



Universidade Federal da Bahia  
Faculdade de Comunicação  
Comunicação Social - Jornalismo

Danilo de Azevedo Pinto

**Audiosfera política e visibilidade pública em  
escândalos federais: a cobertura do jornal nacional do  
caso Renan Calheiros e José Sarney.**

Salvador  
2010

Danilo de Azevedo Pinto

**Audiosfera política e visibilidade pública em  
escândalos federais: a cobertura do jornal nacional do  
caso Renan Calheiros e José Sarney.**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em  
Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de  
Comunicação, da Universidade Federal da Bahia.

Orientador: Wilson da Silva Gomes

Salvador  
2010

## **Agradecimentos**

É chegada a hora. Depois de cinco anos de aprendizado na Facom, é o momento de seguir rumo a outro desafio: o exercício da profissão. Mas, antes de partir para esta nova empreitada, é necessário agradecer aos que ajudaram na construtiva e árdua caminhada até aqui. Primeiramente, a Deus pelo dom da vida. A minha mãe Inaide pela paciência e amor demonstrado durante esses 24 anos de existência. Ao meu pai Wilson pela confiança, apoio e investimento em mim depositados. A minha irmã Mariana pelos intensos instantes de companheirismo e discussão. Aos padrinhos, primos, tios e avós por todas as lições ensinadas na convivência familiar. Ao professor Wilson, em especial, pela dedicação e paciência na orientação a um jovem pesquisador, ao professor André Lemos por acreditar e dar a oportunidade para minha inserção no mundo da pesquisa, e aos funcionários da Faculdade pela tolerância.

Agradeço aos amigos do peito conquistados na jornada e antes dela, especialmente aos Elefantes (Balão, Lua, Gordo, Juliana, Gabriel), aos do intercâmbio, aos colegas do grupo de pesquisa, em especial ao pessoal de audiovisual: Maria Paula, Marta e Paula, e ao amigo Paulo Simões. A todos que acreditaram em mim de alguma forma, mas que por falta de espaço (sempre ela!) não puderam ser citados aqui. Espero que possamos desfrutar juntos de mais vitórias e novos desafios. Para o alto e avante!

## RESUMO

Este trabalho realiza uma investigação para verificar como se comporta a audiosfera política do Jornal Nacional em um momento da agenda política brasileira: o de um escândalo. Por audiosfera compreendemos o espaço onde o representante político tem sua voz, declaração ou menção pronunciada no noticiário televisivo. Analisamos quatro dois períodos recentes em que escândalos dominaram a cena do noticiário político: o caso Renan Calheiros, em 2007, e o de José Sarney, em 2009. Por coincidência, as duas situações envolveram acusações de corrupção contra dois senadores, que na época das denúncias presidiam o Senado Federal. A parte teórica deste estudo está dividida em três partes. Começamos a pesquisa definindo visibilidade pública e as transformações que este conceito sofreu nos últimos anos até chegar à noção de visibilidade pública midiática (GOMES, 2008a; MAIA, 2008b, THOMPSON, 1998, 2002). Depois nos detemos a analisar as propriedades e o funcionamento de um escândalo político. Por fim, elencamos as características do noticiário televisivo. Na parte empírica, analisamos quatro períodos, dois com escândalos na pauta do noticiário político e dois sem a presença deles, nos mesmos anos dos dois períodos de escândalo. Assim pudemos fazer uma comparação mais confiável por tratar-se de materiais de anos e contexto similares. No nosso estudo empreendemos uma série de indagações que concernem ao espaço dos representantes políticos na esfera de visibilidade pública do Jornal Nacional, dominada por agentes que não são do campo político, em um momento específico da agenda do noticiário político. Utilizando o mesmo procedimento de Gomes (2008), analisaremos a representação do atores políticos para saber quais deles aparecem na esfera de visibilidade pública brasileira? o modo como falam (por si só ou tendo declarações narradas? quem possui o direito de ser escutado e os que não possuem? o que torna um político visível e que lhe impede de ser visível? (GOMES, 2008). Verificamos que o encurtamento das sonoridades apontado por Hallin(1994) ao analisar a cobertura das eleições presidenciais americanas é uma tendência do noticiário de televisão para todos os eventos. Contudo, o estudo mostra que em situações de escândalo pode haver uma reconfiguração da repartição da audiosfera entre as categorias de atores políticos. Naturalmente, a exibição gerada por um escândalo político, mesmo podendo incrementar as quotas de visibilidade de alguns representantes políticos, quase nunca é desejada por eles. Está associada, de forma geral, a uma exposição negativa na esfera de visibilidade midiática. Embora isso não signifique que tal exibição seja necessariamente ruim.

**Palavras-chave:** Comunicação; Escândalo Político; Visibilidade Pública; Noticiário televisivo.

## LISTA DE GRÁFICOS

**Gráfico 01:** Distribuição das sonoras no período A sem escândalo (2007).... 52

**Gráfico 02:** Distribuição das sonoras no escândalo Renan Calheiros (2007). 53

**Gráfico 03:** Distribuição das sonoras no período B sem escândalo (2009).... 56

**Gráfico 04:** Distribuição das sonoras no escândalo José Sarney (2009)..... 56

## LISTA DE TABELAS

- Tabela 01:** Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos no período sem escândalo A (2007)..... 50
- Tabela 02:** Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos no escândalo Renan Calheiros..... 51
- Tabela 03:** Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos período B sem escândalos (2009)..... 54
- Tabela 04:** Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos no escândalo José Sarney (2009)..... 55
- Tabela 05:** Distribuição por categoria do total de atores políticos com fala no Jornal Nacional por período de amostra..... 58
- Tabela 06:** Dez atores políticos com maior percentual de sonoras na audiosfera do Jornal Nacional nos períodos sem escândalo A (2007) e do escândalo Renan Calheiros (2007)..... 59
- Tabela 07:** Dez atores políticos com maior percentual de sonoras na audiosfera do Jornal Nacional nos períodos sem escândalo B (2009) e de escândalo B (2009)..... 60

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS .....</b>	<b>14</b>
1. O que é visibilidade pública?.....	14
1.1. Visibilidade pública midiática.....	15
1.2. A política encenada.....	18
1.3. O centro da visibilidade política nacional.....	22
2. Escândalos .....	24
2.1. Origem e características de um escândalo.....	24
2.2. O escândalo político midiático.....	26
2.3. Tipos de escândalo político.....	30
2.4. Escândalos políticos no Senado brasileiro.....	31
3. Notícias de TV e política.....	35
3.1. A gramática do noticiário de TV e política.....	38
<b>CAPÍTULO II: AUDIOSFERA POLÍTICA BRASILEIRA .....</b>	<b>46</b>
1. A audiosfera política.....	46
2. Metodologia da pesquisa.....	47
3. Dimensões da audiosfera política brasileira.....	49
4. Repartição da audiosfera política nacional.....	57
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>63</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>67</b>

## APRESENTAÇÃO

Nesses quatro anos na faculdade tivemos acesso à várias disciplinas em que se sustentam o jornalismo. Sempre houve interesse nas duas áreas: prática e teórica. Vivenciamos as rotinas de produção de diversas mídias: audiovisual, impressa e digital, assim como a experimentação do trabalho de investigação: leituras de vários autores clássicos, discussões no grupo de pesquisa sobre outros trabalhos científicos, trabalho de apuração científica, construção e desconstrução de conceitos. Diante de experiências tão distintas e, ao mesmo tempo complementares, é necessário escolher uma que gerasse interesse, principalmente e inicialmente de minha parte, e, por conseguinte do campo da comunicação, do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Democracia e dos possíveis leitores.

O interesse pela interface entre comunicação e política sempre foi muito forte nesse tempo de graduação. A oportunidade de escrever um jornal impresso sobre política, coordenar o Compoli<sup>1</sup> (Seminário de comunicação e política) e também participar como ouvinte e voluntário, de três edições do Congresso de pesquisadores em comunicação e política<sup>2</sup> (Compolítica), além dos debates presenciados no Grupo de Pesquisa coordenado pelo professor Wilson Gomes foram experiências importantes na minha formação. Todos esses contatos com o campo da comunicação aliados ao trabalho realizado no Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Democracia foram decisivos na escolha do tema para o trabalho de conclusão de curso.

Nos quatro anos de trabalho de iniciação científica, o contato com a temática da visibilidade pública política e a pesquisa de análise deste aspecto no Jornal Nacional foram determinantes para a escolha do assunto como objeto de

---

<sup>1</sup> O seminário de comunicação e política aconteceu nos dias 15 e 16 de maio de 2006, no auditório da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

<sup>2</sup> O Congresso de pesquisadores em comunicação e política é um evento que acontece de dois em dois anos e reúne os principais estudiosos brasileiros no campo da comunicação e política.



estudo da monografia. Dentre as características mais relevantes da investigação desenvolvida, escolhi analisar a exposição pública do ator político envolvido em situações de escândalo no telejornal global.

Pretendemos estabelecer e discutir as características fundamentais da produção e distribuição da visibilidade política no Jornal Nacional dos atores do campo político envolvidos no escândalo Renan Calheiros e José Sarney.

## INTRODUÇÃO

Os estudos sobre comunicação, visibilidade pública e democracia sempre tiveram certo destaque no campo da comunicação (GOMES, 2008a; THOMPSON, 1998, 2002). Dentre as linhas de pesquisa da área, a que analisa a visibilidade pública no noticiário político televisivo ganhou notoriedade com os artigos de Hallin (1994) e Adatto (1990). Eles analisaram a cobertura política das campanhas eleitorais norte-americanas e constataram um encurtamento das sonoridades, ou seja, uma diminuição no momento em que imagem e voz do político são vistos e escutados no noticiário televisivo.

Durante quase 20 anos, outros pesquisadores (LOWRY, SHIDLER 1995; FARNSWORTH, LICHTER 2003; BARNHURST, MUTZ 1997; BUCY, GRABE 2007; ESSER, 2008) dedicaram seus esforços em realizar análises adotando os pressupostos de Hallin como ponto de partida de suas agendas de pesquisa. Em geral, a literatura sobre esta temática tem como assunção que as redes de televisão e os noticiários de TV possuem uma forte função social na vida pública das sociedades contemporâneas ocidentais. (GOMES, 2008).

Wilson Gomes (2008) analisou a audiosfera pública política do Jornal Nacional. Por audiosfera compreendemos o espaço onde o representante político tem sua voz, declaração ou menção pronunciada no noticiário televisivo. Ele apontou quatro características principais das linhas de pesquisa do estilo de cobertura política da notícia televisiva: 1) o que trata da diminuição freqüente do tempo reservado às sonoridades do político (HALLIN 1994; ADATTO 1990; STEELE E BARNHURST 1996; RUSSOMANNO E EVERETT 1995; SMITH 1989), 2) o que analisa a importância do crescimento das image bites, isto é, material de imagem usado na edição da reportagem (MCGINNIS 1969; POSTMAN 1992; SILCOK 2007, BARNHURST E STEELE 1997); 3) aumento da mediação jornalística do repórter ou âncora (FARNSWORTH E LICHTER 2000 E 2003); e, por fim, 4) a crescente dependência das fontes enquanto fornecedoras de informação e assunto (SIGAL 1973; COOK 1998; SCHUDSON 2003, GOMES 2008).

No Brasil, alguns autores dedicaram seu tempo para estudar a questão da visibilidade pública em telejornais. Miguel e Biroli (2009) empreenderam um estudo a fim de analisar a presença e atuação feminina no campo político e sua presença nos meios de comunicação de massa<sup>3</sup>. Mauro Porto (2002) fez medições para analisar elementos de seu interesse da política no Jornal Nacional. Desde 2007, Gomes realiza uma pesquisa para descobrir o funcionamento da esfera de visibilidade pública do telejornal que ele considera ser o centro da visibilidade pública nacional: o Jornal Nacional. Em 2008, ele lançou um artigo que analisava a repartição da audiosfera política brasileira e constatou que poucos atores políticos tinham voz no horário nobre da notícia política brasileira e que cerca de 49% da janela de fala política do telejornal global era ocupada pelos 10 políticos com maior quantidade de sonoras.

A partir dessas observações, resolvemos fazer um estudo para ver como se comportava a audiosfera política em um momento especial da agenda política nacional: o de um escândalo. Para isso analisamos dois períodos recentes em que escândalos dominaram a cena do noticiário político: o caso Renan Calheiros, em 2007, e o caso José Sarney, em 2009. A escolha dos dois casos se deu pela disponibilidade de material em vídeo do Jornal Nacional sobre eles e pela proximidade, o que facilitou uma melhor contextualização política. Por coincidência, as duas situações envolveram acusações de corrupção contra dois senadores, que na época presidiam o Senado.

Ademais, analisamos também dois períodos<sup>4</sup> em que a agenda do noticiário político estava sem escândalo, também nos mesmos anos dos dois períodos

---

<sup>3</sup> A parte empírica da pesquisa de Miguel e Biroli (2009) é dividida em dois eixos. No primeiro, eles acompanharam a cobertura do noticiário político em telejornais – Jornal Nacional, Jornal da Band e SBT Brasil, - e nas revistas semanais – Veja, Época e Carta Capital em três diferentes períodos de tempo entre 2006 e 2007. No segundo eixo, mapearam a atuação das deputadas federais entre 1999 e 2006, analisando os discursos proferidos, proposições apresentadas e participação em comissões.

<sup>4</sup> Faço aqui os meus agradecimentos às bolsistas de iniciação científica Maria Paula, Paula Janay e Marta Cunha do Grupo de Pesquisa em Internet, política e democracia, seção audiovisual pela ajuda na decupagem dos materiais.

de escândalo. Assim teríamos como fazer uma comparação mais confiável por tratar-se de materiais de anos e contexto diferentes.

No nosso estudo empreendemos uma série de indagações que concernem ao espaço dos representantes políticos na esfera de visibilidade pública do Jornal Nacional, dominada por agentes que não são do campo político, em um momento específico da agenda do noticiário político. Utilizando o mesmo procedimento de Gomes (2008), analisaremos a representação do atores políticos para saber quais deles aparecem na esfera de visibilidade pública brasileira? o modo como falam (por si só ou tendo declarações narradas? quem possui o direito de ser visto e escutado e os que não possuem? o que torna um político visível e que lhe impede de ser visível? (GOMES, 2008)

Todos esses questionamentos foram aplicados em dois períodos longitudinais distintos: os anos de 2007 e 2009. Em cada ano temos a mensuração da visibilidade pública dos atores políticos com duas formas de agenda do noticiário político distintas: uma sem escândalo e outra com escândalo político.

O objetivo em estudar os dois tipos de agenda é verificar se o encurtamento das sonorais, apontado por Hallin(1994) ao analisar a cobertura das eleições presidenciais americanas é uma tendência do noticiário de televisão para todos os eventos ou se ainda pode haver variações para cima no total de sound bites em situações específicas da agenda política e se a distribuição de quem fala na audiosfera sofre alterações em situações específicas.

Naturalmente, a exibição gerada por um escândalo político, mesmo podendo incrementar as quotas de visibilidade de alguns representantes políticos, quase nunca é desejada por eles. Está associada, de forma geral, a uma exposição negativa na esfera de visibilidade midiática. Embora isso não signifique que tal exibição seja necessariamente ruim. Relatores, presidentes de comissões e políticos que estejam do lado considerado correto do escândalo, freqüentemente conseguem uma visibilidade pública positiva.

Nosso estudo tentará identificar o funcionamento da audiosfera do noticiário político do Jornal Nacional em um momento diferenciado da agenda política: o de um escândalo político.

## CAPÍTULO I: DOS PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

### 1. Visibilidade pública: o que é?

A visibilidade pública é um requisito da democracia e a acompanha desde a sua origem. Wilson Gomes (2008) fez um breve panorama histórico dessa relação. Segundo ele, já na época de ouro da democracia grega, os atenienses, comandados por Péricles, previam a noção de governo democrático em conformidade com a existência de espaços de discussão abertos, em que ocorreriam as deliberações.

