVISTAS COM OS PRESIDENCIÁVEIS

O quinto capítulo oferece a análise das oportunidades de falas dos candidatos e dos jornalistas. Cada fala dos entrevistadores e dos entrevistados é classificada à luz das categorias apresentadas no capítulo anterior. As principais questões abordadas nas entrevistas são apresentadas em uma perspectiva temática com o intuito de fazer conhecer do que tratou cada encontro dos jornalistas com um dos presidenciais. Em seguida, é feita a categorização, de fato, das falas e a análise do *corpus*. O capítulo traz a discussão dos resultados.

5.1. Oportunidades de fala dos candidatos e dos jornalistas

Em um primeiro momento, observamos as oportunidades de fala de cada entrevistado e a quantidade de palavras pronunciadas a partir do momento em que o tempo de entrevista foi iniciado. Fizemos isso para que tivéssemos uma visão geral de cada entrevista. A compilação foi feita pelo autor da pesquisa, em um único dia, através do recurso que conta as palavras de um texto no programa de computador Microsoft Word. Construímos uma tabela em que aparece a quantidade de oportunidades de fala, ou seja, a quantidade de chances de fala que cada candidato teve durante a entrevista. Confira a tabela completa a seguir.

Tabela 3 – Oportunidades de fala e quantidade de palavras (candidatos)

CANDIDATO	TOTAL DE FALAS	QUANTIDADE DE PALAVRAS
Aécio Neves	14	1827
Eduardo Campos	18	1721
Dilma Rousseff	29	1383
Pastor Everaldo	28	1569
Marina Silva	25	1436

Fonte: elaborada pelo autor.

Percebemos que Dilma Rousseff foi a candidata que teve mais oportunidades de fala, no entanto, ela foi a que utilizou menos palavras. Já Aécio Neves foi o candidato que teve menos oportunidades de fala, por um lado, e que mais palavras pronunciou, por outro. A partir dessa informação podemos apreender que Aécio Neves foi menos interrompido do que Dilma. No entanto, o perfil de cada entrevistado é uma

variável a ser levada em conta, pois há candidato que fala mais rápido como, Aécio Neves, outro que fala mais devagar, como Pastor Everaldo, outro ainda que fala mais pausadamente, acentuando palavras específicas, como Eduardo Campos. Tal fato, reconhecemos, pode dá margem para intervenções, ou não, do campo jornalístico. O que vai influenciar a quantidade de interrupções é o conteúdo da fala do candidato.

Os jornalistas, por outro lado, em alguns casos têm mais oportunidades de fala que os candidatos, como no caso das entrevistas com Pastor Everaldo, Dilma Rousseff e Marina Silva. As estratégias discursivas utilizadas pelos entrevistadores explicam a quantidade de oportunidades maior do que a dos entrevistados, no entanto, vale ressaltar que a quantidade de palavras pronunciada pelos jornalistas é menor. É possível compreender o número inferior de palavras, pois o foco da entrevista é o candidato. A seguir veja as informações sobre os jornalistas que reunimos.

Tabela 4 – Oportunidades de fala e quantidade de palavras (jornalistas)

JORNALISTA / ENTREVISTA COM	PATRÍCIA POETA	WILLIAM BONNER	TOTAL DE FALAS	TOTAL DE PALAVRAS
Aécio Neves	6	8	14	910
Eduardo Campos	13	8	21	778
Dilma Rousseff	10	25	35	939
Pastor Everaldo	14	15	29	879
Marina Silva	12	15	27	831

Fonte: elaborada pelo autor.

A partir das informações categorizadas, fizemos uma correspondência entre as oportunidades de fala dos atores de cada campo nas entrevistas. Percebemos que para Aécio Neves o resultado foi 1/1 (para cada fala de um jornalista, uma do candidato). Para os outros candidatos, não houve uma equivalência igual ou próxima a do candidato do PSDB, como podemos comparar através do total de falas das duas tabelas apresentadas. Desconsideramos a chance de fala que os candidatos tiveram para dar boa noite ao público logo no início de cada entrevista. As falas que foram analisadas por esta pesquisa são as que estiveram dentro do tempo válido de entrevista no JN, a saber, os 15 minutos contabilizados.

5.2. Questões abordadas nas entrevistas

Na entrevista com Aécio Neves (PSDB), as medidas necessárias para evitar uma crise econômica no país foi o primeiro assunto abordado. Em seguida, tratou-se da diferença de casos de corrupção no partido do candidato e no PT, destacando o apoio à campanha de Aécio por parte de Eduardo Azeredo, um dos fundadores do PSDB e um dos suspeitos de envolvimento no “mensalão tucano”. Este consiste na suspeita de desvio de 13,5 milhões de reais de empresas públicas mineiras por meio de agências de publicidade em vista de financiar a campanha à reeleição de Eduardo ao governo de Minas Gerais em 1998, segundo a Folha de São Paulo³⁰. Ainda de acordo com o jornal, em 2015 completa-se dez anos que o caso foi descoberto, mas sem muito avanço na Justiça mineira³¹.

Outra polêmica abordada foi sobre o aeroporto no município de Cláudio em Minas Gerais. Aécio utilizou o aeroporto de forma indevida, pois o equipamento estaria funcionando sem autorização da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), segundo o portal de notícias G1³². O fato de o aeroporto ficar em uma área que pertenceu ao tio-avô de Aécio gerou a suspeita de que o candidato havia utilizado o equipamento para visitar familiares. Em uma observação geral da entrevista, percebemos que essa questão foi a que mais os entrevistadores se detiveram. A premissa de que o aeroporto era uma forma de valorizar as terras dos familiares do candidato e não um meio para desenvolver a região foi a que marcou a disputa argumentativa.

Também foram abordadas as seguintes questões: o fato do candidato de manter e aprimorar os programas sociais do governo petista; a nona posição de Minas Gerais no ranking do desenvolvimento humano durante o período em que o candidato governou o Estado (2003-2010); os investimentos públicos na saúde por parte do governo de Aécio em Minas Gerais; e os projetos prioritários do candidato para “melhorar o Brasil”.

³⁰ Informações disponíveis em < <http://goo.gl/tgCKaw>>. Acesso em 13 de novembro de 2015.

³¹ Informações disponíveis em < <http://goo.gl/Awq6bE>>. Acesso em 13 de novembro de 2015.

³² Informações disponíveis em < <http://goo.gl/OcZUu4>>. Acesso em 13 de novembro de 2015.

Imagem 1 – Aécio Neves é entrevistado no JN



Fonte: Print do vídeo da entrevista.

Eduardo Campos (PSB) foi o segundo entrevistado de acordo com o sorteio realizado pela produção do Jornal Nacional sob supervisão dos partidos dos candidatos. Na ocasião, as propostas de campanha que levavam em conta o aumento de gastos públicos e, na contramão, a diminuição da inflação e a perspectiva econômica no Brasil para o ano de 2015 foram as primeiras questões abordadas.

Em seguida, os jornalistas abordaram o caso da eleição da mãe de Eduardo Campos como ministra do Tribunal de Contas da União (TCU)³³, a coesão da chapa do candidato e o apoio ao governo petista em quase dez anos. Um dia depois de ter dado a entrevista ao JN, o candidato do PSB envolveu-se em um acidente de avião que acabou o levando a óbito. O partido do candidato precisou fazer uma reestruturação de campanha para permanecer na corrida eleitoral. Marina Silva, que era a vice na chapa de Eduardo Campos, passou a ser a candidata ao cargo de Presidente da República pelo partido.

³³ “Eduardo Campos não vê motivos para sua mãe se afastar do TCU caso seja eleito”. Informação do jornal Estadão disponível em <<http://goo.gl/6jvLSj>>. Acesso em 14 de novembro de 2015.

Imagem 2 – Eduardo Campos é entrevistado no JN



Fonte: Print do vídeo da entrevista.

A entrevista com Dilma Rousseff foi realizada em Brasília. Ainda que os jornalistas não estivessem dentro dos estúdios, ou seja, em “casa”, a estrutura de entrevista telejornalística foi reconstruída. As questões abordadas na entrevista com a candidata a reeleição giraram em torno da dificuldade de uma equipe com membros honestos, isto é, que não estivessem envolvidos em casos de corrupção, da troca de ministros duvidosamente eficaz, do tratamento dos condenados do PT por corrupção como vítimas, da situação do setor de saúde em 2014, depois de doze anos de gestão do PT, da situação econômica do país e a perspectiva para o ano de 2015.

Imagem 3 – Dilma Rousseff é entrevistada no JN



Fonte: Print do vídeo da entrevista.

A entrevista com Pastor Everaldo envolveu a trajetória política do candidato que, segundo Patrícia Poeta, não teve nenhuma experiência no Poder Executivo e nem no Parlamento. Os jornalistas questionaram o candidato sobre a responsabilidade de assumir o cargo de Presidente da República. Outro ponto que foi tocado diz respeito às alianças políticas que o entrevistado fez ao longo de sua história. Dentre elas, a aliança com o partido de Dilma Rousseff que vem desde o governo Lula. William Bonner questionou o presidenciável sobre a mudança de posicionamento em relação à aliança com o PT. A convicção de Pastor Everaldo em relação ao Liberalismo Clássico foi criticada diante da realidade da política brasileira. Para fechar a entrevista, o tópico do programa de governo do candidato que diz respeito à privatização foi mencionado. Pastor Everaldo defendeu que irá privatizar tudo o que for possível e, de modo particular, as empresas envolvidas em escândalos políticos e de corrupção financeira. A Petrobras estaria entre as empresas a serem privatizadas.

Imagem 4 – Pastor Everaldo é entrevistado no JN



Fonte: Print do vídeo da entrevista.

A entrevista com Marina Silva começou tratando da polêmica que envolveu o uso do avião em que Eduardo Campos faleceu³⁴. A partir desse ponto, William Bonner questionou a candidata sobre a coerência do seu discurso, pois Marina utilizou o avião que estava irregular. No entanto, outros aspectos foram abordados. Dentre eles, a desaprovação da candidata no próprio estado, Acre, em 2010. Marina ficou em terceiro lugar nas eleições presidenciais, atrás de José Serra e de Dilma Rousseff. Sobre este ponto, Marina utilizou parte da entrevista explicando sua trajetória política no estado natal. Houve momentos em que a candidata iniciou um discurso de autopromoção. Patrícia Poeta precisou interromper Marina para que pudesse dar continuidade à entrevista.

³⁴ Polêmica se o avião teria sido alugado ou emprestado para a campanha do candidato. Informações do portal de notícias Ig disponíveis em <<http://goo.gl/oGzLl1>>. Acesso em 15 de novembro de 2015.

Imagem 5 – Marina Silva é entrevistada no JN



Fonte: Print do vídeo da entrevista.

Depois de descrevermos de que tratou de modo geral cada entrevista passamos para categorização das falas dos candidatos e dos jornalistas. No entanto, antes apresentaremos como foi feita a classificação de cada fala das entrevistas. Destacamos que, apesar de serem as primeiras entrevistas ao vivo apresentadas na TV aberta em caráter nacional com os candidatos das eleições de 2014, elas demonstraram uma tensão eminente entre os dois campos. A categorização nos ajudará a compreender como essa relação foi manifestada no nível discursivo.

5.3. Exemplos de categorização das oportunidades de fala

A análise das entrevistas se deu a partir da classificação das oportunidades de fala dos jornalistas e dos candidatos, segundo as categorias de comportamentos verbais apresentadas por Gomes (2012). O autor da pesquisa reservou um dia específico de trabalho para realizar o processo de categorização. Cada entrevista foi assistida no mínimo três vezes para que em seguida as oportunidades de fala fossem classificadas no texto transcrito. Reconhecemos que há margem para a subjetividade no processo, mas tentou-se diminuí-la através da leitura atenta das definições de cada categoria. A Análise de Conteúdo nos dá subsídios para não cairmos em uma classificação arbitrária e o contato com o trabalho de Gomes (2012) foi de fundamental importância para a fazermos a análise do nosso trabalho.

Antes de apresentação dos resultados da análise, elencamos dois trechos de cada entrevista para exemplificar como foi feita a categorização de cada categoria. A seguir, temos o exemplo de “premissas embutidas nas perguntas”, categoria que diz respeito à fala do jornalista:

William Bonner: Candidato, quando o senhor critica a situação da economia brasileira, o senhor tem dito que, seja quem for o presidente eleito para o ano que vem, vai ter que fazer uma arrumação da casa. O senhor já mencionou choque de gestão, redução de número de ministérios, redução de cargos comissionados. O senhor já falou em combate a desperdícios. Mas economistas que concordam com o seu diagnóstico para a economia brasileira dizem que essas medidas que o senhor tem anunciado não bastam, elas não seriam suficientes para resolver. Que seria necessário que o governo fizesse um corte profundo de gastos. Que seria necessário que o governo também eliminasse a defasagem de tarifas públicas como preço da gasolina e energia elétrica. A questão é a seguinte: o senhor não vai fazer essas medidas que os economistas defendem? Ou o senhor está procurando não mencionar essas medidas, porque elas são impopulares? (JN entrevista Aécio Neves, 2014).

Como resposta a questão, temos a fala de Aécio Neves como exemplo de “esquiva”, categoria que diz respeito ao candidato:

Aécio Neves: Bonner, eu tenho dito em todos os fóruns e aqui, a vocês, de forma muito clara. Vou tomar as medidas necessárias a que o Brasil retome o ritmo de crescimento minimamente aceitável. Não é adequado, não é compreensível que um país com as potencialidades do Brasil seja o lanterna do crescimento na América do Sul. E estejamos aí de novo com aquela agenda que achávamos já derrotada há tempos atrás, como a da inflação, de novo a atormentar a vida do cidadão, da cidadã brasileira. Eu tenho tido a oportunidade de me reunir, Bonner, com alguns dos mais talentosos economistas do Brasil. Mas, na outra ponta também, eu tenho conversado com as pessoas. O que o brasileiro quer? Transparência. Um governo que tenha coragem de fazer aquilo que seja necessário. Nós vamos, sim, enxugar o estado. Não é admissível, não é razoável que nós tenhamos hoje 39 ministérios. Não apenas pelo custo dos ministérios, mas pela incapacidade deles de apresentarem resultados, entregarem serviços de qualidade às pessoas. E estejamos hoje vivendo uma Política externa, cujo o alinhamento ideológico é prioridade sobre o pragmatismo, sobre o interesse real do Brasil e da nossa economia. E tudo isso levou a uma crise de confiança muito grande no Brasil. (JN entrevista Aécio Neves, 2014).

Temos exemplo da categoria jornalística de “reiteração” na fala de Patrícia Poeta que reafirma a premissa de uma das questões abordadas na entrevista com Eduardo Campos. Veja a seguir:

Patrícia Poeta: Agora, candidato, o senhor então está querendo dizer que pretende deixar de gastar aqui, para gastar ali. Mas isso não significa, necessariamente, cortes pesados. Não são cortes. Então, os economistas dizem que para combater a inflação seria necessário isso: cortes severos mesmo. Como é que o senhor pretende fazer isso? (JN entrevista Eduardo Campos, 2014).

Mais adiante na entrevista, Eduardo Campos promove uma “escapada”, ou seja, utiliza a estratégia discursiva para sair de uma situação desconfortável, como no caso da indicação de parentes para o Tribunal de Contas da União. A seguir:

Eduardo Campos: Não, para julgar minhas contas, não. Eles foram indicados para vaga no Tribunal de Contas. Um pela Assembleia Legislativa, não há nenhuma indicação, a vaga era da Assembleia, pessoas podiam se candidatar e ele não estava impedido por lei de se candidatar. E, um outro, que foi indicado na vaga do Executivo respeitando a legislação em vigor. (JN entrevista Eduardo Campos, 2014).

A categoria de “reforço” está ligada à “reiteração”. Como no caso em que Dilma Rousseff é questionada sobre os escândalos de corrupção no governo. William Bonner insiste na questão acrescentando novas informações. Veja a seguir:

William Bonner: Bom, entre as medidas que a senhora providenciou depois dos escândalos esteve o afastamento de alguns ministros. Em quatro casos, a senhora trocou um ministro por alguém que era do mesmo partido dele e do mesmo grupo político dele. E que frequentava o mesmo círculo. Essa situação, a senhora considera que não foi trocar seis por meia dúzia? A senhora considera que foi uma atitude prudente, como presidente, substituir nessas circunstâncias? Foi uma medida eficaz da sua parte, candidata? (JN entrevista Dilma Rousseff, 2014).

É possível perceber a utilização da estratégia “captatio benevolentiae” no trecho em que Dilma Rousseff responde sorrindo a jornalista Patrícia Poeta com as seguintes palavras: “Perfeitamente, Patrícia” (JN entrevista Dilma Rousseff, 2014). A concordância da candidata em relação ao pedido da jornalista para fazer outra pergunta sugere uma cooperação na dinâmica da entrevista. O sorriso e a tentativa de cativar os entrevistadores são estratégias discursivas utilizadas na disputa.

Da entrevista com Marina Silva, tiramos um exemplo de “questionamento explícito das premissas”. Marina utiliza a estratégia que vai de encontro com a competência da jornalista Patrícia Poeta. Veja a seguir:

Marina Silva: Eu, como senadora... Mas eu faço questão de dizer porque eu acho que você tem um certo desconhecimento do que significa ser senadora vindo da situação que eu vim. Eu não sou filha de político tradicional, não sou filha de nenhum empresário, porque, no meu estado, até a minha eleição, para ser senador da República, era preciso ser filho de ex-governador, era preciso ser filho de alguém que tivesse, de preferência, um jornal, uma TV e uma rádio para falar bem de si mesmo e falar mal daqueles que ficavam defendendo a Justiça (JN entrevista Marina Silva, 2014).