À reinvenção da democracia, na sua forma moderna, precedeu um longo período de recuperação filosófica da idéia de publicidade da decisão política e de fogo cerrado contra arcanos, segredos e razões de Estado. Firmada positivamente, na valorização da ideia de publicidade como troca pública de razões, também elas públicas, na tradição kantiana, ou negativamente, na valorização da visibilidade pública como forma de evitar que quem governa venha a sucumbir à tentação de tornar a coisa pública uma coisa própria, na tradição utilitarista, de um jeito ou de outro a visibilidade é a pedra angular da estruturação da democracia moderna. (GOMES, 2008: 6)

O conceito normativo de visibilidade se sustenta na possibilidade do público ter maior controle cognitivo sobre a decisão que concerne a todos os integrantes da comunidade política. O nível de visibilidade pode variar de acordo os modelos teóricos e práticos de democracia e pela reivindicação por maior ou menor transparência nos procedimentos legislativos, a exemplo de uma *accountability* eficiente, e na gestão da coisa pública (GOMES, 2008).

Gomes explica que a visibilidade pública, enquanto requisito democrático, vai se materializar em “espaços concretos onde o público possa ver, ouvir, tomar conhecimento, eventualmente discutir os negócios de interesse comum e a própria política como atividade altamente especializada.” (GOMES; 2008: 6) e tem como função a mediação entre os cidadãos e o sistema político, podendo se estender na relação deles entre si (GOMES, 2004).

Gomes (2008a) ao analisar a publicidade social na esfera pública afirmam que a esfera de visibilidade pública é o proscênio social, isto é, a dimensão da vida social, que está visível, acessível e aberta ao conhecimento e domínio públicos. Neste sentido, a esfera de visibilidade pública se torna essencial em todas as formas sociais para a constituição e manutenção da massa social, desempenhando uma importante função para a vida democrática nas sociedades contemporâneas.

Além de publicizar a cena social, Gomes (2008a) ressalta a importância da esfera de visibilidade pública para o fortalecimento da esfera de discussão pública por, pelo menos, duas razões: 1) a esfera pública deliberativa precisa da exposição da esfera de visibilidade pública para cumprir o papel de discussão aberta a todos os concernidos; e 2) a esfera de visibilidade pública deixa disponível, ainda que por vezes não o faça, os temas de interesse público que são solicitados no debate público na cena pública.

A esfera de visibilidade pública é formada pelo sistema expressivo de emissão dos meios de comunicação, que torna disponível ao público uma espécie de quadro de estado do mundo (GOMES, 2008a). Este sistema expressivo é complexo e caracterizado pela convivência de materiais informativos (jornalísticos, propagandísticos, opinião, ciência e educação), culturais e artísticos, de entretenimento, publicitário, entre outros. Essa diversificação de materiais torna a esfera de visibilidade pública muito complexa do ponto de vista do conteúdo.

Do ponto de vista material, por conseguinte, a esfera de visibilidade pública é um universo sem fronteiras precisas, sem quantum preciso de matéria, em que conteúdos de diferente valor cognitivo convivem em lapsos geralmente muito curtos. A esfera de visibilidade é como um mar de sargaços, com fragmentos de discurso de todos os tamanhos, às vezes com peças inteiras, que não compõem nenhum quadro ordenado, mas que o acaso fez conviver e, eventualmente, atrair aos caprichos das correntes marinhas. ( GOMES, 2008a: 145).

### **1.1. Visibilidade pública midiática**

Os meios de comunicação exercem um papel importante na promoção da publicidade, aqui compreendida como caráter e qualidade do que é público, a propriedade das coisas na medida em que estão visíveis e disponíveis para o conhecimento dos concernidos pela coisa pública (GOMES, 2008a). Hoje grande parte dos temas de relevância para a deliberação pública são tornados públicos pela grande mídia. Estamos diante de uma esfera de visibilidade pública midiática.

Thompson (1998) define visibilidade midiática como acontecimentos que por meio dos *media* podem ser transformados em públicos adquirindo uma publicidade independente de ser visto ou ouvido por um conjunto de indivíduos em situação de interação face a face.

Já Maia (2008b) define esfera de visibilidade midiática como aquela visibilidade que está ligada à cena social disponível ao conhecimento e domínio público.” A cena pública é constituída, sobretudo, por exibição, exposição, pelo que Habermas chamou de representação, ou seja, apresentação das posições para obtenção do favor geral” (MAIA, 2008b: 172). Sendo assim, nas democracias modernas a esfera de visibilidade midiática promove uma complexa relação entre atores das instâncias formais do sistema político e aqueles da sociedade civil, bem como entre política e cultura. (MAIA, 2008b)

Para Gomes apesar de apresentar profundas assimetrias na estruturação da comunicação dos atores sociais, o espaço de visibilidade dos meios de comunicação auxilia na promoção de um diálogo público generalizado e para a formação de uma base reflexiva para a deliberação pública na sociedade moderna.

Os meios de comunicação, então, atuam como espaços concretos onde os concernidos podem acompanhar os assuntos públicos, os fatos e os comportamentos dos atores que a isso se dedicam. Neste contexto, o sistema dos *media* exerce uma função central na profusão de informações para grandes audiências. Ao mesmo tempo, os *media* apresentam, de acordo com



sua regulamentação, organização e funcionamento, especificidades próprias, gerando uma produção diversificada e descentralizada.

A diversificação de conteúdos dos meios de comunicação se reflete no quadro de mundo que é exibido na esfera de visibilidade pública midiática. A mídia precisa publicizar materiais variados que possam se converter em temas, assuntos e questões da comunicação ordinária cotidiana, por meio da estrutura da comunicação, em encontros formais, em fóruns, assembleias, ou informais, em conversas de mesa de bar, mesmo que estas discussões não ocorram no âmbito da esfera visibilidade pública ( GOMES, 2008a).

A comunicação massiva criou um tipo diferenciado de público: uma audiência não simultânea de ouvintes, leitores e telespectadores. Por isso, a produção midiática é pensada e destinada a um público difuso, variado e potencialmente ilimitado, o que gera uma maior capacidade de captar a atenção destes indivíduos.

A visibilidade pública de temas e atores depende dos meios que controlam a visibilidade pública. Então, é preciso identificar as características e que tipo de publicidade esses espaços, mecanismos e recursos, que produzem visibilidade política, podem oferecer aos cidadãos.

Em situações de escândalo, a mediação nos possibilita confrontos diretos ou virtuais entre representantes do campo político envolvidos em delitos, especialistas e atores da sociedade civil. Isso proporciona uma troca de razões num processo de idas e vindas, que pode vir a modificar a oposição inicial das falas destes atores.

Este estudo pretende examinar um dispositivo central para a produção de visibilidade pública midiática nas sociedades de massa, o telejornal, em uma situação escandalosa. Ele parte da análise empírica de uma amostra da cobertura de dois acontecimentos escandalosos do Jornal Nacional, telejornal de maior audiência no Brasil, para tentar identificar a dimensão da fala do ator político em dois escândalos do Senado.

Antes, porém, faz-se necessário analisar as características da política encenada na esfera de visibilidade midiática e como as quotas de visibilidade estão disponíveis para os atores políticos.

## **1.2. A política encenada**

Gomes (2004) define a política encenada é aquela que chega ao público, consumidor da política midiática. Ela é meticulosamente articulada por políticos e estrategista de marketing e comunicação para tentar proporcionar algum tipo de ganho de visibilidade na mídia para o ator político.

Todavia nem sempre a imagem que se busca construir é projetada pela mídia. Até chegar a esfera de visibilidade pública, a notícia passa por vários filtros exógenos ao campo político: pauteiro, produção, repórter, editor. A publicação na íntegra ou não depende de certos valores jornalísticos e política editorial adotados por cada empresa de comunicação. Neste âmbito, existe um jogo de estratégias e contra-estratégias entre jornalistas e políticos na tentativa de imposição, por parte do segundo grupo, de uma imagem positiva que o deixe bem com seu público de eleitores (GOMES, 2004).

Erving Goffman (1969) ao analisar as características da comunicação pessoal face a face notou que o indivíduo ao agir ou conversar tem um referencial interativo específico que envolve alguns pressupostos e convenções, bem como características do espaço físico. “Atuando dentro deste referencial, o indivíduo irá adaptar o seu comportamento, procurando gerar uma auto-imagem que é mais ou menos compatível com a imagem que ele quer passar” (GOFFMAN, 1969: 100). Esse referencial de ação e características que o indivíduo quer transparecer é o que Goffman chama de região frontal.

Em contrapartida, as ações ou aspectos do particular que não são avaliados como apropriados ou que podem trazer prejuízos à imagem que a pessoa quer projetar, o autor descreve como região de fundo. Nesta região, as pessoas

tendem a agir de maneira mais natural e, em diversos casos, contradizem a imagem que buscam projetar na região frontal (GOFFMAN, 1969).

A interação midiática cria um referencial interativo que consiste de duas ou mais regiões frontais que podem estar separadas no espaço e no tempo. Assim, cada uma dessas regiões frontais possui suas próprias regiões de fundo e cabe ao participante das interações gerenciar o limite entre elas. Está justamente aí o problema. Devido às características da comunicação midiática e a complexa rede de referenciais de interação, fica muito difícil controlar a área limítrofe entre as regiões de fundo e frontal (THOMPSON, 2002).

Talvez esteja aí a explicação para o fracasso de muitos atores políticos em projetar auto-imagens positivas através da mídia. Mesmo com todos os esforços, é uma tarefa árdua controlar algumas formas de comportamento nas regiões de fundo e evitar com que elas vazem para a região frontal e provoquem prejuízos à auto-imagem desejada (THOMPSON, 2002; EKSTRÖM, JOHANSSON, 2008).

Vimos que a visibilidade passou por uma modificação a partir do surgimento da imprensa, que trouxe mudanças também para o campo político. A interação face a face foi perdendo espaço para uma interação mediada, em que pessoas em diferentes contextos espaços-temporais têm acesso a informações sobre acontecimentos políticos. Esta transformação fez com que características externas à política passassem a ser solicitadas dos políticos, tais como gestão da própria imagem, boa fala e uma porção de carisma. Ademais, a preocupação em gerar uma auto-imagem positiva na esfera de visibilidade midiática fez com que novos elementos começassem a ser considerados na hora de calcular o risco de algumas ações e negociações políticas.

Gomes (2004) chama estes novos elementos de fatores publicidade e elenca os principais deles. Ele explica que alguns destes fatores são originários do novo contexto do campo político (eleições intermináveis<sup>5</sup>), outros acompanham

---

<sup>5</sup> Gomes considera que a formação de opinião da esfera civil, que é quem decide quem participa e quem está excluído da esfera política, sobre partidos, governos e sujeito políticos

a experiência política desde sempre, mas foram redimensionados por causa do crescimento da visibilidade pública da política.

Para o político ser lembrado pelo público é necessário que ele seja visto na esfera de visibilidade midiática. Mas não há espaço para todos. Tomemos o exemplo do Brasil. Apenas no legislativo federal são 81 senadores e 513 deputados. A média de tempo que a janela de matéria política fica aberta no Jornal Nacional é de 4min42s<sup>6</sup>, sendo que a edição dura cerca de 30 minutos. O espaço para fala do ator político é ainda menor: 3,9% de cada edição, isto é, um minuto e onze segundos diários (GOMES, 2008).

Não basta apenas ter um mandato para ser visível. Gomes (2008) diz ser necessário buscar cargos diretivos que possibilitem ganhos de visibilidade. Ser presidente do Senado ou da Câmara, fazer parte da Mesa Diretora do parlamento, dirigir algum Ministério que possua verbas vultosas e prestígio político (Saúde, Fazenda, Casa Civil, Justiça, Educação), liderar bancadas, blocos do governo ou oposição, bem como ser presidente do partido, presidir ou ser relator de algumas comissões fixas (Conselho de Ética e Comissão de Constituição e Justiça) ou CPI's, ajudam o ator político a se manter na faixa de visibilidade desejada. Boa parte do poder simbólico destes cargos provém justamente da cota de visibilidade que eles possibilitam para os seus ocupantes.

A luta para assumir as vagas diretivas que potencializam a visibilidade de um ator político é árdua e exige uma série de habilidades dos interessados. É preciso deter um estoque de credibilidade política, capacidade de liderança, articulação e composição, trânsito entre forças as bancadas, força política e de relacionamento adequado com o governo (GOMES, 2004). Contudo, apesar de

---

tem hoje a mesma extensão dos mandatos. Por isso, os mandatários precisam acompanhar e conhecer suas vontades a fim de satisfazer seus desejos. Para tal se municiam com assessorias na tentativa de controlar os fluxos comunicativos, para descobrir o que sente e pensa o público. "Neste sentido, a campanha se confunde com o mandato, solicitando da esfera política um dispêndio subsidiário e constante de energia" (GOMES, 2004: 114). Isso gera um processo de eleição interminável (GOMES, 2004).

<sup>6</sup> Ver artigo de Wilson Gomes (2008).

tantas exigências para a investidura do cargo fenômenos como o de Severino Cavalcanti<sup>7</sup>, eleito presidente da Câmara Federal em 2005, ainda podem ocorrer.

A visibilidade pública tão almejada pode chegar, mas não da forma desejada. O risco de exposição negativa é grande e precisa sempre ser levado em consideração na hora de qualquer negociação política. A administração do que vai à cena política e o que fica nos bastidores tem que ser bem feita para que o véu que separa o segredo da publicidade não seja desvelado e traga prejuízos.

O perigo de visibilidade negativa é ainda maior porque quem controla o que entra e sai da cena política midiática são agentes externos do campo da política. Jornalistas mantêm o pressuposto de estarem a serviço da esfera pública, ainda que em alguns casos haja suspeitas sobre se isso realmente acontece na realidade (GOMES, 2004).

A reputação do agente político também é importante para garantir um acréscimo na visibilidade pública midiática (GOMES, 2004). Há políticos que são sempre lembrados e solicitados para opinar sobre certas agendas por possuírem uma boa imagem diante do público. Eles detêm uma destreza para formular, controlar e administrar uma boa imagem pública. É através dela que eles podem reforçar ou inibir algumas composições políticas. Políticos com mandato que não possuem nenhum cargo diretivo, mas com história consolidada e reconhecida pela boa conduta têm mais chances de gozar de uma cota maior de visibilidade pública midiática em relação aos seus pares que se encontram nas mesmas condições, mas não dispõem de tal capital simbólico.

---

<sup>7</sup> Severino Cavalcanti (PP-PE) foi eleito presidente da Câmara dos Deputados após derrotar no segundo turno o candidato do governo, deputado Luiz Eduardo Greenhalgh. Severino Cavalcanti é conhecido por suas posições polêmicas sobre diversos assuntos: é contrário à prática do aborto e à homossexualidade. Ele renunciou ao cargo sete meses após tomar posse.

### 1.3. O centro da visibilidade política nacional

Quando acontecimentos e indivíduos são representados diante de uma larga atenção pública dizemos que estamos no centro da visibilidade política (GOMES, 2008). Com o surgimento da imprensa, o centro de visibilidade pública passou a ser um espaço ocupado pelos meios de comunicação. Primeiro pelo jornalismo impresso, através dos folhetins que informavam as pessoas sobre o que ocorria nas cidades e na política. Nesta época o grau de profissionalização do jornalismo não era dos mais altos.

No início do século XX, o rádio ganhou vez e assumiu um lugar central na esfera de visibilidade pública. Os programas de rádio proporcionavam que mais indivíduos tivessem acesso às informações políticas e ainda possibilitava o conhecimento da voz dos políticos, o que antes deste dispositivo era impensável.

A partir de 1960, a televisão assumiu o posto de centro da visibilidade pública nacional. De fato, ao redor dela se concentra, hoje, as maiores quotas de atenção coletiva, portanto, de visibilidade pública. No Brasil, a presença na grade de programação da televisão é, por conseguinte, o grande desejo dos atores políticos. Dentre os programas televisivos, os exibidos na faixa horária das 7 às 10 da noite são os que possuem maior audiência<sup>8</sup>. Destes, o único jornalístico é o Jornal Nacional da Rede Globo. Ele é tradicionalmente um dos três produtos mais consumidos da grade da televisão brasileira e o único no TOP 5 de público que tem como objeto a notícia. Os fatos, pessoas e discursos presentes no Jornal Nacional são vistos, em média (tendo referência a amostra estudada a seguir), por 33% dos domicílios monitorados pelo IBOPE na

---

<sup>8</sup> Em geral, o topo da lista de audiência semanal é ocupada pela novela das oito. Os outros três se alternam entre uma segunda telenovela noturna, jogos de futebol, uma ficção de humor nacional e filmes, e um telejornal. Todos os “top 5” da TV brasileira são oferecidos ao consumo no horário compreendido entre 7 e 10 da noite, o prime time, ou horário nobre da televisão brasileira. Fonte: Media Worstation/Almanaque Ibope/Top 5, com a lista semanal dos programas de maior audiência na Grande São Paulo e no Grande Rio durante todo o período da amostra.

Grande São Paulo <sup>9</sup>. Significa que este telejornal atrai a atenção de 1/3 dos domicílios que têm televisores ligados na faixa das oito às nove horas da noite, o que lhe confere a condição de principal ponto focal da atenção pública e da principal janela para a apreciação pública da visibilidade nacional.

Gomes (2008) ao estudar a distribuição da audiosfera política brasileira já notara o papel central de visibilidade pública do telejornal global.

O Jornal Nacional é uma janela que conserva e, eventualmente, engrossa a atenção pública, situado na grade entre duas estrelas da audiência nacional, as telenovelas da noite. É uma brecha de informação de atualidade entre dois blocos de ficção de grande apelo público. Desfruta de todos os privilégios que a grife “informação” ou “hard news” confere aos seus produtos, numa grade onde predominam a ficção e outras formas de entretenimento. Mas ao mesmo tempo precisa fixar a atenção mesmo daqueles menos interessados em informação sobre a atualidade política propriamente dita, que apenas desejam passar os olhos sobre os fatos gerais do dia. A oferta de informação (e, portanto, de exibição) política é acomodada num conjunto da oferta de informação de outra natureza para um público que, dentre outras coisas, faz as suas refeições, atualiza a conversa cotidiana (diretamente ou por meios eletrônicos) e/ou se prepara para o ritual familiar de assistir à novela das oito. (GOMES, 2008: 8).

A visibilidade pública da política não é, por si mesma, diferente da visibilidade que caracteriza outras esferas da vida cotidiana. Embora haja variações na apresentação dos eventos da política em relação ao da cultura, do entretenimento, da ciência, quando tratamos de visibilidade pública, menos importante que o teatro dos acontecimentos é o teatro da representação de tais acontecimentos. Portanto, a política divide pelo menos boa porção das vitrines onde se fazem visíveis publicamente os outros âmbitos da vida em sociedade (GOMES, 2008).

Neste contexto, Gomes aponta que a política no horário nobre da televisão brasileira não somente transmite ao público disponível, mas deve também atrair mais audiência, ademais de manter aquela que já possui. A televisão, grande ponto focal da sociedade moderna, sabe acomodar bem as

---

<sup>9</sup> Cada ponto no peplemeter representa 60 mil domicílios assistindo ao programa naquele momento.

diversificadas demandas de curiosidade pública com as necessidades oriundas do interesse da vida cotidiana e as do interesse político.

## **2. Escândalos**

O termo escândalo possui longa história, mas foi com a criação da imprensa no século XIX que a ele foi agregado certas características contemporâneas. O desenvolvimento do escândalo foi influenciado pelas transformações dos meios de comunicação, que modificaram a natureza da visibilidade e a relação entre vida pública e privada (THOMPSON, 2002; GOMES, 2004; EKSTRÖM, JOHANSSON, 2008). Hoje, as pessoas que transitam pelo espaço público são muito mais visíveis que no passado e a capacidade de traçar os limites entre personalidade pública e privada é muito restrita.

Neste capítulo vamos mostrar a evolução do uso do termo escândalo ao longo do tempo, priorizando um tipo específico deste fenômeno: o político; a fim de analisar as características atuais do que chamamos de escândalos midiáticos e as alterações que elas promovem na esfera de visibilidade pública midiática.

### **2.1. Origem e características de um escândalo**

John B. Thompson (2002) afirma que a palavra escândalo surgiu pela primeira vez em inglês (*scandal*) no século XVI e foi empregado em dois contextos principais: o religioso e o das falas difamatórias. O primeiro se referia à má conduta de membros da igreja que trouxessem descrédito à religião ou algo que pudesse abalar a fé religiosa ou crença. Tratava-se de atos dos membros religiosos que causavam um tropeço moral e geravam um prejuízo à imagem da instituição.

O segundo uso era de caráter mais secular e tinha a ver com ações ou falas que fossem indecentes e difamatórias; ações, acontecimentos ou



circunstâncias que eram grosseiramente ignominiosas, ou conduta que ofendia sentimentos morais e senso de decência (THOMPSON, 2002).

Nestes dois primeiros empregos do termo escândalo apontados por Thompson, embora haja diferenças quanto à implicação dos indivíduos<sup>10</sup>, o escândalo constituía uma transgressão dos códigos morais que poderia ser, mas não necessariamente tinha de ser, de caráter religioso e em referência à qual a ação ou o acontecimento eram denunciados.

Nos séculos seguintes, a noção de escândalo chegou ao que é hoje. Apesar de manter alguns pressupostos do primeiro conceito, escândalo é empregado para descrever uma forma mais geral de transgressão moral, não necessariamente atrelada a códigos religiosos específicos (THOMPSON, 2002).

O conceito moderno de escândalo para Thompson se refere “às ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública”. Ele ainda ressalta algumas características que certos tipos de acontecimentos precisam possuir para ser um escândalo:

(a) que sua existência envolva a transgressão de certos valores, normas ou códigos morais vigentes; (b) sua ocorrência demande um elemento de segredo ou ocultação, mas elas não são conhecidas ou firmemente cridas como existentes por outros indivíduos que não os envolvidos (chamados aqui de não-participantes) e; (c) alguns desses não-participantes desaprovem as ações e podem sentir-se ofendidos pela transgressão; (d) expressem sua desaprovação denunciando publicamente as ações, e; (e) a revelação e condenação das ações podem prejudicar a reputação dos indivíduos responsáveis por eles (embora isso não seja sempre, ou necessariamente, o caso) (THOMPSON, 2002: 40).

Baseados nas características citadas acima, Thompson distingue dois modelos de escândalo. No mais simples, a ação de transgressão é tornada pública e a revelação gera manifestações públicas de desaprovação. Contudo, em casos

---

<sup>10</sup> No religioso, escândalo envolvia uma relação entre indivíduo(s) e doutrina religiosa ou sistema de crenças; No das imputações prejudiciais ou difamatórias, a palavra demandava uma relação entre indivíduos e se assemelhava mais ao significado que o escândalo tem hoje (THOMPSON, 2002).

mais complexos, as revelações e alegações são defrontadas com negações e contra-alegações dos indivíduos envolvidos, que levam a investigações e descobertas posteriores, e provocam uma série de outras transgressões.

Esse desvio de atenção da ofensa inicial para um conjunto de atos subseqüentes na tentativa de esconder o deslize causador do escândalo é o que Thompson chama de transgressão de segunda ordem. Neste caso, a tentativa de acobertar a falha inicial – uma sucessão que envolve obstrução, negações conflituosas e mentiras – pode se tornar mais grave que a própria transgressão que gerou o escândalo.

Na busca por se livrar das acusações iniciais, o indivíduo entra num jogo de afirmações e contra-afirmações que deixa em um papel secundário o delito inicial e nutre o escândalo, que vai ganhando força a cada nova descoberta subseqüente (THOMPSON, 2002).

## **2.2. O escândalo político midiático**

Thompson (2002) define escândalos políticos como lutas pelo poder simbólico, em que a reputação e confiança de um líder ou figura política estão em jogo. A noção de poder simbólico aqui utilizada diz respeito à teoria do capital simbólico de Pierre Bourdieu<sup>11</sup>, onde ele demonstra haver variados tipos de capital, ademais do econômico.

Para o sociólogo francês, o capital simbólico se constrói e está fundado na obtenção da reputação pessoal da confiança que outros podem guardar em certa pessoa. Para o campo político em democracias estabelecidas, o exercício do poder depende, de forma imprescindível, do uso do poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade de um governo.

---

<sup>11</sup> VER: BOURDIEU, P. *O poder simbólico*, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992”.

O papel central dos escândalos políticos na atualidade se deve a uma série de transformações na cultura política e na própria sociedade. O declínio dos partidos políticos, baseados em diferenciações ideológicas tradicionais que hoje estão cada vez menos perceptíveis, ainda que mantenham certa força em determinadas camadas, e a pregnância da política de confiança, isto é, com forte ênfase no caráter, na credibilidade e na confiabilidade dos atores políticos.

Numa sociedade em que a política de confiança exerce uma função essencial na vida pública, um escândalo pode esvaziar o capital simbólico do qual o exercício do poder depende. Aliado a isso, as transformações nos meios de comunicação de massa fizeram com que o olhar da política do grande público fosse cada vez mais mediado pela visão da grande mídia. Assim, a arena da encenação política, que antes do século XIX era realizada face a face, nas praças públicas e tribunas agora passa a ser mediado pelos meios massivos.

A crescente importância do papel da mídia fez com que mais eventos ganhassem visibilidade e, por conseguinte, o alcance de certas ações ou declarações políticas superassem os limites espaciais de uma interação face a face e chegassem a novos públicos fora do contexto em que o fato ocorreu.

Thompson argumenta que no passado a maior parte dos escândalos era localizado, ou seja, acontecimentos caracterizados pela co-presença e que se desdobram nos locais ordinários da vida cotidiana, onde as pessoas interagem umas com as outras no face a face. Os indivíduos envolvidos se conheciam pessoalmente ou tinham algum grau de proximidade e tomavam conhecimento das ações ou através de testemunho ou por fofocas e boatos.

Já os escândalos midiáticos são acontecimentos que envolvem a revelação a partir dos meios de comunicação de atividades que fossem previamente ocultadas, atividades moralmente infames e que, ao ganharem publicidade podem trazer implicações negativas aos sujeitos denunciados. A publicidade adquirida por este tipo de escândalo é independente da sua capacidade de ser visto ou ouvido por um número de pessoas presentes no tempo e local em que o acontecimento ocorreu (THOMPSON, 2002).

Neste novo contexto da relação entre meios de comunicação e campo político, o escândalo emerge como um evento midiático indesejado para os que detêm algum tipo de poder e uma rica fonte de audiência para a grande mídia.

Algumas mudanças favorecem a dominância atual dos escândalos políticos. A crescente visibilidade dos líderes políticos é uma delas. As transformações dos meios de comunicação em arena de encenação pública tornaram a vida dos atores políticos mais visíveis aos outros e acentuaram aspectos de si mesmos que antes eles buscavam ocultar e que fogem ao controle com o alto nível de visibilidade a que os atores políticos são submetidos (THOMPSON, 2002).

Nessa era de visibilidade midiática, os líderes políticos (e aspirantes a líder) sabem que eles devem usar a mídia como um meio de conseguir visibilidade no campo político – sem ela, eles não avançarão. Mas a visibilidade pode ser uma armadilha. Quanto mais visíveis eles forem, tanto mais vulneráveis eles se tornam, porque mais visibilidade irá gerar mais interesse da parte da mídia e, embora, alguém queira gerenciar a auto-apresentação através da mídia, não se poderá controlá-la completamente (THOMPSON, 2002: 143).

O autor aponta que a mudança nas tecnologias de comunicação e de vigilância também provocou uma dificuldade em controlar a visibilidade midiática. As novas tecnologias, em constante e veloz transformação, possibilitam a qualquer pessoa meios de fazer gravações, fotos, vídeos de situações conflitantes e tornam mais complicadas manter o véu do segredo sobre comportamentos considerados delituosos dos líderes políticos e figuras públicas.

Palavras ou ações que, a priori, tinham a intenção de ser comunicação ou comportamento privado, podem, de forma repentina, adquirir um caráter público, ganhando visibilidade sob circunstâncias que não foram previstas anteriormente e causar grandes embaraços para os indivíduos nela envolvidas.

Junto com o avanço dos meios técnicos, houve uma profissionalização da rotina jornalística. A predominância, a partir da década de 1960, de um jornalismo mais questionador e crítico ajudou na ascensão e fortalecimento das

reportagens investigativas. A mais famosa de todas foi o caso Watergate<sup>12</sup>, quando os jornalistas Carl Bernstein e Robert Woodward do *Washington Post* investigaram o envolvimento do presidente norte-americano Richard Nixon na invasão à sede do Comitê do partido Democrata. As reportagens causaram a renúncia de Nixon.

Códigos e convenções da *práxis* jornalísticas passaram por questionamentos após o clímax das reportagens investigativas e os jornalistas começaram a noticiar mais sobre as vidas e os casos privados de líderes políticos. O *ethos* da profissão que desencorajava esse tipo de procedimento foi deixado de lado.

A maior vigilância dos jornalistas e a predominância da política de confiança fizeram com que a cultura política passasse por um processo de regulamentação. Nos Estados Unidos, o *Ethics in Governmet Act* (1978), aprovado logo após o Watergate, previa que ocupantes do alto escalão fornecessem detalhes de seus bens e tornou mais claras as regras sobre conflito de interesses, além de criar o cargo de promotor especial, que iria traçar casos de delitos suspeitos entre os atores políticos (THOMPSON, 2002).

Os fatores citados acima auxiliam a explicar essa dominância na sociedade moderna dos escândalos políticos, que em um sistema de partidos e organizações de mídia competitivos e independentes, transformou-se em uma espécie de teste de credibilidade dos atores políticos (THOMPSON, 2002). E a cada nova denúncia de delito, maior será o interesse da mídia em noticiá-lo.

Toda essa engrenagem (política de confiança, dinâmica de um escândalo e interesse da mídia) aumenta os riscos políticos e ajudou a criar uma cultura política do escândalo. Cultura política aqui é entendido como um agrupamento de regras, convenções e atitudes que regem a vida política e guiam as formas de interação e comunicação no campo político. Hoje, como argumenta Thompson, o escândalo político não é mais enxergado como um fato raro, mas sim como um elemento característico da política moderna.

---

<sup>12</sup> Para ler mais sobre o caso Watergate ver Fred Emery, *Watergate: the corruption of American politics and the fall of Richard Nixon*, Nova Iorque, Simon & Schuster, 1994

Thompson afirma não haver *uma* cultura política do escândalo, mas “uma variedade de culturas políticas do escândalo, cada uma delas provida de suas próprias tradições, seu estoque próprio de procedimentos e memórias coletivas e seu conjunto de convenções e expectativas constantemente em mudança” (THOMPSON, 2002: 151).

No entanto, toda essa avalanche de escândalos produzidos pela cultura do escândalo pode gerar em algumas pessoas uma exaustão. Com isso, alguns dos novos escândalos que surgem na mídia acabam perdendo um pouco do seu valor notícia<sup>13</sup> e gradualmente a sua capacidade de surpresa, na medida em que o público se torna menos sensível ao espetáculo e cada vez mais familiarizado às regras e convenções de quem o produzem (THOMPSON, 2002).