Como as categorias que tratam da fala dos jornalistas são mais do que as que tratam da fala dos candidatos, temos ainda o exemplo de “perseguição ou acoassamento”:

William Bonner: A sua vida Política, claro. Desde 1981, o senhor esteve alinhado com Brizola, com Lula e, só agora, questão de cinco meses, o seu partido deixou de ser um partido que faz parte da base aliada do governo Dilma. O seu partido deixou de ser da base aliada, mas não foi... Mas ele não foi para a oposição, ele se tornou um partido independente do governo. Ou seja, o senhor levou 30 anos comungando de um discurso mais esquerdizante, mais à esquerda. A pergunta que eu lhe faço, a sua convicção pelo liberalismo, ela é tão recente assim, tem cinco meses? (JN entrevista Pastor Everaldo, 2014).

A “interrupção de raciocínio” foi utilizada por Patrícia, mas dessa vez com a candidata Marina Silva. “Daqui a pouquinho a senhora vai poder falar no um minuto e meio.” (JN entrevista Marina Silva, 2014). A interrupção se deu quando Marina explicava a sua trajetória política. Em alguns casos, foi percebida, combinada a “interrupção de raciocínio”, a “mudança de assunto”. Veja o exemplo:

Patrícia Poeta: Vamos falar de 2010. Na eleição de 2010 o senhor apoiava o então candidato à Presidência da República pelo PSDB, José Serra, mas na última hora o seu partido recebeu uma doação de quase R\$ 5 milhões do PT para a campanha, legalmente. O senhor passou então a apoiar Dilma Rousseff. Esse foi o preço do seu apoio, quase R\$ 5 milhões? (JN entrevista Pastor Everaldo, 2014).

A categoria “projetos”, que criamos, aparece, em todas as entrevistas, estruturada da seguinte forma: pergunta do jornalista seguida da resposta do candidato. Veja o exemplo na entrevista de Aécio Neves:

Patrícia Poeta: Candidato, nosso tempo está acabando. Última pergunta. Dos projetos que o senhor tem para o país, quais seriam os prioritários?

Aécio Neves: Na verdade, Patrícia, eu quero governar o Brasil para iniciar um novo ciclo de desenvolvimento no país, um ciclo que concilie ética com eficiência. Sem dúvida alguma os quadros que nós temos à nossa disposição e a coragem que teremos para fazer o que precisa ser feito é que permitirá que, no nosso governo, o Brasil volte a crescer. Mas eu quero melhorar o Brasil é para a dona Brenda, que eu conheci essa semana, lá nas margens do Rio Negro, no Amazonas, que quer um posto de saúde melhor na sua comunidade. Ou para o seu Severino, lá de Mauriti no Ceará, que espera que as obras do São Francisco possam chegar perto da sua casa, ele já acha que só os seus netos é que verão. Eu quero que a Suelen, lá de Campina Grande, que eu conheci no ano passado, continue vendendo na feira como vendia, não vende mais porque a inflação está aí a perturbar a vida de todos. Eu quero fazer um governo para as pessoas, um governo responsável, corajoso, mas que pense naquele que mais precisa da ação do estado. Por isso, eu, neste instante, peço a você que está nos ouvindo, o voto, o seu apoio para

transformarmos de verdade o Brasil. Vocês vão se orgulhar muito disso. (JN entrevista Aécio Neves, 2014).

Para exemplificar a categoria “complemento de fala”, utilizamos um trecho da entrevista de Eduardo Campos. Veja a seguir:

Eduardo Campos: É, o ano difícil está sendo já esse, Patrícia. Porque a gente vai ter um crescimento de -1%. O Brasil está perdendo...

Patrícia Poeta: Sem aumento da tarifa.

Eduardo Campos: É, o Brasil perdeu de 7 a 1 dentro do campo de futebol, na Copa, e está perdendo também de 7 a 1 fora do campo. Porque é sete de inflação, com a presidenta guardando na gaveta dela, para depois da eleição o aumento da energia e o aumento do combustível, mesmo assim, com menos de um de crescimento. (JN entrevista Eduardo Campos, 2014).

A intervenção de Patrícia Poeta, grifada por nós, não é uma interrupção no raciocínio do candidato, mas uma confirmação do que ele está falando. A categoria “complemento de fala” não foi identificada na entrevista de Aécio Neves. Atribuímos ao resultado o fato da entrevista dele, como outrora apresentamos, ter tido um padrão de fala 1/1, ou seja, para cada pergunta dos jornalistas uma resposta do candidato.

Depois de apresentarmos como se deu a categorização das oportunidades de fala, partimos para a apresentação dos resultados obtidos. Quais as estratégias mais usadas por jornalistas e por candidatos? É o que veremos na seção seguinte. Saber essa informação nos ajuda a compreender como se manifesta a influência entre o campo jornalístico e o campo político nas entrevistas dos telejornais. Vale ressaltar que cada entrevista tem o tempo de 15 minutos.

5.4. Análise do corpus

A classificação que fizemos identificou a estratégia de “esquiva” como a mais utilizada pelos candidatos. Já a “interrupção de raciocínio” foi o comportamento verbal que os jornalistas mais adotaram. A seguir, apresentamos a classificação das falas dos jornalistas e dos candidatos a partir das estratégias utilizadas.

Tabela 5 – Classificação geral do uso das estratégias discursivas

CLASSIFICAÇÃO DAS OPORTUNIDADES DE FALA		
ESTRATÉGIA DISCURSIVA	ATOR	TOTAL DE FALAS
Esquiva	Candidatos	71
Interrupção de raciocínio	Jornalistas	32
Escapada	Candidatos	30
Reiteração	Jornalistas	21
Reforço	Jornalistas	20
Mudança de assunto	Jornalistas	14
Perseguição ou acossamento	Jornalistas	12
Premissas embutidas nas perguntas	Jornalistas	11
Complemento de fala	Jornalistas	11
Projetos	Jornalistas	5
	Candidatos	5
Questionamento explícito das premissas	Candidatos	5
Captatio benevolentiae	Candidatos	3

Fonte: elaborada pelo autor.

A estratégia “esquiva” foi a mais utilizada pelos entrevistados: Pastor Everaldo (20), Marina Silva (17), Dilma Rousseff (15), Eduardo Campos (11) e Aécio Neves (8). Eles a utilizam em vista de reinterpretar questões colocadas pelos jornalistas. As falas classificadas como “esquiva” são caracterizadas pela adequação das questões colocadas pelos jornalistas a partir de uma ótica que seja confortável para o candidato responder.

Nem todas as falas se adequaram as categorias de Gomes (2012). Percebemos a existência de duas categorias, como apresentamos anteriormente, não elencadas pelo autor, “complemento de fala” e “projetos”. A primeira diz respeito aos jornalistas que complementam alguma informação disponibilizada na resposta do candidato; e a segunda diz respeito ao último momento da entrevista em que os

jornalistas pedem que os candidatos apresentem as principais propostas de governo. Ressaltamos que a estrutura da segunda categoria é a seguinte: pergunta do jornalista seguida da resposta do candidato. É o conjunto da fala dos atores que nos ajudam a identificar a categoria no final da entrevista.

A seguir apresentamos uma tabela com a classificação das estratégias mais usadas pelos candidatos.

Tabela 6 – Classificação do uso das estratégias discursivas pelos candidatos

ESTRATÉGIAS / ATORES	ENTREVISTADOS				
	Aécio Neves	Eduardo Campos	Dilma Rousseff	Pastor Everaldo	Marina Silva
Esquiva	8	11	15	20	17
Escapada	4	6	9	6	5
Questionamento explícito das premissas	1	-	1	1	2
Captatio benevolentiae	-	-	3	-	-
Projetos	1	1	1	1	1

Fonte: elaborada pelo autor.

A “interrupção do raciocínio” foi o recurso mais utilizado pelos jornalistas. Patrícia Poeta e William Bonner se valem da estratégia mais vezes com Dilma Rousseff (19) e Marina Silva (10). Com Aécio Neves e Pastor Everaldo, os jornalistas utilizam mais a técnica de “reforço”, 4 e 6 vezes, respectivamente. Já a “perseguição ou acossamento” foi a mais usada com Eduardo Campos. No entanto, a estratégia foi a menos utilizada de todas pelos jornalistas, como podemos ver na tabela a seguir.

Tabela 7 - Classificação do uso das estratégias discursivas pelos jornalistas

ESTRATÉGIAS / ATORES	ENTREVISTADORES									
	Aécio		Eduardo		Dilma		Everaldo		Marina	
	WB ³⁵	PP ³⁶	WB	PP	WB	PP	WB	PP	WB	PP
Interrupção de raciocínio	-	-	-	2	11	7	-	2	6	4
Reiteração	3	-	-	2	2	1	3	6	3	1
Reforço	2	2	1	3	3	-	4	1	2	2
Mudança de assunto	1	2	2	-	3	1	-	2	2	1
Perseguição ou acossamento	1	-	3	2	2	-	2	1	-	1
Premissas embutidas nas perguntas	1	1	-	3	1	-	2	1	2	-
Complemento de fala	-	-	1	1	2	1	3	1	-	2
Projetos		1	1	-	1		1		-	1

Fonte: elaborada pelo autor.

As “premissas embutidas nas perguntas” foram utilizadas praticamente no início das entrevistas e quando os jornalistas optavam por mudar de assunto. Em relação aos candidatos, as estratégias menos utilizadas foram “questionamento explícito das premissas” e “captatio benevolentiae”, como vimos na tabela 6. Sobre a estratégia de “captatio benevolentiae”, Gomes (2012) afirma que “Serra foi relativamente bem sucedido [em 2010] na entrevista do 1º turno ao Jornal Nacional, ao evitar todo comportamento argumentativo belicoso em face dos jornalistas e adotar uma atitude de aparente docilidade e submissa” (2012, p. 18). Em 2014, houve pouca utilização da estratégia durante as entrevistas; Dilma Rousseff foi a única candidata que usou o

³⁵ William Bonner (WB)

³⁶ Patrícia Poeta (PP)

recurso. O “questionamento explícito das premissas” só não aparece na entrevista de Eduardo Campos. A candidata Marina Silva se valeu do recurso de questionamento duas vezes para confrontar os jornalistas.

5.5. Discussão dos resultados

A partir da análise, percebemos que a postura discursiva dos entrevistadores é marcada pela estratégia de “interrupção de raciocínio”; já a dos entrevistados é marcada pela “esquiva”. Enquanto os jornalistas “atacam”, de um lado, com perguntas e intervenções, os candidatos assumem a “defensiva”, de outro. Tais características discursivas nos inserem dentro da dimensão de arena argumentativa, proposta por Gomes (2012). As estratégias de “esquiva” e de “escapada” contribuem para a autopromoção dos candidatos na medida em que os ajudam a desviar de questionamentos comprometedores. Eles conseguem permanecer em uma zona confortável através da utilização dessas táticas. Conseguem até certo ponto, pois os jornalistas, ao utilizarem as estratégias de “reiteração” e “reforço”, insistem para que eles respondam a contento às questões, gerando em determinados momentos tensão.

As estratégias “interrupção de raciocínio” e “mudança de assunto”, de modo particular, remetem à mediação jornalística. Os candidatos podem até tentar afetar a legitimidade jornalística utilizando o “questionamento explícito das premissas”, mas as estratégias utilizadas pelos jornalistas fazem com que eles ratifiquem que a posse da mediação está com eles, ou seja, é dos jornalistas o domínio do tópico nas entrevistas. Com isso, confirma-se o argumento de Cook (2011) em relação aos jornalistas decidirem quem fala sobre o que e em quais circunstâncias.

A entrevista no Jornalismo serve para coletar informação, contudo, a informação, em entrevistas com candidatos, é a opinião deles sobre um determinado tema ou uma questão específica. Por exemplo, no caso em que Dilma Rousseff foi questionada acerca da opinião dela diante da postura simpatizante do Partido dos Trabalhadores em relação aos membros condenados por corrupção, a saber, José Genoino, Delúbio Soares e Silvio Pereira. A resposta da candidata é dada a partir da estratégia “escapada”:

Dilma Rousseff: Eu não vou tomar nenhuma posição que me coloque em confronto, conflito, ou aceitando ou não. Eu respeito a decisão da Suprema Corte brasileira. Isso não é uma questão subjetiva. Para mim, exercer o cargo de presidência, eu tenho de fazer isso. (JN entrevista Dilma Rousseff, 2014)

O papel dos jornalistas é apreender por meio de estratégias discursivas a opinião que desmascara o candidato, que o tira de cima do muro – posição em que se sente confortável politicamente – em relação às questões e temas polêmicos. Para tal feito, é preciso saber utilizar bem as possibilidades que o próprio discurso jornalístico oferece. Esse processo objetiva favorecer a deliberação pública na medida em que dá subsídios para a formação da opinião pública, como outrora afirmaram Traquina (2005) e Marques e Miola (2010).

Observamos na análise que há alguns fatores que levam explicitamente a entrevista do Jornal Nacional a se distanciar da orientação proposta por Medina (1995). Entre os fatores, estão as estratégias discursivas dos atores e o tempo limitado contabilizado³⁷. No entanto, a entrevista do JN não descredencia o argumento da autora, pois ela é um tipo de situação discursiva específica que acontece em um determinado período – durante as eleições. Na verdade, a entrevista leva-nos a confirmar que a realidade discursiva do Jornal Nacional, como outrora afirmou Gomes (2012), dá margem para um novo formato: a entrevista eleitoral. Esta é marcada pela característica de arena argumentativa. Com 18 interrupções, a entrevista com Dilma Rousseff foi a que mais explicitou o caráter de arena. As intervenções no raciocínio sugerem conflito, segundo Gomes. “Os maiores conflitos argumentativos se dão por esta razão: o candidato deseja continuar falando, o Jornalismo determina que ele pare de falar” (p. 17).

A entrevista com Marina Silva foi outra que apresentou características que a aproximaram da entrevista como arena argumentativa. A candidata questionou não só as premissas, mas a competência dos jornalistas, como no caso em que ela fala para Patrícia Poeta o seguinte: “Talvez você não conheça bem a minha trajetória” (JN entrevista Marina Silva, 2014). Patrícia retruca dizendo que conhece e que estudou para entrevistá-la. A candidata ainda insiste dizendo que: “(...) eu faço questão de dizer porque eu acho que você tem um certo desconhecimento do que que significa ser senadora vindo da situação que eu vim” (JN entrevista Marina Silva, 2014). A resposta à postura de Marina é dada a partir da “perseguição ou acossamento” por parte da jornalista, como vimos na tabela 7.

³⁷ O tempo na TV tem como característica o fato de ser limitado, mas, no caso das entrevistas, ele é contabilizado, ou seja, há uma pressão ainda maior.

A entrevista de Aécio Neves, apesar de não ter tido interrupções, teve “perseguição ou acossamento” visto que o candidato utilizou as estratégias “esquiva” e “escapada” em mais da metade da quantidade total das chances de fala dele. Aécio foi o candidato que teve o maior número de palavras pronunciadas no horário nobre. Ele soube, em alguns casos, fazer das perguntas oportunidades de autopromoção, através da “esquiva”, como podemos ver em uma das respostas que deu a William Bonner:

Aécio Neves: Bonner, o meu governo é reconhecido em Minas Gerais como o governo transformador. Eu deixei Minas com 92% de aprovação e é exatamente essa experiência republicana, correta, transparente do meu governo que eu quero implementar no Brasil. (JN entrevista Aécio Neves, 2014).

Na entrevista de Eduardo Campos, a “esquiva” também é utilizada, mas como estratégia de distanciamento do candidato em relação à questão. O entrevistado faz uso dessa estratégia não só reinterpretando a pergunta, mas corrigindo o entrevistador:

Eduardo Campos: Na verdade, eles se candidataram na Assembleia Legislativa em vagas que eram próprias da Assembleia Legislativa. Um deles e um outro foi indicado, como ele foi desembargador eleitoral, tinha todos os predicados jurídicos para fazer exatamente esse pleito e foi votado pela Assembleia Legislativa (JN entrevista Eduardo Campos, 2014).

Pastor Everaldo, ao ser questionado sobre a privatização das empresas administradas pelo Estado, não se “esquiva”. Ele é objetivo e vai direto ao ponto: “Eu vou te antecipar então a notícia aqui. Eu vou privatizar a Petrobras. A Petrobras hoje, uma empresa que foi orgulho nacional, hoje é um foco de corrupção e uma dívida astronômica de mais de R\$ 300 bilhões. Então, eu vou privatizar” (JN entrevista Pastor Everaldo, 2014). No entanto, ele reinterpreta a questão com o objetivo de mostrar o lado bom da privatização falando da redução dos gastos públicos.

Diante da nossa análise, percebemos que a relação entre Jornalismo e Política, manifestada nas entrevistas telejornalísticas do Jornal Nacional, é tensa. As entrevistas apresentam os jornalistas exercendo suas competências de cognição, de conduta e de produção a partir de estratégias discursivas utilizadas para controlar a fala política e para extrair deles informações relevantes para o público. O domínio do campo jornalístico pode-se percebido através das interrupções constantes e da insistência em determinadas questões. O campo político, apesar de desfavorecido, quer estar no telejornal por conta da visibilidade pública. É uma exposição fundamental para os atores do campo devido ao alcance da televisão na sociedade. Compreender a relação entre os

dois campos, a partir do encontro discursivo, ajuda-nos a perceber como a realidade cotidiana dos jornalistas, dos candidatos e também da sociedade se cruzam. Vale ressaltar que a presença dos candidatos no telejornal também é importante para a população, que é munida de subsídios para votar, e para os jornalistas, pois legitima o seu papel de defensor do interesse público³⁸. Em resumo, as entrevistas trazem benefícios para entrevistadores, entrevistados e audiência.