### **2.3. Tipos de escândalos políticos**

Thompson distingue em três tipos as variedades de escândalo político: os sexuais que se relacionam com transgressão de códigos sexuais (escândalos sexuais), os que envolvem o mau uso de recursos econômicos (escândalos financeiros) e os que implicam o abuso de poder político (escândalos de poder). Ele ressalta que embora cada um deles envolva a transgressão de normas ou convenções e um tipo de poder, os tipos de normas e as formas de poder podem variar de um escândalo a outro.

O escândalo sexual no campo político supõe uma transgressão de normas e códigos sexuais e tem como principal característica a luta pelo poder e recursos simbólicos que podem gerar graves conseqüências sobre a habilidade

---

<sup>13</sup> Valor notícia são critérios de relevância usados para a seleção de acontecimentos que vão se transformar em notícias. Ele serve de guia no processo de produção jornalística de uma matéria de um fato noticioso. Para saber mais sobre valor notícia leia Wolf (2004).

de exercer o poder político. As infrações legais neste tipo de escândalo podem ser grandes ou insignificantes (THOMPSON, 2002).

Já no escândalo político financeiro, de acordo com Thompson os delitos envolvem regras e convenções que governam o uso de recursos econômicos no que diz respeito ao exercício do poder político, podendo gerar perdas simbólicas e políticas. Quanto às conseqüências da infração, variam de moderada a alta.

Por fim, o escândalo de poder envolve transgressões de regras que regem o uso do poder político e podem ocasionar prejuízos tanto no campo simbólico como no político, além de ter alta probabilidade de gerar infrações legais. Os escândalos de poder, do mesmo modo que os escândalos político financeiro estão relacionados à instauração de processo legal ou à ameaça dele (THOMPSON, 2002).

A diferenciação entre os tipos de escândalos políticos feita por Thompson serve como referencial para o estudo deste fenômeno. No entanto, em muitos casos um escândalo político pode apresentar características das três variedades descritas acima. Como veremos adiante ao analisar os escândalos envolvendo os presidentes do Senado brasileiro.

Os escândalos políticos sexuais e políticos financeiros implicam normas que orientam atividades que não podem ser exclusivas da esfera política. Ao passo que os escândalos de poder constituem a forma mais pura de escândalo político porque as regras e convenções transgredidas são as que governam o modo autêntico de poder (THOMPSON; 2002).

#### **2.4. Os escândalos de Renan Calheiros e José Sarney**

Entre os anos de 2007 e 2009, o Senado brasileiro vivenciou dois grandes escândalos políticos envolvendo o chefe maior da Casa. Um culminou com a renúncia do senador Renan Calheiros da presidência e o outro, apesar das

incessantes denúncias de irregularidades contra o senador José Sarney, terminou sem conseqüências mais graves.

Em maio de 2007, a revista *Veja*<sup>14</sup> publicou uma reportagem acusando o senador Renan Calheiros, do PMDB-AL, então presidente da Casa, de ter contas pessoais pagas por um funcionário da construtora Mendes Júnior, o lobista Cláudio Gontijo. A matéria afirmava que Renan e Gontijo mantinham uma amizade e que o lobista teria pago, de janeiro de 2004 até dezembro de 2006, pensão mensal de R\$ 12 mil para uma filha de três anos que o senador teve com a jornalista Mônica Veloso e, até março de 2007, bancado o aluguel de R\$ 4,5 mil de um apartamento de quatro quartos, em Brasília, onde a menina morava com a mãe.

A revista publicou ainda que a construtora Mendes Júnior tinha participação em obras do Governo, como um consórcio para construção do aeroporto de Vitória, além de contratos com a Eletrobrás e com a Petrobras. Infraero, Eletrobrás e Petrobras seriam, segundo a revista, áreas sob influência do senador Renan Calheiros.

Na época das primeiras denúncias Renan Calheiros<sup>15</sup> refutou todas, afirmou ser o dono do dinheiro e negou ter recebido qualquer recurso ilícito ou clandestino de qualquer empresa ou empresário. Para justificar os valores maiores que os vencimentos como senador, Renan disse que possuía rendimentos agropecuários.

No momento inicial, algumas matérias seguintes repercutiram as denúncias, mas as negações de Renan acalmaram políticos e a imprensa. No entanto, em meados de junho uma equipe do *Jornal Nacional* foi à Alagoas para verificar se

---

<sup>14</sup> Para saber mais sobre as denúncias ler a *Revista Veja* de 27/5/2007.

<sup>15</sup> Trechos da nota enviada por Renan Calheiros à imprensa e reproduzida pelo *Jornal Nacional* no dia 25/5/2007: “Jamais tive despesa ou gasto pessoal ou de familiares custeados por terceiros e meus compromissos sempre foram honrados com seus próprios recursos. Todas as minhas atividades como parlamentar se pautaram pela absoluta transparência e que não tem nada a esconder ou dissimular”.



as propriedades e rendas declaradas pelo senador eram verdadeiras. O que se descobriu foi uma série de irregularidades envolvendo o uso de laranjas e a emissão de notas fiscais frias.

Daí para frente, uma onda de denúncias contra Renan surgiu quase que ininterruptamente nos noticiários jornalísticos. Ao negar as primeiras denúncias de irregularidades e afirmar ter renda para bancar a pensão da filha que teve com a jornalista Mônica Veloso, Renan cometeu uma transgressão de segunda ordem, que lhe custou o cargo de presidente do Senado. Renan renunciou sem assumir os desvios que cometera e alegando inocência de todas as acusações que lhe foram imputadas. Segundo o senador, ele foi vítima de um complô para derrubá-lo.

O grande erro de Renan neste episódio talvez foi ter utilizado a estratégia do confronto. Além de refutar todas as acusações, ele atacou os adversários e a imprensa. Neste caso estamos diante de um escândalo de poder, onde um indivíduo se aproveita do poder político que possui para obter benefícios pessoais. Aqui a situação foi agravada pela negação do delito inicial e depois ter sido verificado indícios de que os rendimentos alegados como justificativa pelo senador não serem tidos como verossímeis.

Mesmo sendo um escândalo político de poder, o caso Renan apresentou elementos característicos de outros tipos de escândalo. As falsificações de notas fiscais e de rendimentos constituem infração contra o sistema financeiro. Outra transgressão foi a sexual, pois manteve um caso amoroso com a jornalista Mônica Veloso, que resultou numa filha. Todavia, o fato de maior importância na deflagração do escândalo foi o uso do poder político do cargo de presidente do Senado para conseguir vantagens pessoais.

No início de 2009, o Senado brasileiro viveu uma crise sem precedentes na história. Várias reportagens denunciavam as irregularidades que os parlamentares faziam com o dinheiro público. Problemas com pagamentos de horas extras indevidas a senadores e funcionários, uso de verba indenizatória para despesas particulares, excesso de diretorias na Casa, a farra das

passagens aéreas, em que senadores utilizavam a sua cota de bilhetes para financiar pacotes turísticos para parentes e amigos, e os atos secretos, eram relatados com frequência nos noticiários jornalísticos de política.

Após quatro meses de um bombardeio de denúncias contra a má utilização dos recursos públicos no Senado, o senador José Sarney, do PMDB do Amapá, então presidente da Casa, entrou na mira das reportagens por nepotismo e favorecimento de aliados e empresas através de atos secretos.

A onda de matérias sobre as irregularidades da gestão de José Sarney na presidência do Senado durou até setembro. Mas ao contrário de Renan Calheiros que adotou uma linha de enfrentamento contra seus adversários políticos, Sarney soube usar o seu capital político e conseguiu contornar a situação e se manter no cargo.

Quando foi acusado de usar atos secretos para nomear parentes para cargos do Senado, Sarney afirmou desconhecer tal prática. No entanto, recuou e assumiu ter arranjado emprego para o namorado da neta. Após este incidente, os senadores se reuniram e instauraram uma comissão de sindicância para investigar os atos secretos. Só em junho foram identificados 511 atos secretos. A maior parte deles se referia a nomeações e exonerações.

Em julho, *O Estado de São Paulo*<sup>16</sup> publicou uma matéria que apontava irregularidades no uso da verba recebida pela Fundação José Sarney para apoio a um projeto cultural. De acordo com o jornal, ao menos 500 mil da verba repassada pela Petrobras para patrocinar eventos culturais teriam ido parar em contas de empresas fantasmas e empresas da família do Senador.

A reportagem também mostrou que a justificativa de um saque de R\$ 145 mil foi feita com recibos da própria fundação. Outros R\$ 30 mil teriam sido depositados para emissoras de rádio e TV da família Sarney para veicular comerciais sobre o projeto que nunca teria sido colocado em prática.

---

<sup>16</sup> Para entender melhor o caso ler matéria publicada em *O Estado de São Paulo* dia 9/7/2009.

Na época das denúncias, Sarney disse, por meio de uma nota à imprensa, que não tinha nenhuma responsabilidade administrativa sobre a Fundação José Sarney. Contudo uma matéria publicada posteriormente pelo mesmo jornal encontrou o estatuto da fundação que determinava a José Sarney presidir reuniões do conselho curador, orientar atividades e representá-los em juízo.

As negações do senador apenas serviram para aumentar a pressão pelo seu afastamento da presidência da Casa. O Conselho de Ética recebeu 11 denúncias contra Sarney, que acabaram todas engavetadas. Uma delas o acusava de ter mentido e quebrado o decoro parlamentar ao dizer, em plenário, que não tinha responsabilidade sobre a fundação.

No caso Sarney, temos um exemplo de um escândalo político e um pouco de financeiro. As acusações contra ele foram de abuso de poder político, já que se utilizou do cargo que possuía para promover ações que beneficiava seus aliados e a si próprio, e de delitos econômico-financeiros, já que a sua Fundação não justificou onde tinha sido aplicado o dinheiro recebido de estatais para o patrocínio à produção cultural. As denúncias culminaram com a abertura de processos no Conselho de Ética por quebra de decoro, mas foram arquivadas pelos parlamentares.

Apesar de não ter perdido o cargo na presidência do Senado, Sarney teve sérios prejuízos à sua reputação. Por ter mentido sobre a denúncia inicial, o senador cometeu uma transgressão de segunda ordem e teve que trabalhar muito nos bastidores para não ser destituído da presidência.

### **3. Notícias de TV e política**

O noticiário de televisão tem ocupado um lugar central no campo dos estudos que se dedica à relação entre comunicação de massa, política e democracia na sociedade contemporânea. Uma linha de pesquisa desta área que vem recebendo bastante atenção, principalmente no ambiente acadêmico inglês, é

a destinada à prospecção e avaliação das conseqüências de certas características peculiares do noticiário de TV na cobertura e transmissão da política, com foco especial em eleições presidenciais.

Geralmente, a literatura formada nos últimos 35 anos sobre esta temática tem como assunção que as redes de televisão e os noticiários de TV hoje exercem um forte papel na vida pública das sociedades ocidentais. Gomes (2008) apontou, em linhas gerais, o que este campo estuda.

(a) as características expressivas analíticas narrativas, relacionadas à seleção de temas e hábitos institucionais, (b) os seus efeitos sobre a representação pública da política. Daí retirar pressupostos para (c) um juízo sobre o impacto que o estilo *TV news* (Hallin, 1986) exerce no que diz respeito às características contemporâneas da política ou, de forma mais geral, (d) sobre a conseqüência de tudo isso para a democracia (GOMES, 2008:2).

O tom dominante da literatura internacional sobre noticiário de TV e política é em geral consideravelmente negativo. Muitas agendas da pesquisa se detêm em avaliações sobre o prejuízo que a cobertura da política do noticiário televisivo provocaria sobre o campo da política e sobre a vida pública. A tese do mal-estar midiático, como explica Gomes, “rapidamente deixou de ser hipótese para se converter, desde os anos 1980, num corpus de literatura vasto e de extensa divulgação, ainda que menos consistente do que possa parecer” (GOMES, 2008: 2).

Embora a noção de que o noticiário televisivo se converteu em um risco à legitimidade do campo político e à qualidade da vida como diz a tese do mal estar midiático, não podemos deixar de levar em conta as características do noticiário de TV e o modo como este influencia a relação entre os atores políticos e a esfera pública. Gomes considera “corretas as características do noticiário televisivo que têm um maior impacto no modo como a política se mostra e é representada para os indivíduos” (GOMES, 2008: 2).

Duas das características mais lembradas por este endereço de pesquisa concernem às conseqüências do encurtamento da fala direta da política e da

importância conferida aos elementos propriamente audiovisuais para a cobertura da política.

a) a diminuição da fala dos agentes políticos teria induzido o campo político a se tornar basicamente, no que se refere à sua relação com a comunicação política, num provedor de declarações rápidas e lapidares para o uso e consumo dos jornalistas de TV. Este artifício criaria a não menos artificial política à base de frases de efeito (a *sound bite politics*); b) características dramáticas e visuais do meio TV, ao se transferirem também para o estilo do noticiário do TV, forçariam uma cobertura da política com base em parâmetros visuais e emocionais ou dramáticos. Isto induziria o campo político a se especializar no artifício de prover materiais chamativos e atraentes para as câmeras da TV (“visuals”) ou materiais espetaculares simulados para o consumo televisivo (*media events*), drenando para artificialidade, por consequência, energias que deveria se dedicar à apresentação, sustentação e discussão de questões substantivas da política (GOMES, 2008: 2).

Ao analisar a audiosfera política, Gomes identificou na literatura especializada sobre noticiário de TV e política quatro características predominantes do estilo TV news de cobertura política:

a) a diminuição constante do tempo reservado à fala direta (ou sonoras) dos políticos no interior das matérias. Na literatura internacional este fato vem sendo designado como “encurtamento dos *sound bites*” (HALLIN 1994; ADATTO 1990; STEELE E BARNHURST 1996; RUSSOMANNO E EVERETT 1995; SMITH 1989); b) o crescimento da importância dos elementos visuais, tanto no que diz respeito à importância do material visual na seleção e na edição da matéria de política (MCGINNIS 1969; POSTMAN 1992; SILCOK 2007), quanto no que tange ao ritmo da edição e montagem dos *image bites* (BARNHURST E STEELE 1997) ; c) o crescimento da importância daquilo que podemos chamar de “mediação jornalística” na matéria de política, ou seja, o crescimento da importância e da dimensão temporal do áudio e da imagem do âncora e/ou do repórter na matéria, bem como o crescimento da importância da narrativa e da intervenção analítica e explicativa do jornalista para ordenar e sistematizar os dados recolhidos no campo (FARNSWORTH E LICHTER 2000 E 2003); d) a crescente dependência de fontes (no duplo sentido do termo, ou seja, enquanto fornecedor de informações enquanto assunto e sujeito de que se fala) do governo como insumo fundamental das matérias de política, o que conferiria ao noticiário de TV um caráter muito mais “oficialista” e mais pobre em alternativas de perspectivas do que o jornalismo impresso (SIGAL 1973; COOK 1998; SCHUDSON 2003, GOMES 2008: 2)

A única novidade mais recente nesta linha de pesquisa consistiu em somar às preocupações com os *soundbites* uma série de indagações e mensurações concernentes às imagens (tipos, escala e duração de planos,

fundamentalmente), denominado, por analogia, de image bites (BARNHURST E STEELE 1997; BUCY E GRABE 2007).

As características predominantes neste subcampo se mantêm, desde a sua origem nas pesquisas de Hallin e Adatto, em tomar como referência a cobertura de eleições presidenciais americanas, em perspectiva longitudinal, desde 1968. Apenas recentemente, alguns poucos estudiosos realizaram comparações e mediram sound e image bites em eleições de outros países (GOMES, 2008; ESSER, 2008). Outra característica marcante desta área de estudo é a realização de medições de sonoras e de planos atribuídos a agentes políticos e os contrastar com a duração de sonoras e dos planos de agentes do campo jornalístico; ou, alternativamente, medindo e contrastando a cobertura da política centrada nos eventos e aquela centrada na narração jornalística (BARNHURST E MUTZ 1992; FARNSWORTH E LICHTER 2000).

Esta pesquisa vai investigar a cobertura de dois escândalos federais do Jornal Nacional, noticiário televisivo de maior audiência do Brasil, a fim de averiguar se a tendência de diminuição da fala política nos telejornais apontada por Hallin é comprovada neste tipo especial de situação da agenda política. Analisaremos a distribuição das sonoras, menções e declarações narradas entre os atores do campo político envolvidos no escândalo e compararemos com dois estudos longitudinais em que o escândalo não estava na agenda política do mesmo telejornal desenvolvidos sob a orientação do professor Wilson Gomes. Nossa hipótese é que quando escândalos entram na pauta da cobertura política cotidiana, há alterações na distribuição das quotas de visibilidade pública televisiva.

### **3.1. A gramática dos noticiários de TV e a política**

Os estudos sobre efeitos e dimensões do noticiário televisivo começaram no início da década de 1990. Daniel Hallin (1990), no artigo *Soundbite news*, analisou a cobertura jornalística das campanhas presidenciais norte-

americanas entre 1968 e 1988 sob o ponto de vista da duração média dos soundbites. A amostra foi composta por 20 edições de telejornais noturnos do início da noite das três principais redes americanas de cada eleição presidencial entre 1972 e 1984 e de 25 edições dos dois anos extremos da amostra, 1968 e 1988.

A investigação de Hallin faz duas constatações importantes. A primeira é referente ao encurtamento da sonora política. Ele descobriu que a sonora política média que durava 43,1 segundos em 1968, caiu para 18,2 segundos em 1976, para 9,9 em 1984 e para 8,9 em 1988. Por achar que o problema poderia estar apenas com a sonora política, ele comparou sete edições completas da amostra (incluindo, portanto, as matérias que não eram de política) e encontrou praticamente os mesmos índices para sonoras não-políticas. Viu-se, então, que a mudança era uma questão da estrutura do jornalismo moderno, já quem termos de duração média a matéria política televisiva não havia tido uma diminuição muito elevada (178 segundos em 1968 e de 147 segundos em 1988). (HALLIN, 1990; GOMES, 2008)

A segunda constatação diz respeito ao aumento da mediação do jornalista na estrutura narrativa noticiosa. Agora, o repórter ou âncora é o grande articulador de sentido da notícia apresentada. No final da década de 60, o papel do jornalista no relato da informação era mais muito passivo que no final dos anos 1980. “O período inicial da amostra era dominado mais pelas palavras dos candidatos e dos que tinham mandatos e cargos do que pela dos jornalistas” (HALLIN, 1994: 137). Esse fato é justificado pela afirmação das rotinas produtivas do jornalismo, de forma geral, e do telejornalismo, mais especificamente (GOMES; 2008).

Hallin aponta três causas para essas mudanças:

- a) A evolução tecnológica e a construção de uma estética específica para a narração televisiva. Gerar e editar imagens se tornou mais fácil, e os jornalistas hoje dominam muito mais o padrão específico de produção e apreciação dos produtos da TV do que no final dos anos 1960.
- b) O desgaste da credibilidade do meio político americano após a Guerra do Vietnã e o caso Watergate (no final dos anos 1960 e no início dos anos 1970), que exigiu notícias mais ativas e com um maior

poder de síntese e interpretação do jornalismo. Com isso, aumentou a intervenção dos jornalistas na seleção e composição, a partir do material colhido pelos repórteres, do material que vai ao ar no início da noite; mas aumenta, igualmente, o tom negativo da cobertura política. Hallin descobre que as narrativas negativas sobre a política eram 6% do total em 1968 e já são 25,8% em 1988. c) As mudanças na indústria da informação e a concorrência das Tvs locais, que se tornaram um filão lucrativa do mercado para as grandes redes. Foram as TVs locais que começaram a encurtar as sonoras, forçando a redes a segui-las se quisessem se manter no negócio (HALLIN, 1994: 144).

O estudo de Hallin ainda mostra uma conexão grande entre o estilo de cobertura de campanhas que os americanos denominam de “corrida de cavalos”, isto é, “uma cobertura centrada na identificação e no julgamento sobre táticas e estratégias políticas, em quem perde ou ganha com tal fato, e o encurtamento das sonoras políticas” (HALLIN, 1994, 145). Contrastando as notícias com abordagem “corrida de cavalos” (*horse-race*) e as notícias “orientadas por questões substantivas” (*policy issue themes*) (HALLIN, 1994; GOMES, 2008).

Na verdade, Hallin nota uma coincidência temporal entre a predominância do primeiro enfoque e o encurtamento das sonoras. Além do mais, nas notícias da sua amostra, “quanto mais ênfase *horse-race* havia, menores eram as sonoras” (HALLIN, 1994: 148). A explicação para tal resultado estaria na adequação dos sound bites curtos e enfoque no hiperantagonismo à estrutura narrativa dramática da televisão moderna (GOMES, 2008).

Apesar de Hallin buscar valorizar as mudanças do padrão jornalístico do noticiário de televisão, reconhecendo que em muitos pontos o noticiário televisivo é um melhor produto jornalístico nos anos 1990 do que no passado mais próximo, ainda assim o encurtamento das sonoras lhe parecer assustador. Ele considera a sonora de 40 segundos mais propícia a algum entendimento da fala do ator político por parte do telespectador, que a de 10 segundos.

É mais interessante, é mais sério em muitos aspectos, porque é mais crítico, mais interpretativo e usa mais recursos de pesquisa. Contudo, antes de tudo e da forma mais simples, é perturbador que o público



nunca tenha a chance de ouvir um candidato – ou qualquer outra pessoa – falar por mais de 20 segundos. (HALLIN, 1994: 146).

O aumento de espaço para os especialistas “*spin doctors*”, que são analistas políticos independentes (ou até mesmo acadêmicos) que proporcionariam avaliações sobre a campanha de forma isenta é outra novidade aferida por Hallin. A aparição deles se intensificou nos anos 1980. Em contrapartida, a presença da fala dos eleitores se resumiria essencialmente para ilustrar alguns resultados, e nunca contribuiria com ideias e argumentos para a cobertura da campanha (GOMES, 2008).

Quase 20 anos depois, Bucy e Grabe (2007) fizeram uma atualização do trabalho de Hallin, enfocando a questão do encurtamento das sonoras políticas, mas colocando em debate o papel das image bites na cobertura jornalística das campanhas políticas. Para tal, os autores comparam a predominância de sound e image bites na cobertura das redes de notícias televisivas americanas durante as eleições presidenciais americanas de 1994-2004.

A amostra analisada foi de 176 edições dos telejornais do início da noite das três principais cadeias televisivas dos Estados Unidos (ABC, CBS, NBC). A grande preocupação da pesquisa foi acrescentar às discussões sobre as sonoras um conjunto de medições relativo ao material visual (escala e duração dos planos) chamado de image bites .

Em seu artigo *Dimensions of Political News Cultures: Sound Bite and Image Bite News in France, Germany, Great Britain, and the United States*, Frank Esser quis demonstrar como uma análise de image e sound bites entre países pode servir como significativo exemplo para caracterizar diferentes culturas de notícias políticas. Para isso, fez uma análise de conteúdo de histórias referentes às eleições nas quatro últimas semanas antes do dia da votação nos noticiários noturnos das principais emissoras de TV dos EUA (ABC e NBC), da França (France 2, pública, e TF1), Alemanha (ARD Tagesthemmen, pública, e RTL Artuell) e Inglaterra (BBC1, pública, e ITV1) em dois períodos de tempo: entre 2000 e 2002 e, 2004 e 2007 (ESSER, 2008).

O estudo introduz um modelo teórico que explica o sound bites das notícias em diferentes sistemas de mídia e associa este fato à noção de cultura de mídia. Esser faz uma distinção entre cultura de notícias (*news culture*), sistema de mídia (*media systems*) e cultura jornalística (*journalistic culture*). O primeiro é centrado na característica do conteúdo da matéria. O segundo está focado nos arranjos institucionais e o último no perfil das atitudes jornalísticas. A pesquisa faz críticas às pesquisas norte-americanas sobre o encurtamento das sonoras. Ele argumenta que o encurtamento dos sound bites, embora significativo, não condiz com a história inteira. Isso é explicado por quatro fatores:

(1) A perspectiva americana de investigação distinta da que explica as sonoras como um elemento do news culture ocidental. (2) Eles aparecem geralmente reavaliados no papel puro de image bites sem voz para serem analisadas como entidades distintas. (3) Parece necessário identificar claramente os conceitos teóricos e os fatores explicativos além dos sound bites das notícias que estão em jogo nos sistemas de comunicação. (4) Ter em consideração a correspondência na análise que discerne três tipos de cultura de notícias: o fortemente intervencionista (EUA), o moderadamente intervencionista (anglo-alemão) e o não intervencionista (França). (ESSER, 2008: 402)

Sobre os resultados das pesquisas iniciais sobre sound bites em campanhas eleitorais, que afirmam que o encurtamento das sonoras é causado por um acréscimo na narrativa centrada no jornalista, Esser utiliza a ideia de Farnsworth e Lichter (2007) para afirmar que a diminuição do tempo das sonoras é resultado de um estilo de reportagem que enfatiza o papel do jornalismo em contextualizar, avaliar as mensagens políticas e que basicamente falam para o candidato.

Partindo da premissa dos três tipos de cultura de notícias, Esser se dedica a explicitar em que contextos cada uma delas se desenvolve. Para tanto se propõe a analisar a prática jornalista, que poderia aproximar ou distanciar tais conceitos.

A primeira definição abordada pelo autor é o de intervenção jornalística (BLUMLER, GUREVITCH 1995, 2001; SEMETKO ET AL. 1991), que ele diz

ser mais ou menos acentuada de acordo com a orientação do modelo de jornalismo adotado por tal organização.

A intervenção jornalística em campanhas eleitorais é alta quando jornalistas relatam a campanha com suas próprias palavras, cenários e avaliações – e quando eles dão limitadas oportunidades aos políticos de apresentar eles mesmos suas sonoridades e *image bites* na notícia. (ESSER, 2008: 403)<sup>17</sup>.

Em seguida, o artigo trata dos dois tipos de cultura jornalística que podem determinar a forma de cobertura dos meios. Ao passo que uma aproximação sacerdotal considera afirmações políticas, atividades jornalísticas como intrinsecamente importantes e algo que merece ser informado autenticamente e extensivamente, uma aproximação pragmática insiste que o material político deve lutar no caminho de programas de notícias nos quais o seu valor somente é pela notoriedade de histórias competitivas.

Em uma cultura de notícias pragmática, as afirmações de candidatos provavelmente serão usadas numa extensão menor e muitas vezes como matéria-prima na construção da própria história do repórter. Esser sugere ainda o modelo esperado de atitudes jornalísticas que favorecem altos níveis de intervenções em notícias de campanhas.

Com relação às dependentes variáveis, é esperado que no modelo com altos níveis de intervenção jornalística as sonoridades dos candidatos serão mais curtas que as dos jornalistas e contenham menos conteúdo político, que ataques de campanhas. (ESSER, 2008: 406)<sup>18</sup>.

A pesquisa analisa ainda o jornalismo conceituando a deontologia da cultura jornalística e a importância dos *sound bites* e *image bites* nessa prática. Hanitzsch (2007) define cultura como uma ideologia ocupacional compartilhada que expressa a si própria em três caminhos: ideias ( atitudes jornalísticas, visão de mundo e percepções de funções), práticas (reportando métodos e retinas de produção de notícias) e artefatos ( produtos midiáticos e história de notícias). Portanto, para Esser pesquisas sobre cultura jornalística normalmente são baseadas e focadas nas ideias e relevância dessas práticas, ao passo que as

---

<sup>17</sup> Tradução nossa.

<sup>18</sup> Tradução nossa.

investigações sobre cultura de notícias têm sua agenda baseada e concentrada nas manifestações dessas idéias e práticas nos artefatos.

Neste caso, *sound e image bites* são considerados uma característica da cultura de notícias da televisão e têm o propósito de identificar o padrão sistemático que guia o seu uso e pode ser visto como expressões simbólicas da compreensão da cultura jornalística (ESSER, 2008).

Este estudo vai analisar a visibilidade pública de atores políticos no Jornal Nacional em um momento de escândalo. Utilizo o conceito de Gomes de ator político: “qualquer indivíduo que goze do reconhecimento socialmente dado, de que cumpre um papel na política” (GOMES, 2008, p.9). A maior parte deles é de políticos profissionais, tanto os com mandatos populares e de cargos ocupantes de funções públicas (os “officials”) quanto os políticos sem mandato dos partidos e de outras agências políticas (GOMES, 2008).

Neste conjunto como sugere Gomes também podem ser acomodados os cidadãos que não são políticos profissionais nem exercem uma função pública, entretanto representam forças ou interesses políticos da sociedade ou de grupos particulares, desde que sejam conhecidos como tal, a exemplo de representantes de ONGs e instituições que atuam em defesa da sociedade civil.

Dentro deste horizonte trataremos uma série de indagações que dizem respeito ao espaço dos representantes políticos na esfera de visibilidade pública do Jornal Nacional, controlada por agentes que não são do campo político, em um momento específico da agenda política. Seguindo a metodologia de Gomes (2008), vamos averiguar a representação do atores políticos na audiosfera do Jornal Nacional em dois períodos de tempo distintos: os anos de 2007 e 2009. Em cada período temos a mensuração da visibilidade pública dos atores políticos em duas agendas políticas distintas: uma sem escândalo e outra com escândalo político.

O objetivo em analisar os dois tipos de agenda é verificar se o encurtamento das sonoras, apontado por Hallin (1994) ao analisar a cobertura das eleições

presidenciais americanas é uma tendência do noticiário de televisão para todos os eventos ou se ainda pode haver variações para cima no total de sound bites em situações específicas da agenda política.

Naturalmente, a exibição gerada por um escândalo político, mesmo podendo incrementar as quotas de visibilidade de alguns atores políticos, quase nunca é desejada por eles. Está associada, de forma geral, a uma exposição negativa na esfera de visibilidade midiática. Embora isso não signifique que tal exibição seja necessariamente ruim. Relatores, presidentes de comissões e políticos que estejam do lado considerado correto do escândalo, frequentemente conseguem uma visibilidade pública positiva.

## CAPÍTULO II

### 1. A audiosfera política

Audiosfera é a dimensão da esfera de visibilidade pública onde se apresenta à atenção pública a fala do ator político. A esfera de visibilidade pública não vive apenas de política. Vimos que ela ocupa uma dimensão relativamente pequena do Jornal Nacional (a média de tempo de matéria política é de 4min42s). Gomes (2008) dividiu o material informativo do Jornal Nacional em três tipos: de conteúdo de interesse geral, conteúdo de interesse social e conteúdo de interesse político. A partir desta constatação, ele classifica as matérias<sup>19</sup> em três variedades.

As matérias políticas, como o próprio nome já deixa claro, são aquelas sobre os assuntos políticos. Elas tratam da cobertura cotidiana dos atos dos responsáveis pelas coisas públicas que concernem aos cidadãos: o governo executivo, legislativo e judiciário. O escândalo político pertence a esta categoria de material informativo, pois se trata de um desvio de conduta por parte do ator político no exercício do poder.

As matérias de interesse social são aquelas que lidam com temas de interesse da sociedade e reivindicam uma participação da política (administração pública ou a fiscalização legislativa). Por fim, as matérias de interesse geral tratam de assuntos que são objeto da curiosidade coletiva, os quais os atores do campo político são convidados a agir ou falar. Neste tipo, os representantes do campo político geralmente têm alguns planos exibidos ou, no máximo, uma sonora (GOMES, 2008).