É sabido que os presidenciáveis têm, além do tempo disponível no horário de propaganda eleitoral gratuito, espaços na Internet, como em sites, blogs e redes sociais. A entrevista eleitoral é uma das poucas oportunidades que os jornalistas têm para fazer questões para os candidatos sobre temas polêmicos e desconfortáveis. O tempo é dos candidatos, mas quem administra são os jornalistas. Esta é a máxima que pode explicar a quantidade de interrupções por parte dos entrevistadores na fala dos entrevistados. Os jornalistas, além da função de “Quarto Poder”, assumem o gerenciamento do tempo dos presidenciáveis. “Os políticos têm as suas oportunidades de fala, mas os jornalistas precisam controlá-las com as perguntas certas e as intervenções verbais que as acompanham” (GOMES, 2012, p. 14). Nosso estudo vai ao encontro do que afirma os autores que estudaram as entrevistas telejornalísticas de 2010. Com isso, é possível perceber que pouca coisa mudou na lógica do Jornalismo. Daquele ano para 2014, o tempo das entrevistas aumentou em três minutos, de 12 minutos para 15 minutos. No entanto, o tempo consumido pelos jornalistas para fazer as perguntas também. Enquanto que, em 2010, William Bonner levou 26 segundos para fazer a primeira pergunta; em 2014, o jornalista gastou mais de um minuto para interpelar a candidata Dilma Rousseff. Nessa comparação, é confirmado o argumento de Gomes que diz: “(...) quanto mais tempo consome o Jornalismo e menos tempo resta para os candidatos, menores são as oportunidades que estes têm de passar a sua mensagem” (2012, p. 14).

Observamos também que as primeiras perguntas das cinco entrevistas analisadas trouxeram a equação apresentada por Gomes (2012): premissa ou dado + pergunta. Segundo o autor, essa estratégia inclui uma premissa ou hipótese que veta percursos de resposta para o entrevistado. “O candidato terá que gastar o seu primeiro

³⁸ Albuquerque discute o papel do Jornalismo no Brasil, comparando-o com a realidade dos Estados Unidos. “A idéia de um compromisso da imprensa com o interesse público parece igualmente abusiva na ausência de um amplo acordo em torno de valores políticos básicos como o que existe nos Estados Unidos” (ALBUQUERQUE, 2000, p. 33).

lance discursivo para aceitar, elaborar, recusar ou tentar evitar a premissa” (2012, p. 22). A primeira questão foi a que mais rendeu. Como citamos anteriormente, os jornalistas gastaram bom tempo construindo a premissa, ou seja: de um lado, introduzindo o público na questão e, de outro, cercando o candidato. A primeira pergunta gerou questionamentos secundários que fizeram com os atores girassem em torno de uma mesma temática, avançando na profundidade do assunto. No entanto, quando entrevistadores e entrevistados gastam muitas oportunidades de fala em determinado assunto, pode ser sinal de alta tensão entre os dois campos. “Haver uma quarta e quinta falas dos jornalistas sobre a mesma questão praticamente caracteriza um bate-boca, uma intervenção de autoridade e de hostilidade” (GOMES, 2012, p. 23). Segundo o autor, esses casos não foram tão comuns em 2010. Mas, em 2014, a estratégia “perseguição e acossamento” destacou-se, principalmente, na entrevista com Eduardo Campos. Patrícia Poeta utilizou três vezes o recurso ao longo da situação discursiva.

O autor ainda adverte que uma entrevista com poucas falas sobre o mesmo tema remete a um nível de hostilidade baixo, ou seja, a tensão entre os dois campos é menor. Os jornalistas acabam tendo um número maior de falas em uma questão específica por não se contentarem com a resposta do entrevistado, por perceberem a estratégia de “esquiva” e não aceitarem que a informação buscada seja omitida. Os defensores do interesse público insistem contra esta situação, utilizando as estratégias discursivas que apresentamos anteriormente. A “interrupção de raciocínio” é a resposta para o desvio dos candidatos do foco em questão. Confirmamos o argumento de Cook (2011) sobre a existência do conflito no processo de produção do Jornalismo. Visto que a produção/edição do conteúdo político se dá ao vivo.

Nossa pesquisa também vai ao encontro do argumento de Albuquerque que diz que “os entrevistadores do Jornal Nacional demonstram um grande esforço no sentido de controlar as entrevistas” (2013, p. 18). O autor ainda afirma que diversos estudos têm identificado o aumento na agressividade de jornalistas em relação às autoridades políticas. Ele cita os trabalhos realizados sobre as democracias ocidentais. Se o JN assume algum partido, as entrevistas não expressam nitidamente. Mas a aversão a uma política corrupta e o dito interesse por informações relevantes para o público ganham destaque na fala dos entrevistadores. Tendo em conta todas as entrevistas analisadas, William Bonner fez 17 e Patrício Poeta fez 15 interrupções nas falas dos

candidatos. O estudo de Albuquerque (2013) identificou 10 interrupções de William Bonner, em 2010, somente na fala de Dilma Rousseff. Em 2014, foram 11 interrupções.

Quando os entrevistadores dizem “o tempo começa a contar a partir de agora”, o modo de defesa possivelmente é ativado na mente dos candidatos. Talvez isso explique o motivo deles utilizarem tanto a estratégia de “esquiva”. Para além desse aspecto, o recurso verbal é adotado obviamente para não manchar a sua imagem pública enquanto candidato. A bancada, por ser a “casa” dos jornalistas, ajuda a mostrar segurança no discurso. Já os candidatos lutam para construir um discurso não só coerente, mas seguro. Marina Silva foi uma das candidatas que apresentou a respiração mais ofegante se observarmos as imagens da transmissão. A candidata tinha consciência de que cada uma de suas palavras era ouvida não só pelos jornalistas, mas por milhões de telespectadores. Tanto é que, vez por outra, ela deixava de falar para os jornalistas e virava-se para a câmera com objetivo de falar para a audiência.

Estudar as entrevistas com os presidenciáveis no Jornal Nacional, durante o primeiro turno das eleições de 2014, é uma forma de contribuir para a produção telejornalística, pois as estratégias discursivas, identificadas por Gomes (2012) e confirmadas por esse estudo, podem ajudar na sistematização do formato entrevista eleitoral. Medina (1995) não é a favor da postura autoritária que alguns entrevistadores assumem, pois interfere no processo de construção do diálogo. No entanto, como vimos, a entrevista eleitoral é um caso específico e nela espera-se que o jornalista use autoridade dele para fazer questões que permitam ao público obter do político informações necessárias para uma decisão eleitoral qualificada. Além disso, espera-se também que o jornalista impeça que o candidato manipule a audiência com respostas esquivas ou falsas (GOMES, 2012). A entrevista eleitoral vai também, em parte, de encontro ao que os manuais, apresentados no capítulo 3, sugerem. Entre as orientações, a principal contrariada é a “Não dispute com o entrevistado”, de Caputo (2006). A entrevista eleitoral é uma disputa argumentativa fundamentalmente.

A televisão é vista com atenção no campo político devido à visibilidade que ela proporciona para os atores. Um indício que expressa tamanha importância é o fato de nenhum dos candidatos, que se enquadraram nos critérios para serem entrevistados no Jornal Nacional, ter faltado. Reconhecemos que o Jornalismo de TV influenciou o resultado das eleições. Não podemos mensurar, com nossa pesquisa, qual a dimensão

dessa influência, mas a entrevista de Marina Silva nos sugere o quão importante são as entrevistas do primeiro turno. Visto que a candidata após ser entrevistada no Jornal Nacional passou Dilma Rousseff nas pesquisas de intenção de voto. A postura discursiva da presidenciável em relação aos entrevistadores foi marcada, assim como os outros, por “esquivas”, mas o fato dela ter sido a única a utilizar a estratégia de “questionamento explícito das premissas” duas vezes pode ter influenciado nos resultados das pesquisas. Há de se considerar a contribuição de outros fatores, é claro. Mas vale destacar que o desempenho da candidata apresentou-se, no mínimo, como audacioso. Em 2010, Marina Silva não desafiou Fátima Bernardes, jornalista que precedeu Patrícia Poeta na ancoragem do telejornal, porém a candidata teve disputas de turnos com William Bonner, ou seja, falou por cima da fala do entrevistador.

O capítulo tratou da análise do *corpus* e da discussão dos achados da pesquisa. Percebeu-se que os candidatos utilizam mais a estratégia de “esquiva” e os jornalistas a estratégia de “interrupção de raciocínio”. Entre os entrevistadores, William Bonner foi o que mais fez intervenções nas falas dos candidatos. Pastor Everaldo e Dilma Rousseff foram os presidenciáveis que mais utilizaram estratégias para se manterem na zona de conforto, ou seja, em cima do muro. Os candidatos evitaram se posicionar sobre temas polêmicos, utilizando a estratégia de “esquiva” e de “escapada”. Pela quantidade de vezes que foram utilizadas, é possível perceber que as estratégias serviram, ou pelo menos foram adequadas, para os candidatos e para os jornalistas tentarem alcançar os objetivos específicos de cada campo na entrevista.

6. CONCLUSÕES

A pesquisa propôs analisar as estratégias discursivas utilizadas pelos presidenciáveis e pelos jornalistas nas entrevistas realizadas no Jornal Nacional durante o primeiro turno das eleições de 2014. Os estudos de Gomes (2012) e de Albuquerque (2013) junto com o olhar que lançamos sobre o objeto estudado ajudaram a compor a monografia. O objetivo geral que nos comprometemos alcançar foi compreender como as entrevistas influenciaram os rumos das eleições de 2014, identificando as estratégias discursivas utilizadas nas entrevistas e comparando os resultados com as análises feitas nos estudos de Gomes e Albuquerque sobre as entrevistas com os presidenciáveis em 2010.

A metodologia empregada foi a Análise de Conteúdo tendo em vista as categorias utilizadas por Gomes (2012) para estudar as entrevistas de 2010 com os presidenciáveis no Jornal Nacional. Percebemos que as categorias do autor não dariam conta da classificação de todas as oportunidades de fala de 2014 e, observando com atenção o material linguístico das entrevistas, construímos duas categorias, a saber, “complemento de fala” e “projetos”. A primeira categoria diz respeito às intervenções, sem o intuito de interromper, feitas nas falas dos candidatos pelos jornalistas em vista de completar uma informação, favorecendo, dessa forma, o entendimento do público em relação à questão. A segunda categoria diz respeito à fala dos jornalistas e dos candidatos no final da entrevista. Aplicou-se a categoria “projetos” nas oportunidades de falas dos jornalistas que introduziram os candidatos no tempo da entrevista em que eles poderiam falar de suas principais propostas de governo. A pesquisa através da construção dessas categorias contribui para aprimorar o modelo proposto por Gomes (2012).

A monografia reafirmou e explorou a percepção de Gomes (2012) sobre o novo formato de entrevista presente no Jornal Nacional, a saber, a entrevista eleitoral. Esta tem como principal característica a dimensão de arena argumentativa. Afasta-se, em parte, da orientação de Medina (1995), Arfuch (1995) e dos manuais apresentados no capítulo 3, mas aproxima-se do que a audiência espera dos atores do campo jornalístico em relação aos atores do campo político em entrevistas no período eleitoral. Segundo Gomes (2012), espera-se que os jornalistas usem a autoridade para fazer questões que permitam ao público obter informações relevantes para uma decisão

eleitoral qualificado e para impedir que os políticos manipulem o público com respostas evasivas ou falsas.

Com o estudo, foi possível perceber que os jornalistas têm o domínio do tópico das entrevistas, ou seja, eles escolhem quais assuntos são tratados e em quais momentos. O estudo confirma a dimensão de “Quarto Poder” assumida pelos jornalistas do JN, segundo Albuquerque (2013). Identificamos que a “interrupção de raciocínio” é uma das estratégias discursivas mais utilizadas pelos jornalistas para “editar” o discurso político ao vivo. Já a estratégia de “esquiva”, utilizada pelos candidatos, é apresentada como a mais frequente na fala deles. Eles preferem ficar em cima do muro a assumir um lado. Em contrapartida a tal postura, os jornalistas investem em estratégias discursivas, como a “reiteração”, o “reforço” e até a “perseguição e acossamento”, que possam apreender do candidato alguma informação relevante para o público.

O trabalho também apresentou a importância da televisão para a visibilidade pública do campo político. Os atores políticos convidados para as entrevistas poderiam ter faltado, mas aparecer em um telejornal no horário em que milhões de pessoas estão diante da televisão é uma exposição que interessa muito aos candidatos. Ainda que eles tenham a oportunidade de aparecer no horário eleitoral da televisão, e de marcar presença no rádio e na Internet, a visibilidade do Jornal Nacional agregada à credibilidade do campo jornalístico concede aos presidenciáveis um capital eleitoral significativo.

Obtivemos a resposta para a questão que norteou nosso estudo na análise das estratégias discursivas. Como as entrevistas telejornalísticas expressam a relação de influência recíproca entre o campo da Política e do Jornalismo? Elas expressam essa relação como uma tensa batalha no combate constante que existe entre os dois campos. Assumimos que a entrevista é uma arena argumentativa, ou seja, uma das muitas outras que existem nesse conflito. De modo geral, há arenas argumentativas que levam em conta os gêneros jornalísticos do rádio, do jornal impresso e até mesmo da Internet. As entrevistas na televisão, pelo menos as exibidas pelo Jornal Nacional, não pretendem construir um diálogo possível, mas pretendem, como outrora vimos, desmascarar a

“velha Política”³⁹. Nessa batalha especificamente, o Jornalismo é vencedor porque tem armas que dão vantagens no combate.

Ainda há muito que se estudar nas entrevistas com presidenciáveis em telejornais, por exemplo, o tempo das entrevistas, não nos detemos nesse aspecto, mas é um ponto que merece atenção. Quanto os atores do campo jornalístico consumiram do tempo que, supostamente, é dos atores do campo político? Quais as diferenças e as semelhanças das entrevistas com presidenciáveis realizadas entre as principais emissoras do Brasil? Quais as diferenças e as semelhanças entre as entrevistas com candidatos políticos em países diferentes? Como o formato da entrevista eleitoral do Jornal Nacional influencia nas entrevistas realizadas pelas filias com os candidatos a nível local? Estas são algumas das questões que os resultados desta pesquisa levam a pensar.

³⁹ Termo utilizado por Marina Silva para se referir aos representantes envolvidos em escândalos políticos.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. Em nome do público: Jornalismo e Política nas entrevistas dos presidentes ao Jornal Nacional. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** | E-compós, Brasília, v.16, n. 2, maio/ago. 2013.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. In: **Revista Contracampo**. Disponível em <<http://goo.gl/eizFvt>> Acesso em 8 de novembro de 2015.

ALDÉ, Alessandra *et al.* Teses e dissertações defendidas no Brasil 1992-2012: um mapa da pesquisa em comunicação e Política. In: **Revista Com Política**, v. 3, n. 2, 2013.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial – adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**. São Paulo: ESPM, ano 2, n. 5, abril-junho 2013.

ARFUCH, Leonor. La entrevista, una invención dialógica. Barcelona, Paidós Ibéria, 1995.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. In: **OPINIÃO PÚBLICA**, Campinas, vol. 12, n. 1, Abril/Maio, 2006.

BARRETO, Emanuel. 2006. Jornalismo e político: a construção do poder. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. III, n 1, 2013.

BARROS, Lidia *et al*, 2003. Manipulação, Contramanipulação e persuasão no Discurso Presidencial. In: **D.E.L.T.A.**, v. 19, n. 1, 2003.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação**. São Paulo: Summus Editorial. ed. 6. 2008.

BIROLI, Flávia. O Jornalismo como gestor de consensos: limites do conflito na Política e na mídia. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1837.doc>. Acesso em 7 jun. 2015.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. Razão e sentimento a comunicação Política e a decisão do voto. Trabalho apresentado ao **Grupo de Trabalho “Comunicação e Política”** do XX Encontro da Compós, em Porto Alegre, RS, em junho de 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

CAPUTO, Stela. **Sobre entrevistas: teoria, prática e experiências**. Rio de Janeiro, Vozes, 2006.

COLLING, Leandro. O “estado da arte” dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002. In: **Diálogos Possíveis**. 2007. Disponível em <<http://goo.gl/dxaR4z>>. Acesso em 09 de novembro de 2015.

COOK, Timothy E. Jornalismo Político. In: **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 6. Brasília, julho - dezembro de 2011, pp. 203-247.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**. Lisboa : Piaget, 1999.

DOWNS, Anthony. **Uma Teoria Política da Democracia**. São Paulo, Edusp, 1999.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Capítulo 18: Análise de Conteúdo. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**, São Paulo: Atlas S.A., 2011.

GANS, Herbert J. **Deciding what’s news**. NewYork: Random House. 1979.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus. 2004.

GOMES, Wilson. Audioesfera Política brasileira e visibilidade pública. In: GOMES, Itania (org.). **Televisão e realidade**. Edufba: Salvador, 2009.

GOMES, Wilson. Entrevistas com candidatos a presidente transmitidas “ao vivo” em telejornais: o modelo teórico-metodológico da mediação jornalística. In: **Revista ComPolítica**, n.2, vol.2, ed. jul-dez, ano 2012.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarczio. “Politics 2.0”: a campanha online de Barack Obama em 2008. In: **Revista de Sociologia e Política** (UFPR. Impresso), v. 17, p. 29-45. 2009.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia – verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

JESPERS, Jean-Jacques. **Jornalismo televisivo**. Coimbra: Minerva, 1998.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. São Paulo/Rio de Janeiro: Record, 2003.

LOZANO, José Carlos. Hacia la reconsideración del análisis de contenido em la investigacion de los mensajes comunicacionales. In: **Investigar la comunicación: propuestas iberoamericanas**. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Alic, 1994.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo**. Tradução: Wladir Dupont. São Paulo, Geração Editorial, 2003.

KUMAR, Anup. Looking Back at Obama’s Campaign in 2008: “True Blue Populist” and Social Production of Empty Signifiers in Political Reporting. In: **Journal of Communication Inquiry**. 2014. Disponível em <<http://goo.gl/hdOxU0>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

MACIEL, Pedro. 1995. **Jornalismo de Televisão**. Porto Alegre, Sagra - DC Luzzato.

MAKOVICS, Nahara Cristine. 2010. **A importância da televisão no cenário político**. Disponível em <<http://goo.gl/r6Fyqs>>. Acesso em 08 de novembro de 2015.