---

<sup>19</sup> Aqui utilizo a noção da expressão matéria da mesma forma que Gomes (2008) como a forma mais genérica para designar a peça discursiva jornalística, incluindo-se aí aquilo que o jargão do telejornalismo designa como notas (simples e cobertas), lapadas, boletins ou *flashes* e reportagens. Outros “componentes” do telejornalismo, como as escaladas e notas pé, não são propriamente peças discursivas, mas recursos que em geral integram reportagens, abrindo-as ou fechando-as, de modo a formar com elas uma unidade.

No Jornal Nacional as matérias políticas juntos com as esportivas são as mais setorializadas. Nesta dinâmica, elas atendem a uma demanda informacional específica e setorial. Justamente por isso as notícias políticas costumam ficar nos blocos intermediários do jornal, a exceção de temas da agenda política que despertem um maior interesse geral ou curiosidade. Os escândalos políticos são um destes assuntos. Em momentos chaves de um escândalo midiático, ele recebe um tratamento de destaque nas escaladas e chamadas nas passagens de bloco, sendo noticiado até no primeiro bloco.

## **2. Metodologia da pesquisa**

Para comprovar se a hipótese de Hallin sobre o encurtamento dos soundbites no noticiário televisivo se aplica a outros eventos da agenda política que não seja campanhas eleitorais, em especial o escândalo político, analisamos a audiosfera política de dois períodos longitudinais distintos, no entanto com duas agendas políticas similares.

A nossa amostra corresponde a 298 edições do Jornal Nacional distribuídas entre o período sem escândalos e o período com escândalos da agenda política brasileira nos anos de 2007 e 2009. No primeiro período, são 55 edições sem situações escandalosas na pauta de cobertura cotidiana da política, situadas entre 18 de outubro e 20 de dezembro, e 83 edições com matérias sobre o escândalo Renan Calheiros, veiculadas entre 26 de maio e 17 de outubro. Já em 2009, são cem edições no período sem escândalo, entre 24 de agosto e 12 de dezembro, e 60 edições com matérias sobre o escândalo envolvendo o senador José Sarney, entre os meses de junho e agosto. O acompanhamento longitudinal da audiosfera política brasileira integra uma pesquisa desenvolvida pelo professor Wilson Gomes no seu núcleo de estudo sobre comunicação, visibilidade pública e política.

Na amostra, aplicamos um procedimento de decupagem similar ao adotado por Gomes (2008) tentando identificar duas características das matérias: a) quem

tem voz no telejornal? b) como esta distribuída as sonoras? Nesta pesquisa, assim como na desenvolvida por Gomes, não faremos análise de conteúdo das falas dos atores políticos, o foco de nossa atenção é sobre o quem é ouvido e como está configurada a audiosfera do Jornal Nacional.

Nossa medição utilizou a escala de segundos porque se tentássemos a escala de décimos, centésimos ou milésimos teríamos um dispêndio de energia grande e a diferença nos resultados não seria tão relevante que compensasse tamanho esforço. Nos casos em que os segundos foram fracionados, tomamos o cuidado de aproximar de forma exata para mais ou para menos.

Sobre a composição da audiosfera política nacional, utilizamos o método empregado por Gomes (2008) que identificou três modos de fala do ator político. O primeiro é falando diretamente, com imagens e locuções próprias, através das sonoras. Esta é a forma mais comumente associada à audiosfera política do noticiário televisivo. O segundo é o das declarações narradas dos atores políticos reproduzidas pelo discurso jornalístico. Gomes considera que este tipo de material cumpre função narrativa semelhante à das sonoras, mas com algumas vantagens.

Na verdade, sabemos disso, grande parte da notícia de política ou da notícia que inclui implicações políticas tem, como sua matéria prima, declarações obtidas em entrevistas - gravadas (de onde se extraem, dentre outras coisas, as sonoras) ou registradas por outros meios mas não gravadas (o famigerado *off the records*). Uma parte pequena desse material, trabalhada pela edição para que cumpra funções básicas de apoio à narrativa do jornalista, transforma-se nas sonoras. O resto constitui a base de informação das narrativas. Quando da conveniência da narrativa, contudo, parte dessa sobra é apresentada como falas ou textos atribuídos a atores políticos. Desse modo, elas podem cumprir função narrativa semelhantes à das sonoras (ilustrando pontos de vista, fornecendo frases de efeito para as cores dramáticas, construindo os personagens do enredo...), mas com vantagens relacionadas à economia de tempo (as declarações narradas são mais rápidas, mais concisas e melhor encaixadas nas narrativas que as sonoras) e à não necessidade de imagem do político (GOMES, 2008:13).

O terceiro modo é o das menções nominais. Enquanto os dois primeiros são formas de inserir o discurso político dentro da narrativa jornalística, este caso difere um pouco disso. Ele acontece quando os atores políticos são mencionados na fala de jornalistas ou na fala de outros representantes



políticos. Ainda que não represente ou componha a fala política, as menções desempenham um importante papel na audiosfera política, especialmente quando vêm acompanhadas da imagem em planos próximos, ajudando o mencionado a ser lembrado na esfera de visibilidade pública midiática. As menções aos representantes políticos podem ser de três classes: “a corpos ou atores coletivos (o governo, a oposição, o senado); menções a atores singulares (o presidente da república, o líder do governo); e menções a atores por nome próprio” (GOMES, 2008: 14). Em nosso trabalho analisaremos as duas últimas formas de menção.

### **3. Dimensões da audiosfera política brasileira**

Da amostra de 298 edições do Jornal Nacional analisadas foram 15.113 segundos de sonoras de atores políticos. No período referente às 55 edições sem escândalos de 2007, que chamaremos de período A por questões de economia de espaço, os atores políticos tiveram 257 sonoras, com duração total de 3.377 segundos. A duração média da fala política neste período foi de 13,14 segundos.

No mesmo ano, nas 83 edições do escândalo Renan Calheiros, que denominaremos período de escândalo A, foram 288 sonoras, totalizando 3.667 segundos de voz política no Jornal Nacional, com duração média de 12,8 segundos. Neste escândalo a hipótese de encurtamento das sonoras desenvolvida por Hallin (1994) é comprovada. No entanto, a duração média das sonoras de Renan Calheiro foi maior que a média de tempo do período sem escândalo: 14,1 contra 13,1 segundos.

Houve também uma mudança no desenho da repartição da audiosfera política do Jornal Nacional. As tabelas 1 e 2 mostram a divisão das matérias no Período A sem escândalo e no Período A com escândalos políticos referentes ao ano de 2007.

Na tabela 1, temos a distribuição, em porcentagem, do total de sonoras, declarações narradas e menções dos atores políticos no período de 55 edições em que a agenda política do Jornal Nacional não teve matérias sobre escândalos. As categorias de atores políticos analisadas foram presidente da república e vice, senadores, ministros, deputados federais, governadores e outros (composta por ocupantes de cargos da justiça e segundo escalão do governo, prefeitos, vereadores, políticos sem mandatos, representantes da sociedade civil organizada e afins).

Tabela 1. Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos no período sem escândalo A (2007).

PERSONA/INSTITUIÇÃO	% Sonoras	% Declarações	% Menções
Presidente e Vice	24,5%	44,0%	35,7%
Senadores	34,1%	13,7%	29,3%
Ministros	17,6%	28,5%	16,8%
Deputados Federais	11,1%	5,8%	4,2%
Governadores	3,5%	3%	4,1%
Outros	9,3%	5%	9,9%

No que concerne aos *sound bites* notamos que 88,2% da esfera de visibilidade política do Jornal Nacional é ocupada pelo presidente, os representantes do Parlamento (senadores e deputados) e ministros de Estado. Este resultado confirma a pesquisa realizada por Gomes (2008) que apontava que Executivo e Senado ficavam com quase toda a visibilidade pública disponível.

Aqui, como bem fez o autor em seu artigo, vale ressaltar que há desproporções com relação ao número de integrantes em cada categoria. Enquanto na presidência a exposição é destinada a duas pessoas, presidente e vice (este com uma cota de visibilidade mínima), no senado são 81 parlamentares disputam seus 15 segundos de sonora. E boa parte deles nem isso consegue, como veremos mais adiante. Quando analisamos as

declarações narradas e as menções, a dominância presidencial prossegue e supera a porcentagem das sonoras (44% e 35,7% respectivamente).

Tabela 2: Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos no escândalo Renan Calheiros

PERSONA/INSTITUIÇÃO	% Sonoras	% Declarações	% Menções
Presidente e Vice	6,1%	14,5%	16,4%
Senadores	84,1%	72,6%	75,6%
Ministros	1,25%	5,5%	3,7%
Deputados Federais	3,5%	3,4%	2,4%
Outros	5,05%	4 %	1,9%

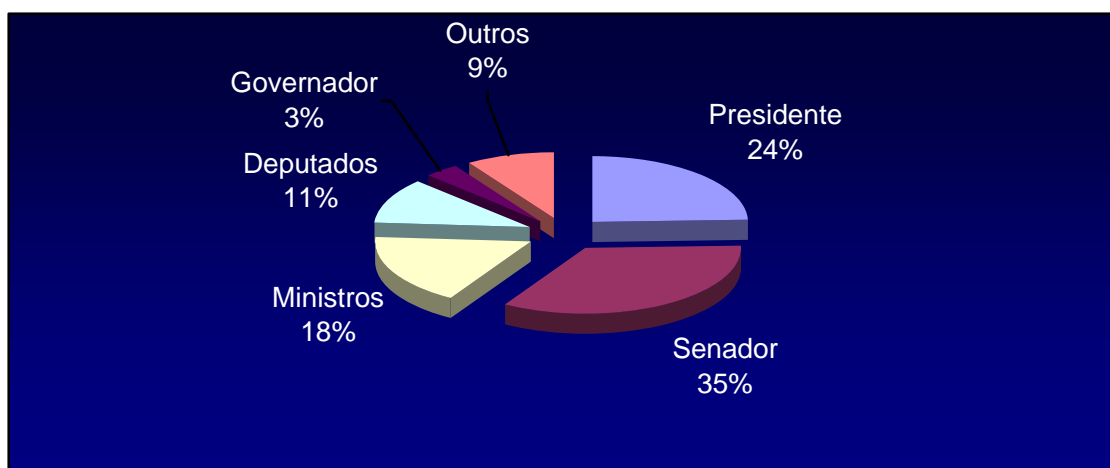
Na tabela 2, temos a distribuição da visibilidade na audiosfera política no escândalo Renan Calheiros. Obviamente, por tratar-se de um escândalo envolvendo um senador a porcentagem de voz dele nos três modos de fala do ator político na audiosfera é bem alta. Todas as outras categorias políticas ficaram bem abaixo do padrão do período sem escândalo. Mesmo assim, o presidente da república ainda conseguiu alcançar dois dígitos nas declarações narradas e menções. É importante ressaltar que os dados referentes ao período do escândalo são apenas de matérias que tratavam do caso Renan Calheiros.

O período de escândalo apresentou uma mudança no desenho da repartição da audiosfera política do Jornal Nacional. Nas amostras das edições em que a agenda política nacional estava normal, vimos uma divisão mais equilibrada das sonoras, declarações e menções entre as categorias dos atores políticos na audiosfera política.

Já no momento do escândalo Renan, os representantes do campo político ganharam os holofotes do Jornal Nacional de forma avassaladora. Nas 83 edições onde o caso Renan esteve em evidência, o senador alagoano teve 60 sonoras, totalizando 850 segundos de fala, ocupando o topo do ranking de sonoras da amostra com o quádruplo de tempo do segundo colocado.

Alcançando a média de uma sonora de Renan a cada um dia e meio no telejornal global. O presidente da República ocupou o terceiro lugar no ranking de sound bites durante o período do escândalo Renan. No entanto, em casos de escândalos falar muito na audiosfera pode nem sempre ser um bom sinal. Geralmente nestas situações os que mais falam são os atores políticos que estão no centro das acusações ou exercem uma função de análise do delito cometido por um companheiro. Ou seja, foi mais vantajoso para o presidente Lula não ficar na liderança porque o risco de exposição negativa seria grande.

Gráfico 1: distribuição das sonoras no período A sem escândalos (2007)

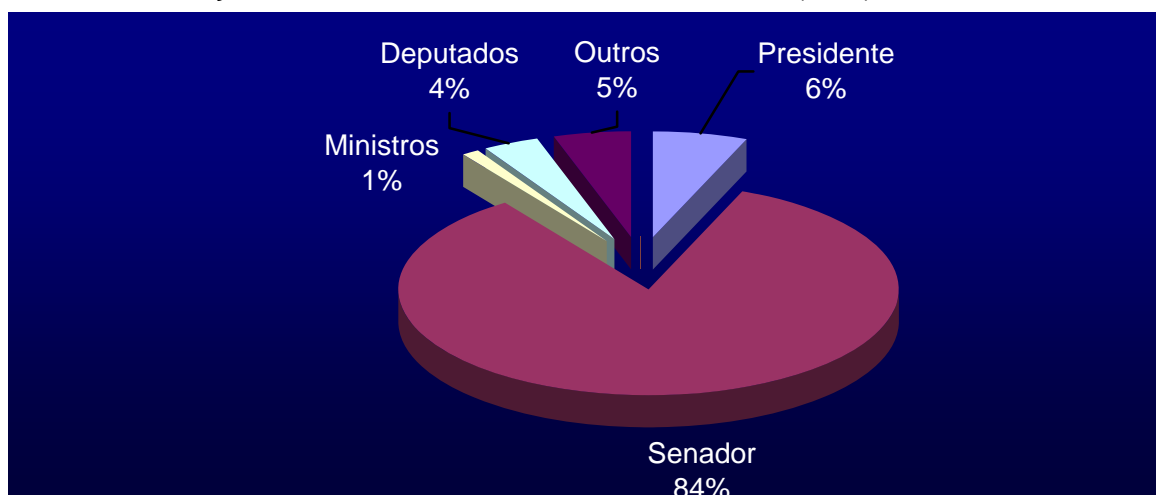


No gráfico 1, vemos a disposição (em valores aproximados) das sonoras no período de 55 edições sem escândalos de 2007. Os senadores possuem a maior parte das falas políticas do Jornal Nacional. O tema central da agenda política neste período foi a votação da prorrogação da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF) no Senado.

O ator político com maior cota de visibilidade foi o presidente Lula, com 24,5% do total de sonoras destinadas ao campo político no Jornal Nacional. Em números absolutos, ele teve 38 sonoras no período da amostra, totalizando 810 segundos de fala na esfera de visibilidade pública política. Já o vice-presidente foi escutado apenas duas vezes no mesmo período. Ademais de falar mais vezes, o presidente da República também o faz com uma duração média de tempo maior: 23,6 segundos contra 13,1 segundos da média geral de sonoras

políticas do telejornal. Ele também possui 44% do total de declarações narradas. Ou seja, de 1300 segundos de reprodução jornalística de falas políticas, Lula teve 572 segundos. Considerando que a audiosfera política brasileira desta amostra foi composta por 68% de sonoras e 32% de declarações, o presidente da República obteve 28% da esfera de visibilidade pública reservada aos atores políticos no período sem escândalos de 2007.

Gráfico 2: distribuição das sonoras no escândalo Renan Calheiros (2007)



No gráfico 2, vemos o arranjo das sonoras durante o período do escândalo Renan. Neste caso há uma nítida diferença em relação ao gráfico 1 do período sem ocorrência de escândalo na agenda política cotidiana. Os senadores ocupam uma fatia bem maior do total de sonoras porque o centro do escândalo é o senado, em especial o então presidente da Casa Renan Calheiros. Ele ficou com 23% de todas as sonoras dos senadores. Mais que a soma de todas as outras categorias de políticos do período. Este dado apenas é comparável com os índices de visibilidade na esfera pública do Jornal Nacional do presidente da República. Claro que aqui a visibilidade gerada não é desejada para os atores políticos, mas tal quota não pode ser menosprezada.