MARQUES, Jamil. Internet e oportunidades de participação Política – Um exame dos websites de senadores brasileiros e norte-americanos. In: **Revista Fronteiras**, Vol. IX Nº 3, 2007.

MARQUES, Jamil; Edna, MIOLA. Deliberação mediada Uma tipologia das funções dos media para a formação do debate público. In: **Estudos em Comunicação**. 2010. Disponível em <<http://goo.gl/FHizcv>> Acesso em 10 de novembro de 2015.

MARQUES, Jamil; SAMPAIO, Rafael. Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. In: **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 22, p. 208-221, dez. 2011.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista o diálogo possível**. São Paulo, 3ª ed, Ed. Ática, 1995.

MIGUEL, Luis Felipe. O Jornalismo como sistema perito. In: **Tempo Social**, vol.11, n.1, pp. 197-208, 1999.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática Política. In: **LUA NOVA**, n. 55-56, 2002.

MIGUEL, Luis; BIROLI, Flávia. Visibilidade na Mídia e Campo Político no Brasil. In: **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, vol. 53, nº 3, pp. 695 a 735, 2010.

MIOLA, Edna; MAIA, Rousiley Jornalismo e Política em pauta: Tensões entre interesses públicos e privados no debate sobre a criação da Empresa Brasil de Comunicação. In: **XXII Encontro Anual da Compós**. Bahia, 2013.

MONT'ALVERNE, Camila. **Jornalismo político e imagem pública: Dilma Rousseff nos editoriais do jornal o estado de s. Paulo**. (Monografia). 2013.

MORAES JÚNIOR, Enio. 2011. **O ensino do interesse público na formação de jornalistas: elementos para a construção de uma pedagogia**. São Paulo, 2011. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

MORIN, Edgar, 1921. **Os sete saberes necessários à educação do futuro** / Edgar Morin; tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya ; revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho. – 2. ed. – São Paulo : Cortez ; Brasília, DF : UNESCO, 2000.

MUNIZ, Eloá. Marketing político: conceitos e definições. In: **Eloá Muniz Consultoria em Comunicação**. Disponível em <<http://goo.gl/NCzxBR>>. Acesso em 8 de novembro de 2015.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. São Paulo: Papirus, 2007.

PARIKH, Komal H. Political Fandom in the Age of Social Media: Case Study of Barack Obama's 2008 Presidential Campaign. In: **MEDIA@LSE Electronic MSc Dissertation Series**. 2012. Disponível em <<http://goo.gl/0zYCN5>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

PINTO, Céli. Elementos para uma análise do discurso político. In: **Bar barói**. Nº 24. 2005.

PIRES, Teresinha. A construção da imagem política de Dilma Rousseff como mãe do povo brasileiro. In: **REVISTA DEBATES**, Porto Alegre, v.5, n.1, p. 139-162, jan.-jun. 2011.

PORTO, Mauro P. O poder da televisão: relações entre TV e Política. In: **Comunicação & Educação**, São Paulo, (8): 14 a 18, jan/abr. 1997.

PRADRO, João Rodolfo. **Ponto Eletrônico**. São Paulo, Publisher Brasil. 1973

QUEIROZ, Adolpho; TAVARES, Débora. Marketing político, história e evolução no Brasil republicano. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: **V Congresso Nacional de História da Mídia** – São Paulo – 31 maio a 02 de junho de 2007.

REZENDE, Guilherme. Gêneros jornalísticos. In: **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo, UESP, 2010.

REZENDE, Guilherme. **TeleJornalismo no Brasil**. São Paulo: 3 ed. Summus, 2000.

RUBIM, Antonio Canelas. Comunicação Espaço Público e eleições presidenciais. In: **Comunicação e Política**, vol. 9. São Paulo: 1989, p. 17.

SECRETARIA de Comunicação da Presidência da República. Pesquisa Brasileira de Mídia 2014. Disponível em <<http://goo.gl/giBIct>>. Acesso em 13 de maio de 2015.

SEIDMAN, Steven A. Barack Obama's 2008 Campaign for the U.S. Presidency and Visual Design. **Journal of Visual Literacy**. 2010. Disponível em <<http://goo.gl/iGYHlb>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. II, Nº 1 - 1º Semestre de 2005. Disponível em <<https://goo.gl/4AI40K>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

SOARES, Felipe Bonow; MICHEL, Margareth de Oliveira. 2011. Comunicação e Política: espetáculo midiático e os media training. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011.

SOUZA, Florentina das Neves. **O Jornal Nacional e as Eleições Presidenciais: 2002 e 2006**. 2007 - Tese (doutorado) - Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007.

THOMPSON, John. **A Mídia e a Modernidade**. Rio de Janeiro, Vozes. 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis, Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo Eurico; SANTANA, Adriana. 2010. O lugar de referência e o rigor do método no Jornalismo: algumas considerações. In: **intexto**. Disponível em <<http://goo.gl/LVTyqY>>. Acesso em 10 de novembro de 2015.

ANEXO

Segue em anexo as entrevistas realizadas pelo Jornal Nacional com os presidentiáveis de 11 a 27 de agosto de 2014. O material foi copiado do site do jornal (www.g1.com/jn). O intuito das entrevistas anexadas ao trabalho é dá ao leitor acesso ao material linguístico analisado na íntegra.

11/08/2014

Aécio Neves é entrevistado no Jornal Nacional

O candidato do PSDB à Presidência da República foi entrevistado ao vivo, na bancada do JN, por William Bonner e Patrícia Poeta.

O Jornal Nacional abre hoje a série de entrevistas, ao vivo, com os principais candidatos à Presidência da República. Nós vamos abordar os temas polêmicos das candidaturas e também confrontar os candidatos com o seu desempenho em cargos públicos. Nas próximas semanas, os candidatos estarão também no Bom Dia Brasil e no Jornal da Globo.

O sorteio realizado com a supervisão de representantes dos partidos determinou que o candidato do PSDB, Aécio Neves, seja o entrevistado de hoje.

William Bonner: Boa noite, candidato.

Aécio Neves: Boa noite, Bonner. Boa noite, Patrícia. Boa noite, brasileiros de todas as partes do país, que nos ouvem aqui hoje. Prazer enorme estar aqui.

William Bonner: Obrigado. O tempo total da entrevista é de 15 minutos, dos quais nós reservamos o último minuto e meio para que o candidato fale resumidamente, claro, sobre os projetos que ele considera prioritários caso seja eleito. E o tempo começa a ser contado a partir de agora. Candidato, quando o senhor critica a situação da economia brasileira, o senhor tem dito que, seja quem for o presidente eleito para o ano que vem, vai ter que fazer uma arrumação da casa. O senhor já mencionou choque de gestão, redução de número de ministérios, redução de cargos comissionados. O senhor já falou em combate a desperdícios. Mas economistas que concordam com o seu diagnóstico para a economia brasileira dizem que essas medidas que o senhor tem anunciado não bastam, elas não seriam suficientes para resolver. Que seria necessário que o governo fizesse um corte profundo de gastos. Que seria necessário que o governo também

eliminasse a defasagem de tarifas públicas como preço da gasolina e energia elétrica. A questão é a seguinte: o senhor não vai fazer essas medidas que os economistas defendem? Ou o senhor está procurando não mencionar essas medidas, porque elas são impopulares?

Aécio Neves: Bonner, eu tenho dito em todos os fóruns e aqui, a vocês, de forma muito clara. Vou tomar as medidas necessárias a que o Brasil retome o ritmo de crescimento minimamente aceitável. Não é adequado, não é compreensível que um país com as potencialidades do Brasil seja o lanterna do crescimento na América do Sul. E estejamos aí de novo com aquela agenda que achávamos já derrotada há tempos atrás, como a da inflação, de novo a atormentar a vida do cidadão, da cidadã brasileira. Eu tenho tido a oportunidade de me reunir, Bonner, com alguns dos mais talentosos economistas do Brasil. Mas, na outra ponta também, eu tenho conversado com as pessoas. O que o brasileiro quer? Transparência. Um governo que tenha coragem de fazer aquilo que seja necessário. Nós vamos, sim, enxugar o estado. Não é admissível, não é razoável que nós tenhamos hoje 39 ministérios. Não apenas pelo custo dos ministérios, mas pela incapacidade deles de apresentarem resultados, entregarem serviços de qualidade às pessoas. E estejamos hoje vivendo uma política externa, cujo o alinhamento ideológico é prioridade sobre o pragmatismo, sobre o interesse real do Brasil e da nossa economia. E tudo isso levou a uma crise de confiança muito grande no Brasil.

William Bonner: Mas o senhor não respondeu a minha pergunta. A minha pergunta é se entre essas necessidades se inclui a redução dos gastos públicos e o fim dessa defasagem das tarifas de energia e gasolina.

Aécio Neves: Não, eu respondo com absoluta clareza. Começando do final. No meu governo vai haver previsibilidade em relação a essas tarifas e em todas as medidas do governo. Ninguém espere no governo Aécio Neves o pacote A, o PAC disso, o PAC daquilo. Ou algum plano mirabolante.

William Bonner: Mas o senhor vai aumentar as tarifas?

Aécio Neves: Nós vamos tomar as medidas necessárias. É óbvio que nós vamos ter que viver um processo de realinhamento desses preços. Quando e como? Obviamente, quando você tiver os dados sobre a realidade do governo é que você vai estabelecer isso.

Eu não vou temer tomar aquilo que seja necessário. As medidas necessárias para controlar a inflação, retomar o crescimento e, principalmente, Patrícia e Bonner, a confiança perdida no Brasil. Porque essa desconfiança em relação ao nosso país afugenta os investimentos. E os investimentos indo embora, os empregos vão embora. Olha, o saldo da balança comercial de manufaturados, dos produtos que mais agregam valor, produzidos no Brasil, no ano passado, foi negativo em R\$ 107 bilhões. Sabe o que isso significa? Que os empregos que deveriam estar sendo gerados no Nordeste brasileiro, no Centro-Oeste, no Norte, estão sendo gerados na Ásia e em outras partes do mundo. Isso tem que acabar.

Patrícia Poeta: Candidato, o seu partido é crítico ferrenho de casos de corrupção que envolvem o PT. Mas o seu partido também é acusado de envolvimento em escândalos graves de corrupção. Como é o caso do mensalão mineiro e também do pagamento de propina a funcionários públicos pelo cartel de trens e metrô de São Paulo. Isso para citar dois exemplos. Toda vez que escândalos como esses vêm a público, tanto o PT quanto o PSDB usam o mesmo discurso. Um discurso óbvio e correto. Que tudo tem que ser investigado, que se houver culpado tem que ser punido. Por que o eleitor iria acreditar que exista diferença entre os dois partidos quando o assunto é esse: corrupção?

Aécio Neves: Patrícia, eu acho que a diferença é enorme. Porque no caso do PT houve uma condenação pela mais alta corte brasileira. Estão presos líderes do partido, tesoureiros do partido, pessoas que tinham postos de destaque na administração federal, por denúncia de corrupção. Eu nunca torci para ninguém ser preso. Sendo aliado ou adversário. Apenas torcia sempre e esperava que a Justiça se manifestasse. Em relação ao PSDB ou aqueles sem partido, se tiverem denúncias que sejam consistentes, têm que ser investigadas e têm que responder por elas. O que eu posso garantir é que, no caso do PSDB, se eventualmente alguém for condenado, não será, como foi no PT, tratado como herói nacional. Porque isso deseduca. Portanto, todos os partidos estão aí e têm a possibilidade de ter nomes que sejam envolvidos em quaisquer denúncias. Apuração e punição: é isso que esperam os brasileiros, independente da filiação partidária.

Patrícia Poeta: Mas candidato, vamos pegar um exemplo aqui: Eduardo Azeredo, que foi um dos principais acusados de ser beneficiado no escândalo do mensalão mineiro, renunciou e por isso não foi julgado ainda. Ele está ao seu lado, no seu palanque,

apoando essa campanha eleitoral. Isso de uma certa forma lhe causa algum desconforto, não é passar a mão na cabeça das pessoas, de alguém do partido, um réu, nesse caso?

Aécio Neves: Ele está me apoiando, você colocou bem, Patrícia, não é o inverso. Ele é um membro do partido e que tem a oportunidade de se defender na Justiça, vamos aguardar que a Justiça possa julgá-lo, se condenado, ele vai ser punido, mas eu não prejudgo, não prejudguei os petistas, não vou prejudgar os tucanos. O que eu posso te dizer e reitero aqui: independente do partido político, eu acho que qualquer cidadão tem que responder pelos seus atos. E o Eduardo vai responder pelos dele. Vamos deixar que ele possa se defender.

William Bonner: Candidato, quando o senhor era governador do estado de Minas Gerais, o senhor construiu um aeroporto no município de Cláudio, a sua família tem uma fazenda a seis quilômetros desse aeroporto e a pista foi construída ao lado de terras do seu tio-avô. O senhor já disse diversas vezes que não houve nenhuma irregularidade nisso, que as terras eram públicas, porque já tinham sido desapropriadas, inclusive a sua família discorda do valor arbitrado para essa desapropriação, contesta esse valor, considera injusto, está na Justiça. O senhor disse também que o aeroporto foi criado pelo senhor para beneficiar a economia da região. E desde que esse assunto surgiu, o único erro que o senhor admite ter cometido, eu vou ler as suas palavras, o senhor disse que ‘viu aquela obra com os olhos da comunidade local e não da forma como a sociedade a veria à distância’. Eu pergunto: mesmo aos olhos da comunidade local, candidato, o senhor considera republicano construir um aeroporto que poderia ser visto como um benefício para a sua família, no mínimo, por valorizar as terras dela?

Aécio Neves: Bonner, eu tenho que agradecer muito a oportunidade que você me dá de tocar nesse tema. Esperava ter essa oportunidade para fazê-lo. O meu governo foi um governo republicano, foi um governo absolutamente transparente. Eu transformei Minas Gerais num estado, Bonner, que tem a melhor educação do Brasil no ensino fundamental, a melhor saúde de toda a Região Sudeste. Nós ligamos num planejamento, aliás, algo em falta hoje no plano federal, todas as cidades mineiras que não tinham asfalto, 225 cidades foram ligadas por asfalto no meu governo. Quatrocentos e cinquenta cidades não tinham telefonia celular, eu fiz a primeira PPP do Brasil e liguei essas cidades ao desenvolvimento através da telefonia celular e fiz um programa chamado ProAero que ligou 29 cidades de um total de 92 aeroportos que existem

espalhados por Minas, você sabe que Minas é o estado que tem o maior número de municípios, somos 853, como instrumento do desenvolvimento regional, e, veja bem, nesse caso, especificamente, se houve algum prejudicado foi esse meu tio-avô, porque o estado avaliou aquela área em R\$ 1 milhão, ele reivindica na Justiça R\$ 9 milhões, não recebeu R\$ 1 até hoje. Foi feito assim de forma transparente, absolutamente republicana, e a população daquela localidade sabe a importância desse aeródromo, uma pista asfaltada.

William Bonner: Mas candidato, essa questão produziu muita polêmica porque, imediatamente, levantou-se uma suspeita sobre o benefício a sua família, que o senhor diz não ter havido. E o senhor tem algum tipo de constrangimento ético pelo fato de ter utilizado essa pista quando visitou a fazenda da sua família?

Aécio Neves: Não, não tenho, até porque não sabia que essa pista não estava homologada, aliás essa é uma questão.

William Bonner: Perdão, mas não se trata da questão da homologação. A homologação é uma questão burocrática. A minha pergunta é sobre usar um aeroporto que foi construído pelo estado de Minas Gerais para visitar uma fazenda sua. Isso não lhe constrange?

Aécio Neves: Bonner, eu visitei praticamente todos os aeroportos de Minas Gerais, trabalhando como governador do estado e o fato central é esse, que a Anac, porque é muito aparelhada hoje, nós sabemos a origem das indicações da Anac, durante três anos não conseguiu fazer o processo avançar e homologar o aeroporto. Bonner, o meu governo é reconhecido em Minas Gerais como o governo transformador. Eu deixei Minas com 92% de aprovação e é exatamente essa experiência republicana, correta, transparente do meu governo que eu quero implementar no Brasil. Não há nenhum constrangimento, Bonner.

William Bonner: Para fechar essa questão: o que vale mais, uma fazenda com um aeroporto ao lado ou uma fazenda sem um aeroporto ao lado?

Aécio Neves: Olha essa fazenda que você se refere, é uma fazenda que está na minha família há 150 anos, tem lá 14 cabeças de gado. Essa é a grande fazenda. É um sítio que valorizado ou não, Bonner, é um sítio onde a minha família vai, eventualmente, nas férias, ali ninguém está fazendo um negócio. Essa cidade precisava desse aeroporto

como todas as outras que tiveram investimentos em Minas Gerais, eu nunca na minha vida inteira fiz nada aquilo que eu não pudesse defender de cabeça erguida. Criou-se em torno desse caso uma celeuma, que você próprio deve estar surpreso agora, é um sítio da nossa parte talvez de 30 alqueires, algo absolutamente familiar, pequeno. Nada a ver com esse aeroporto, até porque nesse local já havia uma pista que eu poderia ter descido numa pista que estava lá há mais de 20 anos.

Patrícia Poeta: Candidato, vamos falar de programas sociais. O senhor tem dito que vai manter alguns dos principais programas sociais do governo atual, como é o caso do Bolsa Família, o ProUni, o Pronatec, o Mais Médicos e também a política de reajuste do salário mínimo. A sensação que dá para muitos eleitores, é que o senhor, sim, aprova o desempenho do PT nessa área, na área social. Por que então esses eleitores iriam querer mudar de presidente?

Aécio Neves: Porque a verdade é essa, Patrícia. Todos percebemos de forma muito clara que o Brasil parou de crescer. Os empregos de boa qualidade deixaram de ser gerados aqui. E até os de baixa qualidade também, segundo os últimos dados oficiais, estão deixando de acontecer. A grande realidade é que administrar, e olha que eu fui um governador razoavelmente exitoso, é transformar, e transformar para melhor as boas experiências. O que é o Bolsa Família, Patrícia? O Bolsa Família é a junção do Bolsa Escola, do Bolsa Alimentação, do Vale Gás, que vieram do governo do presidente Fernando Henrique, e corretamente o presidente Lula os unificou e adensou. Não só vou continuar com o Bolsa Família, como eu quero que, além da privação da renda, as pessoas que o recebem possam ter uma ação do estado, para que outras carências de saneamento, de educação, de segurança, possam também ser sanadas. O Prouni é uma inspiração de uma experiência do governo de Goiás. Todo mundo, de alguma forma, copia e aprimora e ninguém tem que ter vergonha disso. O meu governo, ele vai ser renovador no padrão ético, no padrão moral, em relação a esse governo, e vai ampliar as boas políticas. Mas certamente vai ser um governo que vai resgatar a capacidade de o Brasil crescer.

Patrícia Poeta: O senhor quer manter e aprimorar esses programas sociais.

Aécio Neves: É isso que deve fazer o bom gestor.

Patrícia Poeta: Candidato, como é que o senhor explica o desempenho no campo social de um estado rico como Minas Gerais que, hoje, sustenta o menor Índice de Desenvolvimento Humano de toda a Região Sudeste e ocupa a nona posição no ranking nacional, entre todos os estados brasileiros. Estava em oitava posição anos atrás e agora está em nona posição.

Aécio Neves: Patrícia, estes números têm que ser vistos no seu conjunto. Minas Gerais avançou e avançou muito. Agora Minas tem no nosso território, incrustado no nosso território, o Vale do Jequitinhonha, o norte mineiro, o Mucuri, que é uma região, que, historicamente, tem um IDH menor do que a média do Nordeste. O grande esforço do nosso governo foi reduzir essas diferenças. E fizemos isso. Minas tem hoje a melhor educação fundamental do Brasil, mesmo sendo um estado heterogêneo, e não sendo o mais rico dos estados brasileiros. A melhor saúde de toda Região Sudeste. E é um estado que se desenvolve muito. Qual que é a questão específica? Nós tivemos um momento ruim, de determinadas atividades econômicas nossas, que perderam valor, como minério e o café. Essa sazonalidade existe. Mas Minas é hoje referência, não apenas no Brasil, mas fora do Brasil, pelos organismos internacionais, como Banco Mundial, de um modelo a ser seguido, de um estado com sensibilidade social e com gestão profissional.

William Bonner: O senhor mencionou já duas vezes a saúde em Minas Gerais, o senhor tem dito que é a melhor do Sudeste, a quarta melhor do Brasil. No entanto, os analistas que se debruçaram sobre investimentos públicos na saúde de Minas afirmam que isso foi muito mais resultado de investimentos da União e de municípios do que do estado. O senhor não considera a saúde uma prioridade também de governos estaduais, candidato?

Aécio Neves: Absoluta. O que nós fizemos em Minas, Bonner, é transformador. Qualquer especialista nessa matéria reconhece isso. Eu estive há poucos dias atrás reunido na USP. Com a diretora da USP e outros renomados especialistas em saúde pública. No meio da reunião, vou aqui confidenciar isso, a diretora da USP disse pra mim o seguinte: ‘Aécio, você não tem nada o que aprender conosco aqui sobre saúde pública, não. O que vocês fizeram em Minas foi transformador’. Seja em relação à saúde preventiva, onde nós dobramos os números de equipe do programa Saúde da

Família, quanto na qualificação dos hospitais através do Pro-Hosp, na preparação das pessoas. Saúde é prioridade para qualquer governo responsável e será no nosso.

Patrícia Poeta: Candidato, nosso tempo está acabando. Última pergunta. Dos projetos que o senhor tem para o país, quais seriam os prioritários?

Aécio Neves: Na verdade, Patrícia, eu quero governar o Brasil para iniciar um novo ciclo de desenvolvimento no país, um ciclo que concilie ética com eficiência. Sem dúvida alguma os quadros que nós temos à nossa disposição e a coragem que teremos para fazer o que precisa ser feito é que permitirá que, no nosso governo, o Brasil volte a crescer. Mas eu quero melhorar o Brasil é para a dona Brenda, que eu conheci essa semana, lá nas margens do Rio Negro, no Amazonas, que quer um posto de saúde melhor na sua comunidade. Ou para o seu Severino, lá de Mauriti no Ceará, que espera que as obras do São Francisco possam chegar perto da sua casa, ele já acha que só os seus netos é que verão. Eu quero que a Suelen, lá de Campina Grande, que eu conheci no ano passado, continue vendendo na feira como vendia, não vende mais porque a inflação está aí a perturbar a vida de todos. Eu quero fazer um governo para as pessoas, um governo responsável, corajoso, mas que pense naquele que mais precisa da ação do estado. Por isso, eu, neste instante, peço a você que está nos ouvindo, o voto, o seu apoio para transformarmos de verdade o Brasil. Vocês vão se orgulhar muito disso.

Patrícia Poeta: Obrigada pela sua participação aqui na bancada do Jornal Nacional. Lembrando que amanhã o entrevistado ao vivo aqui no Jornal Nacional será o candidato do PSB, Eduardo Campos.

Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/08/aecio-neves-e-entrevistado-no-jornal-nacional.html>

12/08/2014

Eduardo Campos é entrevistado no Jornal Nacional

O candidato do PSB à Presidência da República foi entrevistado ao vivo, na bancada do JN, por William Bonner e Patrícia Poeta.

O Jornal Nacional dá sequência, hoje, à série de entrevistas com os principais candidatos à Presidência, em que nós abordamos questões polêmicas das candidaturas e o desempenho deles em cargos públicos. Lembrando que o Bom Dia Brasil e o Jornal da Globo também receberão os candidatos nas próximas semanas.

O tempo total da entrevista de hoje é de 15 minutos, dos quais nós reservamos o último minuto e meio para que o candidato fale resumidamente sobre os projetos que ele considera prioritários se for eleito.

O sorteio acompanhado por assessores dos partidos determinou para a hoje a presença do candidato do PSB, Eduardo Campos.

Patrícia Poeta: Boa noite, candidato.

Eduardo Campos: Boa noite, Patrícia. Boa noite, Bonner. Boa noite a todos que estão nos assistindo.

Patrícia Poeta: Então o tempo começa a ser contado a partir de agora. Candidato, vamos começar a entrevista com a lista de alguma promessas que o senhor já fez, eu anotei algumas delas: escola em tempo integral, passe livre para estudantes do ensino público, aumento dos investimentos em saúde para 10% das receitas da União, manutenção do poder de compra do salário mínimo e multiplicar por 10 o orçamento da segurança. Tudo isso significa aumento dos gastos públicos. Mas o senhor também promete baixar a inflação atual para 4% em 2016, chegando até 3% até 2019. E isso, segundo economistas, exige cortar pesadamente gastos públicos. Ou seja, essas promessas se chocam, se batem. Qual delas o senhor não vai cumprir?

Eduardo Campos: Patrícia, na verdade, só há uma promessa, que é melhorar a vida do povo brasileiro. A sociedade brasileira tem apresentado na internet, nas ruas, uma nova pauta, que é a pauta da educação, da melhoria da assistência da saúde, que está um horror no país, a violência que cresce nos quatro cantos do país. Nós temos que dar conta de melhorar a qualidade de vida nas cidades onde a mobilidade também é um grave problema. E tudo isso em quatro anos. Nós estamos fazendo um programa de governo, ouvindo técnicos, a universidade, gente que já participou de governo. E é possível, sim. Nós estamos fazendo conta, tem orçamento. Eu imagino que muitas vezes as pessoas dizem assim: ‘Houve uma reunião do Copom hoje e aumentou 0,5% os juros’. E ninguém pergunta da onde vem esse dinheiro. E 0,5% na Taxa Selic significa

14 bi. O passe livre, que é um compromisso nosso com os estudantes, custa menos do que isso. Então, nós estamos fazendo contas para, com planejamento, em quatro anos trazer inflação para o centro da meta, fazer o Brasil voltar a crescer, que esse é outro grave problema, o Brasil parou. E o crescimento também vai abrir espaço fiscal. Tudo isso com responsabilidade na condução macroeconômica. Banco Central com independência, Conselho Nacional de Responsabilidade Fiscal, gente séria e competente governando. Fazendo a união dos competentes, dos bons, o Brasil pode ir muito mais longe.

Patrícia Poeta: Agora, candidato, o senhor então está querendo dizer que pretende deixar de gastar aqui, para gastar ali. Mas isso não significa, necessariamente, cortes pesados. Não são cortes. Então, os economistas dizem que para combater a inflação seria necessário isso: cortes severos mesmo. Como é que o senhor pretende fazer isso?

Eduardo Campos: Olha, a inflação não pode ser combatida só com a taxa de juros, como vem sendo feita no país. É preciso ter coordenação entre a política macroeconômica monetária, a política fiscal, mas é preciso também ter regras seguras. As regras que mudam a todo dia no Brasil muitas vezes fazem com que o preço do dinheiro suba, o chamado Custo Brasil. A falta de logística que encarece o produto que vem do mundo rural, da própria indústria, a falta de ferrovia, de rodovia, que o Jornal Nacional mostra tantas vezes aqui, de portos, encarece o país. Então, o Brasil precisa enfrentar a inflação, porque ela está corroendo o salário. As pessoas estão percebendo, quem está nos assistindo tem percebido que o salário não dá para o mês inteiro. Os aposentados, os assalariados, os que vivem por conta própria do seu esforço percebem. O compromisso um com o centro da meta da inflação e a retomada do crescimento.

Patrícia Poeta: Então, o senhor não acha que seria justo dizer para o eleitor que o próximo ano será um ano difícil, duro, com remédios mais amargos?

Eduardo Campos: É, o ano difícil está sendo já esse, Patrícia. Porque a gente vai ter um crescimento de -1%. O Brasil está perdendo...

Patrícia Poeta: Sem aumento da tarifa.

Eduardo Campos: É, o Brasil perdeu de 7 a 1 dentro do campo de futebol, na Copa, e está perdendo também de 7 a 1 fora do campo. Porque é sete de inflação, com a

presidenta guardando na gaveta dela, para depois da eleição o aumento da energia e o aumento do combustível, mesmo assim, com menos de um de crescimento.

Patrícia Poeta: Mas vai ser um ano difícil, o próximo ano, candidato?

Eduardo Campos: Eu acho que vai ser um ano que nós vamos terminar melhor do que o ano de 2014. Porque nós vamos enfrentar os problemas. A pior coisa na vida de uma pessoa, de uma família e de um governo é a gente ficar escondendo os problemas e não tendo coragem e humildade de dizer: ‘Ó, estamos com problemas. Vamos resolver o problema?’. Nós estamos com um problema, por exemplo, na questão da energia. Não seria muito melhor dizer: ‘Ó, choveu menos do que deveria, não investimos tanto’. Por que a gente não criar todo um esforço de eficiência energética, como a Europa está fazendo? Premiar quem faz as mesmas coisas, seja na indústria, no comércio, em casa, com menos energia.

William Bonner: Vamos mudar de assunto. O senhor se articulou com o ex-presidente Lula e com partidos políticos para eleger a sua mãe, a então deputada federal Ana Arraes, ministra do Tribunal de Contas da União. O senhor considera isso ético? Não foi uma forma de nepotismo?

Eduardo Campos: Veja, Bonner, se a nomeação fosse minha, se dependesse da minha nomeação enquanto governador, seria nepotismo, e eu quero te dizer que eu fui o primeiro governador a fazer a lei do nepotismo no estado de Pernambuco. Ela, Ana, era funcionária pública de carreira por concurso da Justiça, elegeu-se deputada por duas vezes, com votações crescentes, fez mandatos respeitáveis. A Câmara foi chamada a eleger um parlamentar para uma vaga no Tribunal de Contas, ela se candidatou, outros deputados se candidataram, como o ex-presidente da Câmara Aldo Rebelo. Ela disputou uma eleição com vários deputados, ela foi a única mulher que ganhou no voto, com a votação muito grande, e foi ser ministra e tem feito um trabalho como ministra do Tribunal de Contas que todos reconhecem como trabalho digno, sério.

William Bonner: Certo, mas o que eu estou colocando em questão não são os méritos da sua mãe, não se trata disso, a questão é: o senhor ter usado o seu prestígio, o seu poder para se empenhar pessoalmente num trabalho de catequese, numa campanha para que um parente seu ocupasse um cargo público e vitalício. O senhor acha que isso foi um bom exemplo para o país?

Eduardo Campos: Olha, na hora que ela saiu candidata com apoio do meu partido, se fosse uma outra pessoa, eu teria apoiado. Por que eu não apoiaria ela que tinha todos os predicados, tanto é que pode registrar a sua candidatura, pode fazer a disputa. Eu nem votei, Bonner, porque eu não era deputado. Eu, simplesmente, torci na hora em que ela se candidatou para que ela ganhasse e ela tem feito um trabalho no Tribunal de Contas que tem o reconhecimento, inclusive, do corpo técnico do Tribunal.

William Bonner: O seu empenho pessoal, o senhor não vê nada de errado no seu empenho pessoal nesta eleição?

Eduardo Campos: Não.

William Bonner: Ok.

Patrícia Poeta: Ainda nesse ponto, candidato, o senhor indicou um primo seu e um primo da sua mulher para trabalhar no TCE, que é o órgão responsável por fiscalizar as contas do estado, quando o senhor era governador de Pernambuco. Como é que fica a isenção nisso?

Eduardo Campos: Na verdade, eles se candidataram na Assembleia Legislativa em vagas que eram próprias da Assembleia Legislativa. Um deles e um outro foi indicado, como ele foi desembargador eleitoral, tinha todos os predicados jurídicos para fazer exatamente esse pleito e foi votado pela Assembleia Legislativa.

Patrícia Poeta: Mas foram indicados pelo senhor?

Eduardo Campos: Não. O Marcos Loreto...

Patrícia Poeta: Para julgar suas contas.

Eduardo Campos: Não, para julgar minhas contas, não. Eles foram indicados para vaga no Tribunal de Contas. Um pela Assembleia Legislativa, não há nenhuma indicação, a vaga era da Assembleia, pessoas podiam se candidatar e ele não estava impedido por lei de se candidatar. E, um outro, que foi indicado na vaga do Executivo respeitando a legislação em vigor.

Patrícia Poeta: Então, o senhor, não vê conflito nisso. Se o senhor fosse eleito presidente hoje, o senhor manteria esse comportamento no governo federal, sem dúvidas?

Eduardo Campos: Não, eu acho que a gente precisa, na verdade, sobretudo agora que vamos ter cinco vagas no Supremo Tribunal Federal, o Brasil precisa fazer uma espécie de comitê de busca, o que é feito para os institutos de pesquisa, juntar notórias, pessoas com notória especialidade e conhecimento para fazer ao lado do presidente a seleção de pessoas que vão para esses lugares vitalícios. Aliás, eu acho que o Brasil deve fazer uma reforma constitucional para acabar com esses cargos vitalícios que ainda existem na Justiça, é preciso ter os mandatos também no Poder Judiciário, coisa que existe em outras nações do mundo, de maneira a oxigenar os tribunais e garantir que esse processo de escolha seja um processo mais impessoal.

William Bonner: Candidato, o senhor tem procurado apresentar o discurso de um gestor moderno, de um gestor favorável ao empreendedorismo privado, mas o fato é que, logo depois do anúncio da sua aliança com Marina Silva, Marina fez restrições ao agronegócio, que é um setor que tem sustentado a economia brasileira em muitos anos. Como é que o senhor pretende resolver esta contradição dentro da sua chapa?

Eduardo Campos: Olha, com diálogo, Bonner. Mostrando exatamente que Marina não tem nada contra agronegócio ou contra indústria ou contra o desenvolvimento econômico. O que Marina defende e eu defendo também, e a sociedade brasileira quer ver hoje, é que nós temos que ter desenvolvimento com respeito ao meio ambiente e com inclusão. Esse é um conceito que no século passado parecia que disputava: ou se tem desenvolvimento ou se tem respeito à natureza. E, hoje, o mundo todo bota numa equação só, tenta efetivamente conciliar desenvolvimento com proteção da natureza e com inclusão das pessoas mais pobres.

William Bonner: Claro, candidato. Mas eu acho que eu preciso ser um pouco mais específico sobre a contradição a que eu me referi. Vamos falar da reforma, da votação do Código Florestal. Assunto importantíssimo. Na votação do Código Florestal, o seu partido aprovou, quase que por unanimidade. E o grupo político de Marina Silva teve uma posição rigorosamente oposta. Marina chegou a dizer que o Código Florestal representava um retrocesso de 20 anos. A questão é: como é que o eleitor pode se convencer da coesão da sua chapa, se os dois candidatos têm visões tão opostas, tão antagônicas em relação a esse assunto?

Eduardo Campos: Absolutamente. Nós temos uma visão, uma aliança, que não é feita em cima da minha opinião, da opinião de Marina. Em cima de um programa, de um

programa que tem a participação da academia brasileira, de diversos estudiosos, cientistas, militantes do movimento social, que têm nos ajudado a construir um programa, que vai ser lançado nos próximos dias, exatamente para não ter uma coisa de uma aliança pessoal, uma aliança de personalidades, mas uma aliança de pensamentos.

William Bonner: Mas eu apresentei um caso concreto, em que houve posições bem diferentes. Um dos dois lados cedeu em relação a esse assunto para chegar a um consenso?

Eduardo Campos: Neste caso, em particular, eu defendi as posições de Marina. Na nossa bancada, ela rachou, na verdade. Teve muita gente que era ligado a estados onde o agronegócio tinha mais expressão que não votou com a orientação partidária, mas eu defendi a posição que foi representada por Marina.

William Bonner: Só dois votos do seu partido foram contrários.

Eduardo Campos: Exatamente. E eu me coloquei solidário à posição dela.