No entanto, o presidente manteve a liderança do ranking no que diz respeito à duração média das sonoras: 21,4 segundos contra 14,1 de Renan e 13,1 do período de normalidade. Os deputados ainda tiveram uma quota mínima de visibilidade devido ao fato de terem sido barrados da sessão que decidiu se o

voto para cassação do mandato do senador Renan Calheiros seria aberto ou fechado.

Em 2009, nas 100 edições sem situações escandalosas, que nomearemos de período sem escândalo B, a janela de abertura para a fala política foi de 339 *sound bites*, com duração de 4.998 segundos. Neste período, as sonoras dos atores políticos tiveram um tempo maior de duração média em relação ao período sem escândalo A: 14,7 segundos. Já o escândalo José Sarney ocupou o centro da visibilidade pública política do Jornal Nacional em 60 edições e teve 218 sonoras, com duração total de 3.061 segundos, com duração média das sonoras de 14,1 segundos. Apenas cinco edições do escândalo Sarney coincidiram com as 100 edições do período de normalidade de 2009. E nelas, não houve sonoras de atores políticos envolvidos no escândalo.

A hipótese de Hallin sobre o encurtamento dos *sound bites* também se confirmou neste caso. Todavia, assim como no escândalo envolvendo Renan, houve um arranjo diferente da distribuição das sonoras entre as categorias políticas na audiosfera do telejornal global.

Tabela 3. Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos período B sem escândalos (2009).

PERSONA/INSTITUIÇÃO	% Sonoras	% Declarações	% Menções
Presidente e Vice	24,6%	24,7%	22,8%
Senadores	16,4%	7%	7,1%
Ministros	23,3%	35,8%	11%
Deputados Federais	12%	4,8%	7%
Governadores	8%	7%	20%
Outros	16,7%	20,7%	32,1%

Na tabela 3, vemos uma distribuição parecida com a da tabela 1 do período sem escândalo A de Renan. No que diz respeito às sonoras, 76,3% delas está com representantes do executivo nacional e parlamentares. O percentual dos ministros aumentou em quase 7% e o dos senadores diminuiu cerca de 11%. A

audiosfera política foi constituída de 66,7% de sonoras e 33,3% de declarações. Mesmo assim, a visibilidade do presidente da República continuou estável: 24,5%. Um número bastante expressivo e que o coloca como indivíduo com mais inserções de fala no noticiário político televisivo do Jornal Nacional. Houve também um aumento nas sonoras de governadores e outros, principalmente por causa das denúncias de corrupção em Brasília.

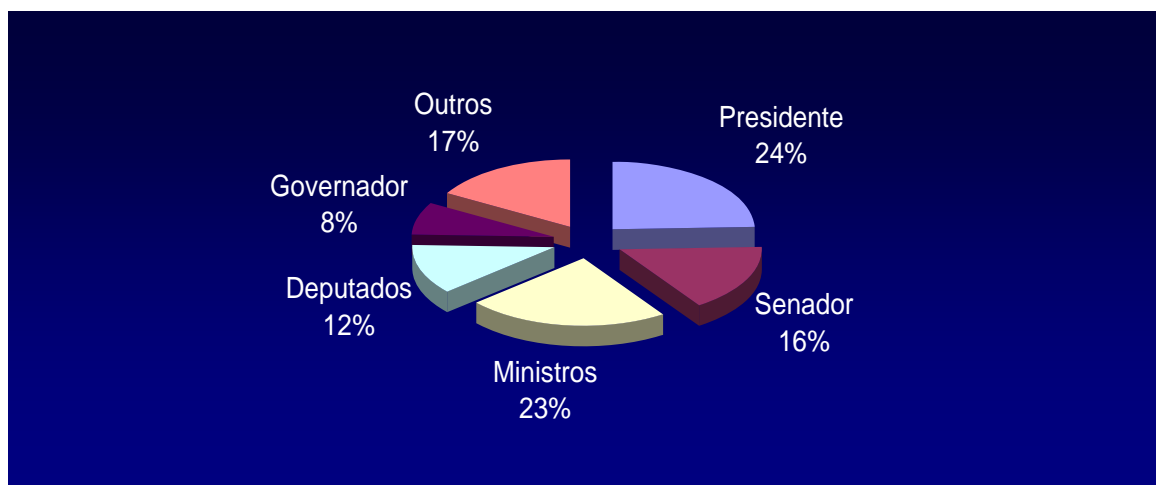
Tabela 4: Distribuição de sonoras, declarações e menções por categorias de atores políticos no escândalo José Sarney (2009)

PERSONA/INSTITUIÇÃO	% Sonoras	% Declarações	% Menções
Presidente e Vice	8%	17,2%	8,2%
Senadores	77%	74,6%	66,9%
Ministros	4,6%	5,9%	12%
Deputados Federais	4,9%	0,95%	4,9%
Outros	5,5%	1,35 %	8%

Na tabela 4, assim como no período do escândalo Renan Calheiros, temos um acréscimo no total de falas políticos dos senadores por se tratar de um escândalo no Senado. No período do escândalo envolvendo José Sarney, ele também liderou as estatísticas das sonoras com 23, totalizando 381 segundos de fala na esfera de visibilidade pública do Jornal Nacional. Isso quer dizer que a cada três dias Sarney era escutado na audiosfera política do telejornal.

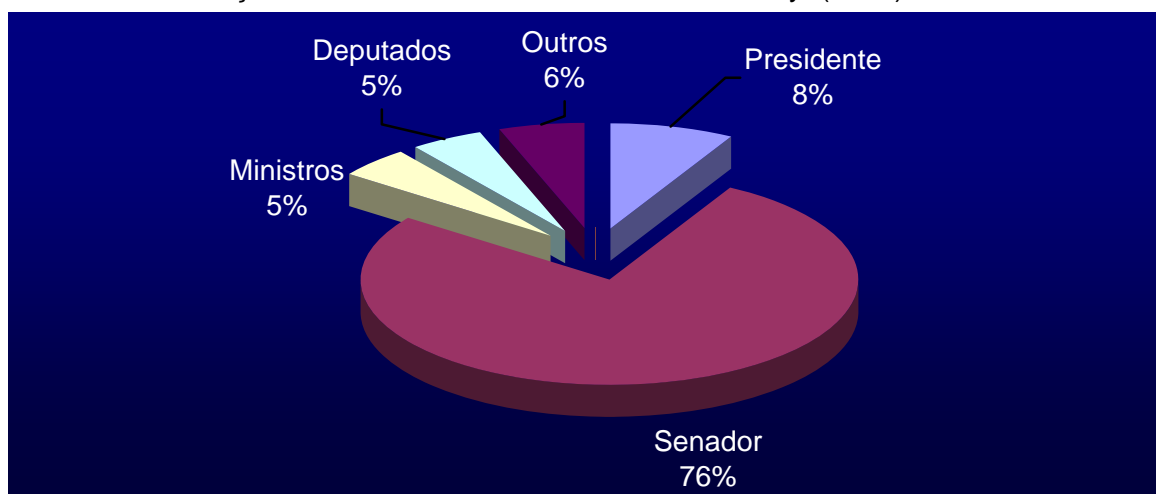
As sonoras de senador peemedebista tiveram uma duração média de 16,5 segundos, superior aos 14,7 segundos da amostra de 100 edições do período sem matérias sobre o escândalo do mesmo ano. Diferentemente do escândalo de Renan, neste caso o presidente da República apareceu mais e ocupou a segunda posição falando 11 vezes, com duração total de 243 segundos. Aqui como no escândalo de Renan Calheiros, o centro da visibilidade pública foi ocupado pelo ator que estava sendo acusado de cometer delitos.

Gráfico 3: distribuição das sonoras no período sem escândalos B (2009)



No gráfico 3, temos a repartição das sonoras no período das 100 edições sem situações escandalosas do ano de 2009. Aqui a porcentagem de visibilidade do presidente da república manteve-se estável em comparação com o período sem escândalos de 2007. Este foi um período de calma no Senado Federal. Não houve votações importantes e a Casa se recuperava de um período de elevada visibilidade por conta das várias denúncias de irregularidades contra a mesa diretora e senadores.

Gráfico 4: distribuição das sonoras no escândalo José Sarney (2009)



No gráfico 4, a disposição das sonoras políticas no período do escândalo José Sarney, em 2009, segue praticamente o mesmo padrão do gráfico do escândalo Renan. Destaca-se nestes dados o crescimento da categoria



ministros. Todas as sonoras deste tipo de ator político foram da então ministra da Casa Civil Dilma Rousseff e estavam relacionadas às denúncias feitas pela ex-secretária da Receita Federal, Lina Vieira, que teria tido um encontro reservado com Dilma no Palácio do Planalto onde ela havia lhe pedido para apressar as investigações sobre as empresas da família Sarney.

Este episódio esteve nos holofotes do noticiário político do Jornal Nacional em 16 edições. O período de maior intensidade do caso Dilma x Lina foi entre 10 e 29 de agosto. Foram 40 sonoras, com duração total de 575 segundos. Dilma foi o segundo ator político mais lembrado no período do escândalo Sarney. Só perdeu para o senador peemedebista que teve 289 menções. O presidente Lula ficou em terceiro com 45 menções. Como a acusação contra a ex-ministra não foi comprovada, o caso logo foi esquecido e saiu da cobertura cotidiana de política do telejornal.

Apesar de os escândalos terem ocorrido com atores políticos e em épocas diferentes, eles apresentaram um padrão similar da composição da audiosfera política. Este padrão difere dos apresentados nas edições do período de normalidade do mesmo ano. Portanto, os escândalos podem modificar o desenho da audiosfera política do Jornal Nacional, proporcionando um aumento nas taxas de visibilidade pública de certos representantes políticos envolvidos nele. Agora veremos como é feita a repartição dessa visibilidade em momentos de escândalo e comparar com os períodos sem escândalos do noticiário de TV político.

#### **4. Repartição da audiosfera política nacional**

A disputa por uma quota de visibilidade na audiosfera política do Jornal Nacional não é fácil. Deputados, ministros, senadores e outros políticos com e sem mandato duelam por qualquer possibilidade de ter sua voz inserida na esfera de visibilidade midiática. Como vimos nos gráficos acima, o único com uma fatia considerável de visibilidade assegurada só pelo mandato político é o

presidente da República. Evidentemente há certos postos que também garantem algum percentual de visibilidade (presidência do Senado ou da Câmara, liderança de governo, oposição, partidos, alguns ministérios), mas os atores políticos precisam participar de novas disputas ou eleições, desta vez entre os companheiros políticos, para conquistá-los.

Dos quatro períodos de amostra analisados, os dois sem escândalos na pauta da agenda política cotidiana apresentaram os seguintes números de atores políticos com fala na audiosfera: 83, em 2007, e 121, em 2009. Nos períodos de escândalo houve uma diferença suave entre os políticos com sonoras na audiosfera do Jornal Nacional: 50, no escândalo Calheiros, e 44, no escândalo Sarney.

Tabela 5: distribuição por categoria do total de atores políticos com fala no Jornal Nacional por período de amostra

	Senadores	Ministros	Deputados	Governadores	Outros	Total <sup>20</sup>
<b>Período A</b>	30	14	23	5	9	83
<b>Período B</b>	23	21	32	11	32	121
<b>Escândalo A</b>	33	2	9	0	4	50
<b>Escândalo B</b>	32	4	4	0	4	44

Na tabela 5, temos o arranjo dos atores com sonoras entre as categorias políticas. Do período sem escândalo A para o B, ocorreu uma queda no número de senadores com voz na audiosfera política do Jornal Nacional. Em 2007, 37% dos senadores deram, ao menos, um sonora no telejornal global. Dois anos mais tarde, o percentual caiu para 28,4%. Uma explicação para tal fato foi que no período A as quotas de visibilidade do senado foram maiores por causa da votação da prorrogação da CPMF. Entre os deputados, a

<sup>20</sup>A categoria presidente e vice não foi colocada nesta tabela porque não variam (são os dois e ponto), mas o total de todas as amostras estão acrescidos dos dois.

invisibilidade caiu de 95,5% para 93,8% do primeiro para o segundo período sem matérias de escândalo.

O tempo de total de sonoras também diminuiu. Os senadores perderam 241% de tempo de sonoras: caíram de 1.152 segundos no período A para 835 segundos no período B. O crescimento significativo da categoria outros (composta por ocupantes de cargos da justiça e segundo escalão do governo, prefeitos, vereadores, políticos sem mandatos, representantes da sociedade civil organizada e afins) foi devido às crescentes intervenções da Justiça no campo político, em especial o ministro do Superior Tribunal Federal, Gilmar Mendes. Já os períodos de escândalo envolvendo Renan Calheiros e José Sarney apresentaram uma distribuição praticamente igual das falas entre os representantes políticos. Naturalmente, os senadores foram a categoria política que mais teve representantes ouvidos. Entre esses representantes dois alcançaram níveis elevadíssimos de visibilidade: Calheiros e Sarney.

Tabela 6: Dez atores políticos com maior percentual de sonoras na audiosfera do Jornal Nacional nos períodos sem escândalo A (2007) e do escândalo Renan Calheiros (2007)

<b>Período A</b>	<b>Sonoras %</b>	<b>Escândalo A</b>	<b>Sonoras %</b>
Lula	21,4%	Renan Calheiros	23,1%
Guido Mantega	5%	Almeida Lima	5,9%
Romero Jucá	4,6%	Lula	5,9%
Arthur Virgílio	3,7%	Renato Casagrande	5%
José Agripino	3,2%	Demóstenes Torres	4,7%
Nelson Jobim	3,1%	José Agripino	4,3%
Aloizio Mercadante	2,5%	Jefferson Peres	4%
Sérgio Guerra	2,2%	Romero Jucá	3,6%
Garibaldi Alves	2,2%	Arthur Virgílio	3%
Arlindo Chinaglia	1,9%	Tasso Jereissati	2,9%
<b>TOTAL</b>	<b>49,7%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>62,4%</b>

A tabela 6 (acima) e a tabela 7 (abaixo) nos mostram os dez atores políticos com mais percentual de sonora na audiosfera política do Jornal Nacional no período sem e com escândalo de 2007 e 2009. Nota-se que há uma mudança na liderança das falas políticas nas duas amostras com escândalo em relação às sem situações escandalosas. Enquanto no período sem escândalo A e B, o presidente da República detém 21,4% das sonoras do noticiário político, no período dos escândalos Renan Calheiros e José Sarney, os senadores alvos das denúncias lideram com 23,4% e 12,4% respectivamente. O segundo ator político mais falante tem, de forma geral, entre 4 e 5% das sonoras. Este posto em geral é ocupado ou por algum ministro de uma pasta que esteja na agenda de cobertura televisiva ou algum parlamentar que tenha uma função de destaque ou seja líder de partido, governo ou oposição na votação de um assunto de grande interesse público ou da mídia.