Patrícia Poeta: Ainda sobre coerência. O senhor e o seu partido foram colaboradores próximos do então presidente Lula. O senhor, inclusive, foi ministro em 2005 do governo dele, exatamente quando o escândalo do Mensalão veio a público e o senhor não deixou o cargo. O senhor só se afastou do governo Dilma quase três anos de um mandato de quatro. Foi no fim do ano passado. O que que o senhor diria aos críticos que afirmam que o senhor abandonou todos esses anos de colaboração a Lula e Dilma pela ambição de ser presidente da República?

Eduardo Campos: Não se trata de ambição. Se trata de um direito, numa democracia qualquer partido pode lançar um candidato, pode divergir. Porque você apoiou, você não está condenado a apoiar quando você já não acredita, quando você já não vê, não se representa naquele governo.

Patrícia Poeta: Mas o senhor levou quase três anos de um mandato de quatro para sair do governo, para deixar de apoiá-lo, não é tempo demais?

Eduardo Campos: Se você for ver, isso aconteceu antes. Já em 2012, nas eleições de 2012, nós já enfrentamos o PT em várias cidades, inclusive no Recife. Quando a presidenta apoiou o Renan e o PMDB para Câmara, Renan para o Senado, o PSB já apoiou outros candidatos. Nós já vínhamos num processo de afastamento claro do

governo. Por quê? Porque esse governo é o único governo que vai entregar o Brasil pior do que recebeu. Nós vamos estar pior na economia, pior na questão da violência, pior na logística, pior na relação externa com o resto do mundo. Ou seja, e aí nós estamos oferecendo um caminho para que o Brasil volte a crescer.

Patrícia Poeta: Mas o senhor apoiou durante mais de 10 anos esse governo. O que que aconteceu neste meio do caminho?

Eduardo Campos: O que aconteceu é que aquilo que foi prometido, que o Brasil ia corrigir os erros e aprofundar as mudanças, não aconteceu. Tantas pessoas que votaram na Dilma e se frustraram, tantas pessoas que estão nos assistindo que viram agora um governo que valoriza no seu centro a velha política, um governo que deixou a inflação voltar, um governo que está fazendo derreter os empregos. Agora, o que o povo quer é alguém que dê solução a isso. E eu e Marina entendemos que para dar solução a isso é fundamental um novo caminho. Porque PSDB e PT há vinte anos governam o país. Se a gente quer chegar a um novo lugar, a gente não pode ir pelos mesmos caminhos.

William Bonner: Candidato, chegou aquele momento em que o senhor agora se dirige ao eleitor para expor aqueles projetos que o senhor consideraria prioritários caso eleito.

Eduardo Campos: Eu queria ter a oportunidade de falar com você de todo Brasil. Eu governei o estado de Pernambuco por duas vezes. Fui reeleito com 83% dos votos e deixei o governo com mais de 90% de aprovação. Governei com pouco, porque governei um estado do Nordeste brasileiro com muita pobreza, e botei o foco naqueles que mais precisam. Então, aprendi a fazer mais com menos. Agora, ao lado da Marina Silva, eu quero representar a sua indignação, o seu sonho, o seu desejo de ter um Brasil melhor. Não vamos desistir do Brasil. É aqui onde nós vamos criar nossos filhos, é aqui onde nós temos que criar uma sociedade mais justa. Para isso, é preciso ter a coragem de mudar, de fazer diferente, de reunir uma agenda. É essa agenda que nos reúne, a agenda da escola em tempo integral para todos os brasileiros, a agenda do passe livre, a agenda de mais recursos para a saúde, a agenda do enfrentamento do crack, da violência...

Patricia Poeta: Ok.

Eduardo Campos: O Brasil tem jeito. Vamos juntos. Eu peço teu voto.

Patricia Poeta: Acabou o tempo, candidato. Obrigada pela sua participação. Amanhã, a entrevista será com a candidata do PT à reeleição, Dilma Rousseff.

Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/08/eduardo-campos-e-entrevistado-no-jornal-nacional.html>

18/08/2014

Dilma Rousseff é entrevistada no Jornal Nacional

A candidata do PT à Presidência da República foi entrevistada ao vivo, no Palácio da Alvorada, por William Bonner e Patrícia Poeta.

O Jornal Nacional está retomando hoje a série de entrevistas com os candidatos à Presidência da República, série esta que foi interrompida na semana passada pelo acidente trágico que matou o candidato Eduardo Campos, do PSB, e mais seis pessoas, em Santos.

Nós vamos fazer hoje o que temos feito sempre, vamos abordar os temas polêmicos das candidaturas e vamos confrontar a candidata com ações, com o desempenho dela à frente de um cargo público, como temos feito com todos os candidatos. Nas próximas semanas, os candidatos estarão também no Bom Dia Brasil e no Jornal da Globo.

O sorteio que foi realizado com a supervisão de assessores dos partidos políticos determinou que, depois de Aécio Neves e de Eduardo Campos, fosse a vez de a candidata do PT à reeleição, Dilma Rousseff, ser entrevistada. E é por isso que estamos aqui em Brasília, no Palácio do Alvorada, porque é aqui que nós fazemos as entrevistas com presidentes candidatos à reeleição.

William Bonner: Candidata, boa noite.

Dilma Rousseff: Boa noite, Bonner. Boa noite, Patrícia Poeta. Boa noite, telespectadores.

William Bonner: O tempo total da entrevista é de 15 minutos, como foi o dos demais candidatos. E a gente procura reservar um minuto e meio, um minuto no fim, para que o candidato possa expor aqueles projetos que ele considera prioritários para o governo no

caso de ser eleito, ou no caso de ser reeleita, no caso de hoje. O tempo começa a contar a partir de agora. Candidata, no seu governo houve uma série de escândalos de corrupção e de desvios éticos. Houve escândalo de corrupção no Ministério da Agricultura, houve escândalo de corrupção no Ministério das Cidades, no Ministério dos Esportes, houve escândalo de corrupção no Ministério da Saúde, no Ministério dos Transportes, houve escândalo de corrupção no Ministério do Turismo, no Ministério do Trabalho. A Petrobras acabou se tornando objeto de duas CPIs no Congresso. A senhora sempre diz que todos esses escândalos foram revelados pela Polícia Federal e estão sendo investigados pela Polícia Federal, que é um órgão do governo federal. A questão que eu lhe faço é a seguinte: qual é a dificuldade de, desde o início, se cercar de pessoas honestas, que lhe permitam formar uma equipe de governo honesta e que evite esta situação que nós vimos de repetidos casos de corrupção? Não há uma sensação, não pode haver uma sensação no ar de que o PT descuida da questão ética ou da questão da corrupção?

Dilma Rousseff: Bonner, não pode, não. Sabe por quê? Porque nós, justamente, fomos aquele governo que mais estruturou os mecanismos de combate à corrupção, à irregularidade e maus feitos. Por exemplo, a Polícia Federal, no meu governo e no do presidente Lula, ganhou imensa autonomia. Para investigar, para descobrir, para prender. Além disso, nós tivemos uma relação muito respeitosa com o Ministério Público. Nenhum procurador-geral da República foi chamado, no meu governo ou no do presidente Lula, de engavetador-geral da República. Por quê? Porque também escolhemos, com absoluta isenção, os procuradores. Outra coisa: fomos nós que criamos a Controladoria-Geral da União, que se transformou num órgão forte e também que investigou e descobriu muitos casos. Terceiro, aliás, eu já estou no quarto. Nós criamos a Lei de Acesso à Informação. Criamos, no governo, um portal da transparência. Mas eu quero te dizer uma coisa: nem todas as denúncias de escândalo, Bonner, resultaram em, realmente, a constatação que a pessoa tinha de ser punida e seria condenada. Pelo contrário. Muitos daqueles que foram identificados como tendo, pela mídia, como tendo praticado atos indevidos, foram posteriormente inocentados. Eu quero te dizer o seguinte, eu nunca...

William Bonner: Correto. Mas, a candidata, eu deveria só dizer à senhora o seguinte: a senhora listou aqui uma série de medidas que foram providenciadas depois de ocorridos os escândalos.

Dilma Rousseff: Não. Isso tudo foi antes.

William Bonner: Bom, entre as medidas que a senhora providenciou depois dos escândalos esteve o afastamento de alguns ministros. Em quatro casos, a senhora trocou um ministro por alguém que era do mesmo partido dele e do mesmo grupo político dele. E que frequentava o mesmo círculo. Essa situação, a senhora considera que não foi trocar seis por meia dúzia? A senhora considera que foi uma atitude prudente, como presidente, substituir nessas circunstâncias? Foi uma medida eficaz da sua parte, candidata?

Dilma Rousseff: Eu, continuando o que eu estava dizendo, Bonner, nem todos as pessoas denunciadas foram punidas pelo Judiciário e tiveram comprovadamente culpa. Muitas pessoas, inclusive, se afastaram porque é muito difícil resistir à pressão da família ou à apresentação da pessoa como tendo praticado um crime.

William Bonner: Mas a senhora manteve gente do mesmo grupo político nos casos.

Dilma Rousseff: Agora, na segunda, respondendo a segunda pergunta, por exemplo, recentemente eu fui muito criticada por ter substituído o César Borges pelo Paulo Sérgio. Ora, o Paulo Sérgio foi meu ministro e foi ministro do presidente Lula. Quando saiu do governo, ele ficou dentro do governo no cargo importante, que é da Empresa de Planejamento Logístico. O Cesar Borges o substituiu. Posteriormente, eu troquei o César Borges novamente aí pelo Paulo Sérgio. Fiz a troca ao contrário. O César Borges também ficou dentro do governo, na Secretaria de Portos. Os dois são pessoas que eu escolhi, nas quais eu confio, acho que são pessoas bastante...

William Bonner: Mas não foi exigência do partido, candidata?

Dilma Rousseff: Os partidos podem fazer exigências. Agora, eu só aceito quando eu considero que ambos, e é isso que eu queria concluir, ambos são pessoas íntegras, e não só íntegras, são competentes, têm tradição na área. E são pessoas da minha confiança. Então, eu troquei porque eu tinha confiança nessas pessoas.

William Bonner: Então, me deixa agora perguntar à senhora. E em relação a seu partido? O seu partido teve um grupo de elite de pessoas corruptas, comprovadamente corruptas, eu digo isso porque foram julgadas, condenadas e mandadas para a prisão pela mais alta corte do Judiciário brasileiro. Eram corruptos. E o seu partido tratou esses

condenados por corrupção como guerreiros, como vítimas, como pessoas que não mereciam esse tratamento, vítimas de injustiça. A pergunta que eu lhe faço: isso não é ser condescendente com a corrupção, candidata?

Dilma Rousseff: Eu vou te falar uma coisa, Bonner, eu sou presidente da República. Eu não faço nenhuma observação sobre julgamentos realizados pelo Supremo Tribunal, por um motivo muito simples: sabe por que, Bonner? Porque a Constituição ela exige que o presidente da República, como exige dos demais chefes de Poder, que nós respeitemos e consideremos a importância da autonomia dos outros órgãos.

William Bonner: Então a senhora condena a postura do PT nesse caso?

Dilma Rousseff: Eu não julgo ações do Supremo. Eu tenho as minhas opiniões pessoais.

William Bonner: Mas e a ação do seu partido, a senhora condena essa ação?

Dilma Rousseff: Enquanto eu for presidente, eu não externo opinião a respeito de julgamento do Supremo. E vou te dizer, Bonner, não é a primeira vez que eu respondo isso. Eu, durante o processo inteiro, não manifestei nenhuma opinião sobre o julgamento. Até porque respeito o julgamento.

William Bonner: Mas candidata, a pergunta que eu lhe fiz foi sobre a postura do seu partido. Qual sua posição a respeito da postura do seu partido?

Dilma Rousseff: Eu não vou tomar nenhuma posição que me coloque em confronto, conflito, ou aceitando ou não. Eu respeito a decisão da Suprema Corte brasileira. Isso não é uma questão subjetiva. Para mim exercer o cargo de presidência, eu tenho de fazer isso.

Patrícia Poeta: Corrupção não é o único problema. O seu governo diz que sempre investiu muito na área de saúde. E essa continua sendo exatamente a maior preocupação dos brasileiros, segundo uma pesquisa do Instituto Datafolha. Isso depois de 12 anos de governos do PT, ou seja, mais de uma década, candidata. Não foi tempo suficiente para colocar esses problemas nos trilhos, não?

Dilma Rousseff: Olha, Patrícia, nós tivemos, e ainda temos muitos problemas a enfrentar e desafios a enfrentar na Saúde. Eu acredito que nós enfrentamos um dos mais

graves desafios que há na Saúde. Porque na Saúde você precisa de ter médicos. Pode ter tudo, se não tiver médicos, não tem atendimento à saúde. Também é possível a gente olhar a população e ver nas pesquisas que ela reclama, sempre reclamou, da falta de médicos. Nós tivemos uma atitude muito corajosa. O Brasil tem uma das menores taxas de médicos por mil habitantes, 1,8. E isso levou a uma carência imensa de médicos da atenção básica – são os postos de saúde. É sabido que 80% dos problemas de saúde da população você consegue resolver na atenção básica. Então qual foi a providência que nós tomamos, com muita resistência, mas muita resistência? Nós, primeiro, chamamos médicos brasileiros para atender. O número? Precisávamos em torno de 14 mil médicos. O número veio insuficiente, não tinha médicos suficientes formados no Brasil com condições de atender. Depois, chamamos médicos, brasileiros ou não, formados no interior individualmente. Na sequência, também não chegou a um número suficiente. Na sequência, chamamos médicos cubanos, através da OPS, e aí conseguimos chegar a 14.462 médicos, que, pelos dados da OMS, correspondem a uma capacidade de atendimento de 50 milhões de brasileiros.

Patrícia Poeta: Deixa eu fazer só um adendo aqui.

Dilma Rousseff: Cinquenta milhões de brasileiros não tinham atendimento médico, hoje têm. Agora nós estamos em uma segunda etapa.

Patrícia Poeta: Deixa eu só fazer um adendo que eu acho que é importante para os nossos telespectadores.

Dilma Rousseff: Perfeitamente, Patrícia.

Patrícia Poeta: A senhora diria que, então, diante dos nossos telespectadores, que hoje enfrentam filas e filas nos hospitais, muitas vezes são atendidos em macas, que muitas vezes não conseguem fazer um exame de diagnóstico, que a situação da Saúde no nosso país hoje é minimamente razoável, depois de 12 anos?

Dilma Rousseff: Não. Não acho, não acho, até porque, Patrícia, o Brasil precisa também de uma reforma federativa, porque há responsabilidades federais, estaduais e municipais. Nós assumimos, no caso dos Mais Médicos, o atendimento aos postos de saúde como uma responsabilidade basicamente, nós assumimos como federal. Ela é uma responsabilidade compartilhada. Mas assumimos como federal porque temos mais recursos. Agora veja o resto do raciocínio, Patrícia.

William Bonner: Nós vamos falar de economia.

Dilma Rousseff: Não. Vou falar de economia, tenho o maior prazer, Bonner. Veja só qual é a sequência disso. Agora nós consideramos que é muito importante duas coisas: primeira, tratar das especialidades; criar as condições para o Brasil dar atendimento de especialidades, que são aquelas que nós sabemos – o ortopedista, o ginecologista, o cardiologista –, com exames mais rápidos. Assim como nós enfrentamos...

William Bonner: Candidata, desculpe a senhora disse...

Dilma Rousseff: E resolvemos o problema dos 14 milhões, aliás dos 50 milhões de brasileiros e dos 14 mil médicos, hoje nós temos já condição de resolver isso, porque diminuimos a pressão, porque todo mundo que não era atendido num posto de saúde ia para uma UPA ou para um hospital.

William Bonner: Nós entendemos. Entendemos. Vamos à economia.

Patrícia Poeta: É que a colocação, candidata, era 12 anos, 12 anos de governos, três mandatos. Mas o Bonner quer falar sobre economia.

William Bonner: Vamos falar de economia porque é um tema importantíssimo.

Dilma Rousseff: Nestes três mandatos, a gente teve, não vamos esquecer, teve o Samu, que atende 149 milhões de brasileiros, e que não existia.

William Bonner: A senhora já respondeu à Patrícia que não, não é minimamente razoável. A senhora disse isso. Então, vamos em frente.

Dilma Rousseff: Eu acho que nós temos que melhorar a saúde, não tenho dúvida disso. Nenhuma.

William Bonner: Vamos em frente: economia. A inflação, neste momento, a inflação anual está no teto daquela meta estabelecida pelo governo, está em 6,5%. A economia encolheu 1,2% no segundo trimestre desse ano e tem uma projeção de crescimento baixíssima para esse ano, menor do que 1%. O superávit do primeiro semestre desse ano foi o pior dos últimos 14 anos. Quando a senhora é confrontada com estes números ruins, a senhora diz que eles são produto, são resultado de uma crise internacional, aliás, a senhora diz até que eles nem são tão ruins assim, porque a senhora lembra o caso das demissões de milhões na Europa e o fato de o Brasil ter hoje uma situação,

praticamente, de pleno emprego. Aí quando os analistas dizem que 2015, ano que vem, vai se um ano difícil, um ano de acertos de casa, que é preciso arrumar a economia brasileira e portanto isso vai impor algum sacrifício, vai ser um ano duro, a senhora diz que isso é pessimismo. E aí eu lhe pergunto: a senhora considera justo ora, olhando para os números da economia, ora culpar o pessimismo, ora culpar a crise internacional pelos problemas? O seu governo não tem nenhum papel, nenhuma responsabilidade nos resultados que estão aí?

Dilma Rousseff: Bonner, primeiro, nós enfrentamos a crise, pela primeira vez no Brasil, não desempregando, não arrochando os salários, não aumentando os tributos, pelo contrário, diminuímos, reduzimos e desoneramos a folha. Reduzimos a incidência de tributos sobre a cesta básica. Nós enfrentamos a crise, também, sem demitir. Qual era o padrão anterior...

William Bonner: Mas o resultado, no momento, é muito ruim, candidata.

Dilma Rousseff: Não, o resultado no momento, veja bem...

William Bonner: Inflação alta, indústrias com estoques elevados, ameaça de desemprego ali na frente.

Dilma Rousseff: Veja bem, Bonner. Eu não sei, eu não sei da onde que estão seus dados, mas nós estamos...

William Bonner: Da indústria, candidata.

Dilma Rousseff: Só um pouquinho. Nós temos duas coisas acontecendo. Nós temos uma melhoria prevista no segundo semestre. Vou te dizer por quê. Primeiro.

William Bonner: Isso não é ser otimista em contrapartida ao pessimismo que a senhora critica?

Dilma Rousseff: Não. Não. Você sabe, Bonner, tem uma coisa em economia que chama os índices antecedentes e os índices que evidenciam como é que é a situação atual. O que que são os índices antecedentes, por exemplo? A quantidade de papelão que é comprada, a quantidade de energia elétrica consumida, a quantidade de carros que são vendidos. Todos esses índices indicam uma recuperação no segundo semestre, vis-à-vis ao primeiro. Além disso, a inflação, Bonner, cai desde abril, e agora, ela atinge,

hoje, se você não olhar pelo retrovisor e olhar pelo que está acontecendo hoje, ela atinge 0%. Zero. O último dado do IPC-S que saiu, se não me engano hoje ou ontem, chegou a 0,08%. O que eu estou dizendo, é o seguinte, o Brasil...

William Bonner: Candidata, nosso tempo...

Patrícia Poeta: O tempo está acabando, candidata.

Dilma Rousseff: Acabou?

William Bonner: É.

Dilma Rousseff: Desculpa.

William Bonner: É que nós temos... Eu quero garantir a senhora o seu tempo de 1 minuto e meio.

Dilma Rousseff: O meu 1 minuto?

William Bonner: Exato.

Patrícia Poeta: Que agora já diminuiu.

William Bonner: Os seus projetos prioritários.

Dilma Rousseff: Eu só estou querendo dizer que, pra mim, nós estamos superando a dificuldade de enfrentar uma crise sem demitir, gerando emprego e renda.

William Bonner: Seus projetos prioritários.

Dilma Rousseff: Olha, Bonner, eu fui eleita para dar continuidade aos avanços do governo Lula. Ao mesmo tempo nós preparamos o Brasil para um novo ciclo de crescimento. O Brasil moderno, mais inclusivo, mais produtivo, mais competitivo. Nós criamos as condições para o país dar um salto, colocando a educação no centro de tudo. E isso significa, Bonner, que nós queremos continuar a ser um país de classe média. Cada vez maior a participação da classe média, mais oportunidades para todos.

William Bonner: O tempo, 15 minutos e meio.

Patrícia Poeta: Para concluir candidata, nosso tempo já esgotou.

Dilma Rousseff: Queria concluir dizendo o seguinte: eu acredito no Brasil. Acho que, mais do que nunca, todos nós precisamos acreditar no Brasil e diminuir o pessimismo. E...

Patrícia Poeta: OK, obrigada candidata.

Dilma Rousseff: E peço o voto dos telespectadores e...

William Bonner: E nós agradecemos a compreensão. A compreensão por ter que interromper.

Dilma Rousseff: Peço o voto para o Brasil continuar avançando. Também compreendo e suspendo a minha fala.

Patrícia Poeta: Nós temos que encerrar.

Dilma Rousseff: Muito obrigado.

William Bonner: Eu que agradeço a sua presença no Jornal Nacional.

Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/08/dilma-rousseff-e-entrevistada-no-jornal-nacional-.html>

19/08/2014

Pastor Everaldo é entrevistado no Jornal Nacional

O candidato do PSC à Presidência da República foi entrevistado ao vivo, na bancada do JN, por William Bonner e Patrícia Poeta.

O Jornal Nacional dá sequência à série de entrevistas com os principais candidatos à presidência, em que nós abordamos aqui as questões polêmicas das candidaturas e o desempenho deles em cargos públicos.

O Bom Dia Brasil e o Jornal da Globo também vão receber os candidatos nas próximas semanas. O tempo total desta entrevista é de 15 minutos, dos quais – de novo - nós reservamos o minuto e meio final para que o candidato fale resumidamente sobre os projetos que ele considera prioritários se for eleito.

O sorteio acompanhado por assessores dos partidos determinou que agora seja a vez do candidato do PSC, Pastor Everaldo.

Patrícia Poeta: Boa noite, candidato.

Pastor Everaldo: Boa noite. Boa noite, William Bonner. Boa noite, você que está aí nos assistindo e nos vendo.

Patrícia Poeta: Muito bem. O tempo então começa a ser cronometrado a partir de agora. Candidato, o senhor nunca foi vereador, nunca foi deputado estadual, nunca foi deputado federal, nem senador. O maior cargo público que o senhor já ocupou foi subsecretário estadual. O Brasil já elegeu candidato sem nenhuma experiência executiva e também já elegeu candidato sem nenhuma experiência parlamentar. Agora, alguém sem uma coisa nem outra, nunca. Por que que o senhor acha que o eleitor iria acreditar que o senhor tem credenciais para ocupar a Presidência da República?

Pastor Everaldo: Patrícia, Bonner, você que está em casa, eu acredito que uma pessoa como eu, com a minha experiência de vida, que nasci na favela do Acari, fui camelô na feira e aos 12, 13 anos, servente de pedreiro. E depois, aos 14 anos, fiz um concurso público, fui office boy do Instituto de Resseguros do Brasil e pude estudar numa escola pública de qualidade. Fiz, me formei, fui para a faculdade e depois passei para a iniciativa privada, montei a minha empresa e sou um profissional, um empreendedor brasileiro, sou um vencedor. Deus me ajudou e eu, então, venci na vida. Então, tive minha experiência como subsecretário, como presidente do Rioprevidência e milito na vida política desde 1981. Então, acredito que estou preparado, cada dia. Eu sou um constante aprendiz. Então, cada dia estou preparado para esta missão, que o partido me determinou que eu assumisse.

Patrícia Poeta: Pois é, candidato. A gente está falando de um país com 200 milhões de habitantes, com problemas sociais e econômicos. Não seriam problemas complexos demais para um principiante? Não se trata, aí, de uma aventura?

Pastor Everaldo: Eu acredito o seguinte: que eu aprendi, na minha vida, a trabalhar em equipe. Então, quando eu... Eu fui servente de pedreiro. Então, quando eu preciso pintar uma parede, eu chamo um pintor que entende. Então, vamos dizer, eu acredito o seguinte: o líder, ele tem que saber o que o Brasil está precisando e trazer os melhores quadros. Eu acredito, desta forma, que é possível governar com os melhores quadros

deste país, independente do partido político. Então, eu acredito que, com a liderança, você trazendo uma liderança para o Brasil, e dando um exemplo e trazendo os melhores quadros técnicos que nós temos no Brasil é suficiente para nós governarmos este país.

Patrícia Poeta: Mas esta inexperiência então não lhe assusta?

Pastor Everaldo: Nem um pouco. Sou uma pessoa que acredito em equipe.

Patrícia Poeta: Não seria voluntarismo isso?

Pastor Everaldo: Não, não. Eu acredito em equipe. Dentro da vida pública, eu fui subsecretário do Gabinete Civil, fui presidente do Rioprevidência e montei equipe. Então, é a mesma coisa na iniciativa privada. Eu trabalho na iniciativa privada desde 14 anos. Quer dizer, 17 anos eu saí do Instituto de Resseguros do Brasil e fui para o mercado segurador. Então, eu acredito que a diferença do estado para uma iniciativa privada é só que o estado hoje não trabalha com meritocracia. E eu vou empreender isso aí no governo.

Patrícia Poeta: Com todo respeito à sua biografia, então qualquer um poderia hoje ser presidente da República, em outras palavras?

Pastor Everaldo: Eu acredito. Eu acredito que qualquer pessoa que se disponha a ser presidente da República e acredita que trabalha, ninguém faz nada sozinho. Só se trabalha em equipe. Eu acredito desta maneira.

William Bonner: Candidato, ao longo da sua história, o senhor foi aliado de Leonel Brizola, de Luiz Inácio Lula da Silva, mais recentemente da presidente Dilma Rousseff. Todos eles têm raízes no trabalhismo. Todos eles, de alguma maneira, têm lá suas simpatias ideológicas ou pelo socialismo ou, no mínimo, pela social-democracia. Sempre defenderam uma presença forte do estado, uma intervenção, uma regulação do estado na economia. Curiosamente, o seu programa de governo prega exatamente o oposto, defende o oposto, né? O senhor defende uma espécie de liberalismo clássico. O estado mínimo, uma redução... A maior redução possível da presença do estado, da regulação da economia. O senhor fala em flexibilização de leis trabalhistas, o senhor fala também em fim absoluto de protecionismo. Pergunto: essa sua defesa do liberalismo é uma defesa sincera ou é uma conveniência eleitoral?

Pastor Everaldo: William, eu, é... O discurso da esquerda, eu que vim de uma família humilde, de uma comunidade pobre, sempre me cativou. Principalmente o governador Leonel Brizola era uma pessoa afeita à educação. Eu, como já falei aqui, tive condições de ter uma escola pública de qualidade. Então, para mim, foi importante a escola pública. Então a educação, para mim, era muito importante. E como a proposta era inserção social, eu que nasci no Rio de Janeiro, na favela do Acari, menino pobre, família rica da graça de Deus, mas de recurso era pobre. Então, para mim, essa proposta era uma proposta interessante. E acreditei o tempo todo que ela era a melhor. Mas no último governo da atual presidente, eu vi que foi estabelecido um aparelhamento do Estado. O Estado se agigantou de tal maneira que realmente contrariava os princípios que eu acredito do empreendedorismo, da iniciativa privada. Então, vamos dizer, está hoje o governo está sufocando, o governo quer tomar conta de tudo. Então, vamos dizer, eu sempre acreditei porque eu venci na vida com mérito, com a meritocracia, com o trabalho. Então, eu não dependi do Estado para mim vencer na vida.

William Bonner: Mas candidato, retomando o que o senhor disse, a sua vida pública começou em 1981.

Pastor Everaldo: Vida política, 81. A vida pública foi...

William Bonner: A sua vida política, claro. Desde 1981, o senhor esteve alinhado com Brizola, com Lula e, só agora, questão de cinco meses, o seu partido deixou de ser um partido que faz parte da base aliada do governo Dilma. O seu partido deixou de ser da base aliada, mas não foi... Mas ele não foi para a oposição, ele se tornou um partido independente do governo. Ou seja, o senhor levou 30 anos comungando de um discurso mais esquerdizante, mais à esquerda. A pergunta que eu lhe faço, a sua convicção pelo liberalismo, ela é tão recente assim, tem cinco meses?

Pastor Everaldo: Não. Janeiro de 2011, quando este governo que está aí assumiu, 25 de janeiro o partido reunido resolveu que teria candidatura própria. No dia 11 de junho de 2012, a revista Época publicou que o PSC não acharia 2014, mas que teria candidatura própria.

William Bonner: Então, é recente.

Pastor Everaldo: Não. Então, vamos dizer: desde janeiro quando nós vimos que o governo que agravou a presença do Estado na economia, nós resolvemos que não ficaríamos mais.

William Bonner: Isso não foi desde do começo do governo Dilma e mesmo no governo Lula, candidato, essa situação?

Pastor Everaldo: Nós acreditávamos, como milhões de brasileiros, que a proposta colocada era melhor, mas hoje você vê nas últimas pesquisas mais de 70% da população brasileira quer mudança. Então, nós acreditávamos que era o melhor e verificamos logo no início do governo que não era o melhor para o Brasil.

William Bonner: A sua ideologia, então, mudou recentemente?

Pastor Everaldo: Não, a minha ideologia sempre foi a mesma. Sempre foi a mesma, eu sempre quis o empreendedorismo.

William Bonner: Você não vê essa contradição em relação ao seu alinhamento no passado?

Pastor Everaldo: Não, não vejo. Eu sempre pensei desta maneira, porque a minha vida é desta maneira. Eu sempre fui uma pessoa que trabalhei, nunca vivi. Eu estive no governo de 99, três anos; depois oito meses no outro, Rioprevidência, e saí do Estado, porque eu acredito no empreendedorismo.

Patrícia Poeta: Vamos falar de 2010. Na eleição de 2010 o senhor apoiava o então candidato à Presidência da República pelo PSDB, José Serra, mas na última hora o seu partido recebeu uma doação de quase R\$ 5 milhões do PT para a campanha, legalmente. O senhor passou então a apoiar Dilma Rousseff. Esse foi o preço do seu apoio, quase R\$ 5 milhões?

Pastor Everaldo: Nós estávamos conversando, metade do partido queria apoiar José Serra e metade queria apoiar o PT, presidente Dilma. Quando o PMDB se aliou, nós fazíamos bloco com o PMDB na Câmara dos Deputados, quando o PMDB se aliou, aí nós fomos ali. 30 de junho foi quando nós fizemos a aliança, baseada em princípios que nós colocamos para o PT, para a presidente Dilma, que nós defendemos, a vida, defendemos a família, da maneira que colocamos esses princípios. 30 de junho. E se você verificar, foram dez partidos da coligação. Quando chegou em 22 de setembro, na

reta final da campanha, é que foram feitos essas doações legais, transparentes, para custo de campanha, de material que foi feito. Então, vamos dizer, nós fizemos uma aliança em 30 de junho, e só na reta final do primeiro turno é que foi feito as doações, não só para o PSC.

Patrícia Poeta: Quase R\$ 5 milhões.

Pastor Everaldo: Quatro milhões, setecentos e cinquenta, inclusive para todos os partidos, que era para fazer material para a campanha da reta, da majoritária, quando tem campanha, tem prefeito, é para o prefeito, quando é governador, é para o governador e quando é para presidente, é para presidente. Foi despesa para a campanha para presidente da República.

Patrícia Poeta: Foi uma espécie de toma-lá-dá-cá?

Pastor Everaldo: Não, não foi. Não foi, porque a aliança foi feita em 30 de junho e esses repasses só foram feitos em 22 de setembro.

Patrícia Poeta: Por que eu lhe pergunto isso candidato? Porque há registros de que o senhor teria reclamado que o PC do B tinha um deputado a menos e que ocupava, comandava o Ministério do Esporte e a Agência Nacional do Petróleo no governo Dilma, enquanto que o seu partido não tinha cargo nenhum. O senhor considera isso um toma-lá-dá-cá, diante dos quase R\$ 5 milhões e também esse registro?

Pastor Everaldo: Olha, nós quando fizemos o acordo para fazer a coligação, nós defendemos os princípios que nós acreditamos, e o governo chama as pessoas que ajudaram para compor o governo e nós tínhamos um número maior, elegemos mais do que o PC do B conforme você citou, então...

Patrícia Poeta: O senhor esperava então um lugar, um espaço no governo?

Pastor Everaldo: Nós, natural, esperávamos um espaço no governo.

Patrícia Poeta: Ficou decepcionado?

Pastor Everaldo: Não. Não ficamos decepcionados. Não. Nós ficamos é...

Patrícia Poeta: Mas isso é um toma-lá-dá-cá.

Pastor Everaldo: Não acredito que seja. Não é, não é um toma-lá-dá-cá. Nós ficamos decepcionados pela maneira que foi formado o governo, que foi, contrariou os nossos princípios que o PSC defende. Nós defendemos a vida do ser humano, desde a sua concepção. Defendemos a família como está na Constituição brasileira. E vimos que a maneira que foi montado contrariava esses princípios, isso que nos decepcionou.

William Bonner: Candidato, este país que o senhor quer fazer ele exige uma série de mudanças de natureza legal, na estrutura legal do país. Muitas destas mudanças, inclusive, na Constituição, o que não é coisa fácil de se conseguir. Isso eu estou me baseando naquilo que está contido no seu programa de governo. Só que em 2010, o seu partido elegeu 17 deputados federais...

Pastor Everaldo: E um senador.

William Bonner: Um senador. Governador, nenhum. O senhor acredita mesmo que tem base política para conseguir o apoio necessário no Congresso Nacional para realizar todas essas mudanças que o senhor está propondo?

Pastor Everaldo: O meu exemplo de governo é de Itamar Franco. Ele assumiu numa situação difícil do país e chamou todas as forças políticas, todos os representantes no Congresso e apresentou, com transparência, a sua proposta para a população brasileira, que foi um plano da estabilidade econômica do país. E todos não puderam negar. Então eu acredito que quando você levar para a população, com transparência, o que você quer fazer, o Congresso Nacional jamais vai negar o apoio para qualquer presidente.

William Bonner: Candidato, no mundo real as concessões que o senhor será obrigado a fazer para obter o apoio necessário para realizar essas mudanças todas, essas concessões vão descaracterizar completamente as suas propostas, candidato. O senhor sabe disso.

Pastor Everaldo: Olha, eu tenho, eu falei que vou fazer um corte na carne. Eu defendo um estado mínimo, vou reduzir o número de ministérios de 39 para 20. Vou passar para iniciativa privada todas as empresas que hoje são foco de corrupção. Botar os recursos...

William Bonner: É uma privatização em massa? Todas elas?

Pastor Everaldo: Privatização, privatização. Tudo que for possível.

William Bonner: Petrobras, inclusive?

Pastor Everaldo: Eu vou te antecipar então a notícia aqui. Eu vou privatizar a Petrobras. A Petrobras hoje, uma empresa que foi orgulho nacional, hoje é um foco de corrupção e uma dívida astronômica de mais de R\$ 300 bilhões. Então, eu vou privatizar.

William Bonner: E o Banco do Brasil?

Pastor Everaldo: O petróleo é nosso. Mas a Petrobras hoje não é nossa.

William Bonner: O senhor vai privatizar a Petrobras. O senhor vai privatizar o Banco do Brasil também?

Pastor Everaldo: O Banco do Brasil e a Caixa Econômica representam a segurança do sistema financeiro. Então, não vamos mexer no Banco do Brasil, nem Caixa Econômica.