Tabela 7: Dez atores políticos com maior percentual de sonoras na audiosfera do Jornal Nacional nos períodos sem escândalo B (2009) e de escândalo B (2009)

<b>Período B</b>	<b>Sonoras%</b>	<b>Escândalo B</b>	<b>Sonoras%</b>
Lula	22,8%	José Sarney	12,4%
Gilmar Mendes	4,8%	Lula	8%
Guido Mantega	3,7%	Pedro Simon	5,7%
Tarso Genro	3,2%	Aloizio Mercadante	5,4%
Fernando Haddad	3,2%	Arthur Virgílio	5,4%
Celso Amorim	3,1%	Renan Calheiros	5%
Dilma Rousseff	2,4%	Álvaro Dias	5%
Edison Lobão	2,1%	José Agripino	4,8%
Romero Jucá	2%	Cristovam Buarque	4,5%
José Roberto Arruda	2%	Romero Jucá	3,5%
<b>TOTAL</b>	<b>49,3%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>59,7%</b>

Na amostra do período A, quatro categorias de políticos tiveram representantes no Top 10 das sonoras do noticiário televisivo brasileiro. Governadores, prefeitos, vereadores e ocupantes de cargos políticos de segundo escalão dificilmente conseguem entrar na elite da audiosfera política do Jornal Nacional. Exceto em situações como a do Governador de Brasília José Roberto Arruda, que foi cassado em março de 2010 por estar envolvido com um esquema de corrupção que ficou conhecido como mensalão do DEM do Distrito Federal, que teve sua visibilidade local transformada em nacional por causa da indignação causada pelos vídeos que mostravam a forma pela qual ele se aproveitava do poder político que possuía para obter recursos ilícitos para proveito pessoal.

Na amostra com escândalos na pauta da agenda política, o ator mais visível é o acusado de cometer irregularidades, que assume a liderança da audiosfera política do Jornal Nacional. No entanto, a visibilidade alcançada aqui geralmente não é a mais desejada pelos representantes políticos porque há grande risco de exposição negativa, mas não deixa de ser um dado relevante. A porcentagem de visibilidade pública obtida por Renan Calheiros foi a maior em todos os quatro períodos de amostra, superando até a do presidente da República.

Podemos notar também que a visibilidade pública gerada por um escândalo é mais restrita ainda que a do período sem matérias de escândalo. Os dez que mais falam à audiosfera política em períodos de escândalo tomaram, em média, 61% do total de sonoras concedidas ao Jornal Nacional. Enquanto que nos momentos de tranqüilidade da agenda política o percentual ficou em 49%.

No caso de Gilmar Mendes, então presidente do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), a vice-liderança na amostra de normalidade de 2009 pode ser explicada pela crescente participação dos ministros do STF em questões políticas. Nos últimos anos tivemos o julgamento dos atores políticos envolvidos no esquema do mensalão do Governo Lula, a decisão sobre a

fidelidade partidária, entre outros. Ademais, a justiça passou a ser mais solicitada como fontes para materiais noticiosos políticos de televisão que pudessem envolver qualquer tipo de brecha para diversas interpretações na lei.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa mostraram que o escândalo político tem o potencial de provocar alterações nas quotas de visibilidade pública midiática. Nos dois casos de escândalos analisados embora a tendência de encurtamento das sonoras de Hallin (1994) tenha se confirmado, a média da duração das sonoras políticas dos sujeitos centrais do escândalo ficou acima da dos períodos notícias de situações escandalosas.

Nos dois períodos de 2007, enquanto Renan Calheiros teve sonoras com duração média foi de 14,1 segundos, a média dos demais políticos foi de 13,1 segundos. Dois anos mais tarde, José Sarney teve sonoras que duraram, em média, 16,5 segundos contra 14,7 segundos das edições sem escândalo. Nos casos analisados em nosso estudo vimos que se tratavam de escândalos de graves denúncias de corrupção contra os presidentes do Senado num momento em que havia uma forte cobrança por celeridade no Poder Legislativo brasileiro.

Os períodos de escândalo apresentaram ainda uma mudança no desenho da repartição da audiosfera política do Jornal Nacional em comparação com os períodos sem matérias sobre escândalo. Nas amostras das edições em que a agenda do noticiário político nacional sem situações escandalosas, vimos uma divisão mais equilibrada das sonoras, declarações e menções entre as categorias dos atores políticos na audiosfera política.

Já nos momentos de escândalo, os representantes do campo político ganharam os holofotes do Jornal Nacional. Em 2007, nas 83 edições onde o caso Renan esteve em evidência, o senador alagoano liderou o ranking de sonoras da amostra com o quádruplo de tempo do segundo colocado, totalizando 60 sonoras, com 850 segundos de fala. Com a invejável média de uma sonora de Renan a cada um dia e meio no telejornal global.

O presidente da República ocupou o terceiro lugar no ranking de *sound bites* durante o período do escândalo Renan. No entanto, esta visibilidade como

mostramos tende a ser, em sua grande parte, uma exposição negativa. Como bem argumentou Thompson (2002), situações de escândalos midiáticos implicam num esforço maior por parte dos atores políticos suspeitos de terem cometido algum tipo de delito para evitar que suas transgressões sejam tornadas públicas ou agravadas no caso de já terem sido desveladas na esfera de visibilidade pública. Geralmente nestas situações os que mais falam são os atores políticos que estão no centro das acusações ou exercem uma função de análise do delito cometido por um companheiro. Os segundos até podem conseguir uma boa visibilidade caso estejam do lado considerado certo e que tenha a aquiescência do público. Contudo, para o presidente da República é mais vantajoso não ocupar a liderança da audiosfera política nestes casos.

No período do escândalo envolvendo José Sarney, ele também liderou as estatísticas das sonoras com 23, totalizando 381 segundos de fala na esfera de visibilidade pública do Jornal Nacional. Isso quer dizer que a cada três dias Sarney era escutado na audiosfera política do telejornal. Diferentemente do escândalo de Renan, neste caso o presidente da República apareceu mais e ocupou a segunda posição falando 11 vezes, com duração total de 243 segundos. Nota-se que nesta situação assim como no escândalo de Renan Calheiros, o centro da visibilidade pública foi ocupado pelo ator que estava sendo acusado de cometer delitos.

Na amostra dos períodos com agenda política de cobertura cotidiana sem a presença de matérias sobre escândalo, o presidente da República ocupou sempre o topo do ranking das sonoras, declarações narradas e menções. O presidente possuiu 25,5% da esfera de visibilidade pública reservada aos atores políticos no período sem escândalos do Jornal Nacional. Todavia, nos momentos de escândalo este número caiu para cerca de 9%. No caso Renan Calheiros, o senador alagoano teve 23% do total de falas políticas do horário nobre da televisão brasileira. Já José Sarney alcançou 16,5% da audiosfera política durante a cobertura noticiosa do escândalo em que esteve envolvido. No mais, ministros e senadores são os que completam a lista dos 10 políticos com maior visibilidade no Jornal Nacional. Eles detêm, em média, cerca de



48% do total de falas políticas em períodos de agenda política de normalidade. Na amostra, apenas um deputado esteve no TOP 10, o que deixa esta categoria de político na faixa de invisibilidade.

Quanto à presença de atores na audiosfera política do Jornal Nacional, nos casos de escândalo político o espaço para a fala dos atores políticos é ainda mais restrito. Em média, 48 atores políticos tiveram direito a colocar sua voz no noticiário político dos momentos de escândalo. Porém os dez com mais sonoridade falaram 61% do tempo destinado à voz política sobre o escândalo.

A hipótese de Gomes (2008) de que na dimensão da visibilidade pública da audiosfera da política a visibilidade é restrita aos atores da política formal é confirmada neste estudo. E não basta ter um mandato para ser visível. Gomes (2008) diz ser necessário buscar cargos diretivos (presidência do senado ou da Câmara, liderança de partidos, bancadas, relatorias, entre outros) que lhes possibilitem ganhos de visibilidade. Boa parte do poder simbólico destes cargos diretivos provém justamente da cota de visibilidade que eles possibilitam para os seus ocupantes.

No top 10 dos quatro períodos da amostra analisada existiam apenas três parlamentares sem nenhum cargo diretivo. E todos em períodos de escândalo: Demóstenes Torres, Pedro Simon e Cristovam Buarque. Os dois primeiros porque realizaram discussões em público com os senadores Renan Calheiros. Nos períodos de normalidade, os parlamentares do top 10 possuíam um cargo diretivo. Por isso, a luta para assumir as vagas diretivas que potencializam a visibilidade de um ator político é árdua e exige uma série de habilidades dos interessados. É preciso deter um estoque de credibilidade política, capacidade de liderança, articulação e composição, trânsito entre forças das bancadas, força política e de relacionamento adequado com o governo (GOMES, 2004).

No que diz respeito à gramática do noticiário televisivo, os casos estudados mostram há um padrão bem definido quanto às quotas de visibilidade pública de cada categoria política no noticiário político do Jornal Nacional. Apesar de os períodos analisados serem em anos e situações diferentes, notamos que

havia um desenho básico da audiosfera da política. Nas situações de normalidade, o presidente tem sempre a maior taxa de visibilidade nas sonorais, declarações e menções. Já quando há escândalos de grande proporção, o ator político envolvida nas transgressões tende a assumir a vaga de presidente da audiosfera da política.

Partindo da perspectiva de Hallin (1994), que apontava para um encurtamento dos sound bites políticos nas coberturas das campanhas eleitorais americanas de 1966 até 1988, de uma forma geral, e no noticiário político, de forma específica, pudemos averiguar que ela se confirma em parte. No período sem escândalo de 2007 para 2009, a duração média das sonorais aumentou. O mesmo ocorreu nas amostras com escândalo. Como vimos no escândalo do Senado envolvendo Renan Calheiros e José Sarney, há momentos em que é possível um acréscimo na duração das sonorais políticas no noticiário televisivo, no geral, e um rearranjo da audiosfera da política no noticiário televisivo, em particular.

Este pode ser um dos casos de desvios, ou tempos fortes da política, como sugeriu Gomes (2008). Segundo o autor, certas situações podem gerar modificações como nas eleições e em CPIs. O nosso estudo quis verificar se num momento de escândalo o padrão da audiosfera da política sofre alterações. Constatamos que nestas situações se cria um outro padrão para a distribuição das quotas de visibilidade da audiosfera da política nacional, privilegiando os atores envolvidos nas denúncias de irregularidades. Obviamente, esta grande visibilidade na esfera midiática pode ser de exposição negativa e gerar uma visibilidade inconveniente (GOMES, 2008). No entanto não deixa de ser um dado relevante para o entendimento das dinâmicas que orientam as relações entre campo político e jornalístico na sociedade moderna.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADATTO, K. The Incredible Shrinking Sound Bite. *The New Republic*, 28 de maio de 1990, p.20-23.

BARNHURST, K.; MUTZ, D. American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4), 1997, p. 27-52.

BARNHURST, K.; STEELE, C. Image bite news: The coverage of elections on U.S. television, 1968-1992. *Press/Politics*, 2(1), 1997: p. 40-58.

BLUMLER, J.; GUREVITCH, M. *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge, 1995.

\_\_\_\_\_. "Americanization Reconsidered: UK-US Campaign Communication Comparisons acrossTime." In *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, ed.W. Lance Bennett and Robert M. Entman. NewYork: Cambridge University Press, 2001.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992".

BUCY, Erik P.; GRABE, Maria Elizabeth. Taking television seriously: a sound and image bite analysis of presidential campaign coverage, 1992–2004. *Journal of Communication*, 57(4), 2007, p. 652–675.

COOK, T. *Governing with the news: The news media as political institution*. Chicago: The University of Chicago Press, 1998.

EDELMAN, M. *Constructing the political spectacle*. Chicago: University of Chicago Press, 1988.

EMERY, F: *Watergate: the corruption of American politics and the fall of Richard Nixon*, Nova Iorque, Simon & Schuster, 1994.

EKSTRÖM, M.; JOHANSSON, J. Talk Scandals. *Media Culture Society*, 30, 2008: 30-61.

ESSER, F. Dimension of political news culture: sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United States. *Press/Politics*, 13 (4), 2008, p. 401-428

FARNSWORTH, S.; LICHTER, S. Increasing candidate-centered televised discourse: evaluating local news coverage of campaign 2000. *Press/Politics*, 9(2), 2004, p. 76-93.

\_\_\_\_\_. *The nightly news nightmare: Network television's coverage of U. S. presidential elections, 1988-2000*. New York: Rowan & Littlefield, 2003.

GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1969.

GOMES, W. *Audiosfera política e visibilidade pública: os atores políticos no Jornal Nacional*. Trabalho apresentado nas Jornadas de Comunicação UFBA/UFMG, em maio de 2008.

\_\_\_\_\_. Da Discussão à Visibilidade. In: Gomes, W.; MAIA, R. C. M. . *Comunicação e Democracia: problemas & perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008a, p. 134-175

\_\_\_\_\_. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HALLIN, D. We keep America on Top of the World. In: GITLIN, T. (org.) *Watching television*. New York, Pantheon Books, 1986, P. 9-41.

\_\_\_\_\_. Soundbite news: television coverage of elections, 1968-1988. In: HALLIN, D. *We keep America on top of the world: Television journalism and the public sphere*. New York: Routledge, 1994: p. 133-152.

HILGARTNER, S.; BOSK, C. The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 1988, p. 53-78.

HUBBARD, J.C.; DEFLEUR, M.L.; LOIS, B. Mass media influence on public conceptions of social problems. *Social Problems*, 23(1), 1975: p. 22-34.

LOWRY, D. T., & SHIDLER, J. A. The biters and the bitten: An analysis of network TV news bias in campaign '92. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72, 1995, p. 33-44.

\_\_\_\_\_. The sound bites, the biters, and the bitten: A two-campaign test of the anti-incumbent bias hypothesis in network TV news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75, 1998, p. 719-729.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Visibilidade Midiática e Deliberação Pública. In: Gomes, W.; MAIA, R. C. M. . *Comunicação e Democracia: problemas & perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008a, 163-192.

MARATEA, R. The e-rise and fall of social problems: The blogosphere as a public arena. *Social Problems*, 55(1), 2008, p. 139-160.

McGINNIS, J. *The selling of the president*. New York, Penguin Books, 1969.

MIGUEL, L. F. ; BIROLI, F. . Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. *Opinião Pública (UNICAMP)*, v. 15, p. 55-81, 2009.

OLIVER, P.; MEYER, D. How events enter the public sphere: conflict, location, and sponsorship in local newspaper coverage of public events. *American Journal of Sociology* 105(1), 1999, p. 38-87.

PORTO, M. *Televisão e política no Brasil: A Rede Globo e as interpretações da audiência*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

\_\_\_\_\_. Novos apresentadores ou novo jornalismo? O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira. *Comunicação e Espaço Público*, 5 (1/2), 2002, p. 9-31.

POSTMAN, N. *How to watch TV news*. New York: Penguin Books, 1992.

THOMPSON, J. *Mídia e modernidade*. Petropolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. *O escândalo político: Poder e visibilidade na era da mídia*. Petropolis: Vozes, 2002.

RUSSOMANNO, J. A.; EVERETT, S. E. Candidate sound bites: Too much concern over length? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, 1995, p. 408–415.

SCHUDSON, M. *The sociology of news*. New York: Norton & Co., 2003.

SEMETKO, A.; BLUMLER, J.G.; GUREVITCH, M; WEAVER, D. *The Formation of Campaign Agendas: A Comparative Analysis of Party and Media Roles in Recent American and British Elections*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum: 1991.

SIGAL, L. *Reporters and officials: the organization and of newsmaking*. Lexington: Heath & Co., 1973.

SILCOCK, B. William. Every Edit Tells a Story. *Visual Communication Quarterly*, 14(1), 2007, p. 3-15.

SMITH, W. *The shrinking sound bite: Two Decades of Stylistic Evolution in Television News*. Trabalho apresentado no Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, DC, 10-13 agosto de 1989.

STEELE, C.; BARNHURST, K.; The journalism of opinion: Network coverage in the U.S. presidential campaigns, 1968-1988. *Critical Studies in Mass Communication*, 13 (3), 1996, p. 187-209.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 3ª Ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994

WOLFSFELD, G. Political waves and democratic discourse: Terrorism waves during the Oslo peace process. In: BENNETT, W. L.; ENTMANN, R. M. (org.), *Mediated politics: communication and the future of democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p. 226-251.