William Bonner: Essas empresas, Petrobras. A Petrobras, por exemplo, é uma empresa de capital misto.

Pastor Everaldo: BR Distribuidora, Infraero... Tudo que for possível passar para iniciativa privada, nós vamos passar, pegar os recursos e alocar na Saúde, na Educação e na Segurança Pública.

William Bonner: Muito bem.

Patrícia Poeta: Falando de mudanças e promessas... Te interrompi, Bonner?

William Bonner: Não, não.

Patrícia Poeta: Falando de mudanças e promessas, o senhor promete melhorar os serviços públicos, a Saúde, a Educação, o Transporte, ampliar a assistência aos mais pobres e também investir maciçamente na polícia e nas Forças Armadas. Mas em nenhum momento do seu plano de governo o senhor diz quanto vai investir e de onde vai tirar esse dinheiro. Não são promessas vazias, sem consistência?

Pastor Everaldo: À medida que eu transfiro...

Patrícia Poeta: Vai vir do patrimônio público? Desculpa te interromper...

Pastor Everaldo: À medida que eu transfiro para a iniciativa privada essas empresas hoje que dão rombo e que tem que tirar dinheiro do Tesouro para cobrir o rombo delas, então já diminui essa transferência de recursos e sobra dinheiro do seu imposto, do meu imposto para aplicar tanto na Educação quanto na Saúde.

William Bonner: Candidato, chegamos àquele momento que o senhor passa a ter direito a se dirigir ao seu eleitor para destacar os projetos que o senhor considera prioritários caso seja eleito.

Pastor Everaldo: Minha irmã, meu irmão brasileiro. Eu reafirmo meu compromisso em defesa da vida, do ser humano desde a sua concepção. Eu defendo a família como está na Constituição brasileira. Nós somos um país democrático e respeito a todas as pessoas, mas casamento para mim é homem e mulher. Sou contra a legalização das drogas. Vou criar o Ministério da Segurança Pública. Para quê? Hoje o cidadão de bem está preso dentro de casa e o bandido está solto na rua. Vou inverter essa lógica e botar ordem na casa. A partir, brasileiro, trabalhador brasileiro, a partir de 1º de janeiro de 2015, todo trabalhador que ganhe até R\$ 5 mil por mês estará isento do Imposto de Renda na fonte. Eu defendo que é mais Brasil e menos Brasília na vida do cidadão brasileiro. Deus abençoe a você, Deus abençoe a sua família, Deus abençoe o nosso querido Brasil.

Patrícia Poeta: Obrigada, candidato.

William Bonner: Muito obrigado candidato pela sua presença, pelos seus esclarecimentos.

Fonte <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/08/pastor-everaldo-e-entrevistado-no-jornal-nacional.html>

27/08/2014

Marina Silva é entrevistada no Jornal Nacional

A candidata do PSB à Presidência da República foi entrevistada ao vivo, na bancada do JN, por William Bonner e Patrícia Poeta.

O Jornal Nacional dá sequência à série de entrevistas com os principais candidatos à Presidência da República, em que nós abordamos questões polêmicas das candidaturas e o desempenho deles em cargos públicos. O Bom Dia Brasil e o Jornal da Globo também vão receber os candidatos nas próximas semanas.

O tempo total da nossa entrevista é de 15 minutos, dos quais nós reservamos, mais uma vez, o último minuto e meio para que o candidato fale resumidamente sobre os projetos que ele considera prioritários se for eleito. E hoje nós recebemos Marina Silva, do PSB.

William Bonner: Boa noite, candidata.

Marina Silva: Boa noite, William. Boa noite, Patrícia.

William Bonner: Muito obrigado pela sua presença. O tempo da entrevista começa a ser contado a partir de agora. Candidata, o avião que o PSB vinha utilizando na campanha eleitoral, até aquele acidente trágico de duas semanas atrás, está sendo investigado pelas autoridades competentes. Ele foi objeto de uma transação milionária feita por meio de laranjas. Essa transação não foi informada na prestação de contas prévia, parcial, à Justiça Eleitoral. A senhora tem dito que vai inaugurar uma nova forma de fazer política, que todo político tem que ter certeza absoluta da correção de seus atos. No entanto, a senhora usou aquele avião como teria feito qualquer representante daquilo que a senhora chama de velha política. Eu lhe pergunto: a senhora procurou saber que avião era aquele, quem tinha pago por aquele avião, ou a senhora confiou cegamente nos seus aliados?

Marina Silva: Nós tínhamos, William, uma informação de que era um empréstimo, que seria feito um ressarcimento, num prazo legal, que pode ser feito, segundo a própria Justiça Eleitoral, até o encerramento da campanha. E que esse ressarcimento seria feito pelo comitê financeiro do candidato. Existem duas formas, três formas, aliás, de fazer o provimento da campanha: pelo partido, pelo comitê financeiro do candidato e pelo comitê financeiro da coligação. Nesse caso, pelo comitê financeiro do candidato. Essas informações eram as informações que nós tínhamos.

William Bonner: A senhora sabia dos laranjas? Essa informação foi passada para a senhora como candidata a vice-presidente?

Marina Silva: Não tinha nenhuma informação quanto a qualquer ilegalidade referente à postura dos proprietários do avião.

William Bonner: Eu lhe pergunto isso...

Marina Silva: As informações que tínhamos eram exatamente aquelas referente à forma legal de adquirir o provimento desse serviço. Agora, uma coisa que eu quero dizer para todos aqueles que estão nos acompanhando é que, para além das informações que estão sendo prestadas pelo partido, há uma investigação que está sendo feita pela Polícia Federal. E o nosso interesse e a nossa determinação é de que essas investigações sejam feitas com todo o rigor para que a sociedade possa ter os esclarecimentos e para que não se cometa uma injustiça com a memória de Eduardo.

William Bonner: Candidata, quando os políticos são confrontados ou cobrados por alguma irregularidade, é muito comum que eles digam que não sabiam, que foram enganados, que foram traídos, que tudo tem que ser investigado, que se houver culpados, eles sejam punidos. Este é um discurso muito, muito comum aqui no Brasil. E é o discurso que a senhora está usando neste momento. Eu lhe pergunto: em que esse seu comportamento difere do comportamento que a senhora combate tanto da tal velha política?

Marina Silva: Difere no sentido de que esse é o discurso que eu tenho utilizado, William, para todas as situações. Inclusive quando envolve os meus adversários. E não como retórica, mas como desejo de quem de fato quer que as investigações aconteçam. Porque o meu compromisso e o compromisso de todos aqueles que querem a renovação da política é com a verdade. E a verdade, ela não virá nem apenas pelas mãos do partido e nem, também, apenas pela investigação da imprensa. Que eu respeito o trabalho de vocês. Ela terá que ser aferida pela investigação que está sendo feita pela Polícia Federal. Isso não tem nada a ver com querer tangenciar ou se livrar do problema. Muito pelo contrário, é você enfrentar o problema para que a sociedade possa, com transparência, ter acesso às informações.

William Bonner: Candidata...

Marina Silva: O compromisso é com a verdade.

William Bonner: Agora, é que a senhora tem uma postura bem rigorosa no que diz respeito à ética, no discurso, quando a senhora se dirige aos seus adversários. Esse rigor ético que a senhora exige dos seus adversários nos faz perguntar e insistir se a senhora antes de voar naquele avião não teria então deixado de fazer a pergunta obrigatória se estava tudo em ordem em relação àquele voo. Não lhe faltou o rigor que a senhora exige dos seus adversários?

Marina Silva: O rigor é tomar as informações com aqueles que deveriam prestar as informações em relação à forma como aquele avião estava prestando serviço. E a forma como estava prestando serviço era por um empréstimo que seria ressarcido pelo comitê financeiro. Agora, em relação à postura dos empresários, os problemas que estão sendo identificados agora pela imprensa, e que com certeza serão esclarecidos pela Polícia Federal, esses, eu, como todos os brasileiros, estou aguardando. E com todo rigor. Eu não uso, William, de dois pesos e duas medidas. Não é? A métrica, a régua com que eu meço os meus adversários, é porque eu a uso em primeiro lugar comigo. E, neste momento, o meu maior interesse é de que tenhamos todos os esclarecimentos. Agora, uma coisa eu te digo: a forma como o serviço estava sendo prestado era exatamente esse do empréstimo, para que depois tivéssemos a forma de ressarcimento pelo comitê financeiro.

Patrícia Poeta: Ok. Candidata, vamos falar agora das eleições de 2010. A senhora obteve uma votação expressiva. Foram quase 20 milhões de votos. Mas o seu desempenho no seu estado, o Acre, onde a senhora fez toda a sua carreira política, onde as pessoas conhecem muito bem a sua forma de atuação e onde suas ideias e as suas ações são de conhecimento amplo por parte dos eleitores, a senhora tirou terceiro lugar. Ficou com metade dos votos do primeiro colocado, o então candidato pelo PSDB, José Serra. Ou seja, o eleitor acreano votou pesadamente na oposição ao governo federal. Aos eleitores dos outros estados do país que não a conhecem tão bem, como é que a senhora explicaria essa desaprovação clara no seu berço político?

Marina Silva: Em primeiro lugar é que esse terceiro lugar não estava tão distante do segundo. Eu fiquei muito próxima do segundo lugar, que foi a presidente Dilma.

Patrícia Poeta: Sim, mas foi metade do primeiro.

William Bonner: Metade do primeiro.

Patrícia Poeta: Metade do primeiro. Eu tenho aqui os números: 23,45%, a senhora; 52,13%, José Serra.

Marina Silva: Tem uma coisa, Patrícia, que até é um provérbio que a gente usa muito: é muito difícil ser profeta em sua própria terra. Sabe por quê? Porque, às vezes, a gente tem que confrontar os interesses. Eu venho de uma trajetória política que, desde os meus 17 anos, eu tive que confrontar muitos interesses no meu estado do Acre ao lado de Chico Mendes, ao lado de pessoas que se posicionaram ao lado da Justiça, da defesa dos índios, dos seringueiros, da ética na política. Isso fez com que eu tivesse que seguir uma trajetória que não era o caminho mais fácil. Aliás, na minha vida, nunca é fácil, não é? E, nesse caso, eu era candidata por um partido pequeno, em que...

Patrícia Poeta: Candidata...

Marina Silva: Não, mas deixa eu esclarecer...

Patrícia Poeta: Então tá, conclua aí para que a gente possa seguir aqui e fazer outras perguntas.

Marina Silva: Exatamente.

Patrícia Poeta: É justo com o telespectador.

Marina Silva: Por um partido pequeno, concorrendo contra duas máquinas muito poderosas, com 1 minuto e 20 segundos de televisão. E, mesmo assim, a candidata do PT, que tinha o governo do estado, senadores, deputados, vereadores, prefeitos... Eu fiquei muito próxima a ela. E isso...

Patrícia Poeta: O que eu estou querendo dizer é o seguinte: o berço político de um candidato é onde ele é mais conhecido pelos eleitores. Isso pode ser uma enorme vantagem para um candidato ou não. No seu caso não foi. Não seria como se os acreanos estivessem dizendo uma variação daquele velho ditado: “Quem não a conhece que vote na senhora”?

Marina Silva: Talvez você não conheça bem a minha trajetória.

Patrícia Poeta: Conheço, conheço, conheço, candidata. Nós estudamos bastante antes de fazer essa entrevista.

Marina Silva: Eu, como senadora... Mas eu faço questão de dizer porque eu acho que você tem um certo desconhecimento do que que significa ser senadora vindo da situação que eu vim. Eu não sou filha de político tradicional, não sou filha de nenhum empresário, porque, no meu estado, até a minha eleição, para ser senador da República, era preciso ser filho de ex-governador, era preciso ser filho de alguém que tivesse, de preferência, um jornal, uma TV e uma rádio para falar bem de si mesmo e falar mal daqueles que ficavam defendendo a Justiça.

Patrícia Poeta: A culpa é dos acreanos então?

Marina Silva: Não, não é culpa dos acreanos. É culpa das circunstâncias. Os acreanos foram muito generosos comigo em muitas vezes. Eu já cheguei a ficar quatro anos sem poder andar na metade do meu estado. Sabe por quê? Porque queriam fazer uma estrada sem estudo de impacto ambiental, sem respeitar terras dos índios e as unidades de conservação. E eu não podia trocar o futuro das futuras gerações pelas próximas eleições.

William Bonner: Candidata...

Marina Silva: Eu preferi pagar o preço de até perder os votos, mas lembra quando eu saí do Ministério do Meio Ambiente, que eu disse que eu perdia o pescoço, mas não perdia o juízo?

William Bonner: Vamos falar da sua chapa, candidata?

Marina Silva: Essa foi a minha trajetória no estado do Acre, essa tem sido a minha trajetória no Brasil e é assim que eu quero governar o Brasil.

William Bonner: Candidata.

Marina Silva: Fazendo aquilo que é necessário para as futuras gerações.

William Bonner: Candidata, me permita interrompê-la...

Marina Silva: E não o que é necessário para ganhar voto para as próximas eleições.

Patrícia Poeta: Daqui a pouquinho a senhora vai poder falar no um minuto e meio.

William Bonner: Me permita interrompê-la só para gente prosseguir com a entrevista. Queria falar sobre a sua chapa. O vice na sua chapa: Beto Albuquerque. Ele foi um dos

principais articuladores no Congresso Nacional da aprovação da medida provisória que aprovou o cultivo da soja transgênica aqui no Brasil. Ele também foi favorável a pesquisas com células-tronco embrionárias, são dois pontos em que eles se opõem a posições suas do passado. Além disso, ele aceitou doações de campanha - quando candidato - de setores da economia que a senhora não admitiria, setor de fabricantes de armas, fabricantes de bebidas. Esses exemplos não mostram que Marina e Beto Albuquerque são a união de opostos, aquela união de opostos tão comum na velha política, apenas para viabilizar uma chapa, para viabilizar uma eleição. O que há de novo nessa política, candidata?

Marina Silva: Em primeiro lugar, mais uma vez eu quero trazer as informações para que a gente possa trabalhar com a realidade dos fatos. Uma questão fundamental: nós somos diferentes e a nova política sabe trabalhar na diversidade e na diferença. Agora, o fato do Beto ter uma posição diferente da minha em relação a transgênicos em um aspecto. Há uma lenda de que eu sou contra os transgênicos. Mas isso não é verdade. Sabe o que eu defendia quando era ministra do Meio Ambiente? O modelo de coexistência, o que significa áreas com transgênico e áreas livres de transgênico. Infelizmente no Congresso Nacional não passou a proposta do modelo de coexistência. E o Beto votou na proposta que acabou fazendo com que...

William Bonner: Mas na questão das células embrionárias há uma oposição forte...

Marina Silva: Nas células...

William Bonner: Mas eu lhe pergunto. Veja se eu entendi: quando a união de opostos se dá com a senhora e alguém, então isso é uma união em prol do Brasil, é a superação de divergências. Quando essa união de opostos se dá com adversários seus, aí é o modelo da velha política, é uma conveniência eleitoral.

Marina Silva: Mais uma vez, William, eu quero dizer que você está trabalhando apenas com um lado da moeda.

William Bonner: Por quê?

Marina Silva: Você está trabalhando com o lado das diferenças que eu e Beto temos no episódio das células-tronco, que ele defende...

William Bonner: Não, não. Estou confrontando apenas com posições que a senhora tem assumido sobre a nova política em oposição à velha política. E não está clara para mim a diferença quando a gente vê dois candidatos de posições opostas unidos numa chapa. Era só essa a questão.

Marina Silva: Não está claro pra você, mas eu vou deixar claro para o telespectador. Mais uma vez eu insisto: você está apenas com um lado da moeda. Por exemplo, eu e Beto temos uma visão diferente em relação às células-tronco e em relação a transgênico. Mas tivemos um trabalho juntos, no Congresso Nacional, quando ele foi o relator da Lei de Gestão de Florestas Públicas do Ministério do Meio Ambiente, que criou o Serviço Florestal e que me ajudou a aprovar a lei da Mata Atlântica e tantas outras medidas importantes para o Ministério do Meio Ambiente. A vida não tem essa simplificação que muitas vezes a gente acha. Isso não tem nada a ver com velha política. Eu marquei a minha trajetória de vida trabalhando com os diferentes, na diversidade. E aí você está dando a oportunidade de que os telespectadores possam ver que essa história de que a Marina é intransigente.

Patrícia Poeta: Tá faltando um minuto, candidata.

Marina Silva: Que só conversa com aqueles que pensam igual a ela, não é tão verdade assim.

Patrícia Poeta: A senhora agora pode, então, usar esse um minuto e meio e falar com os seus telespectadores: dos projetos que a senhora tem para o país, quais seriam os prioritários?

Marina Silva: Em primeiro lugar, eu gostaria de poder dizer para os nossos telespectadores que um dos projetos mais importantes, neste momento da história do Brasil, é que a gente possa renovar a política. De que a gente não desista de ter na política aquilo que os brasileiros tanto querem, que é vê-la a serviço de resolver os principais problemas do cidadão. Infelizmente, a política tem sido motivo de apartação, de contenda, da luta do poder pelo poder. Para mim, a política deve ser utilizada para unir as pessoas, para que, mesmo com interesses diferentes, a gente seja capaz de mediar os conflitos e fazer aquilo que é melhor para o benefício do povo brasileiro. Como presidente da República, eu quero que você me ajude a ser presidente da República para ser a primeira presidente que vai, que assume o compromisso de que não

vai buscar uma nova eleição, porque eu não quero ter um mandato que comprometa o futuro das próximas gerações.

Patrícia Poeta: OK, candidata.

Marina Silva: Eu quero para que a gente possa ter uma agenda para mudar o Brasil.

Patrícia Poeta: OK, 15 minutos já, 15 minutos e 16 segundos. Obrigada pela sua entrevista.

William Bonner: Muito obrigada candidata Marina Silva pela sua participação, pela sua entrevista no Jornal Nacional.

Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/08/marina-silva-e-entrevistada-no-jornal-nacional.html>
