

A quem se dirigem os editoriais?

Um estudo acerca de personagens e instituições mencionadas pelos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo²

Who are the targets of journalistic editorials?

A study concerning agents and institutions mentioned by two Brazilian newspapers

Introdução

As empresas de comunicação exercem uma função representativa nas sociedades contemporâneas, constituindo-se em um espaço privilegiado para disseminação de perspectivas diversas e dos projetos dos grupos em conflito na sociedade (Miguel, 2014). A cobertura jornalística contribui, assim, para reforçar determinadas perspectivas e estabelecer prioridades, em detrimento de outras concepções, que não terão a mesma possibilidade de adentrar a esfera de visibilidade pública.

Desse modo, o campo jornalístico dispõe da possibilidade de priorizar perspectivas e de consolidar a autoridade de alguns agentes políticos. Uma das maneiras pelas quais esse processo se dá é por meio da menção a certas personagens e instituições, bem como ao conceder o espaço de fonte a elas.

1 É doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR), integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia (Ponte) da mesma instituição e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). *E-mail*: <camilapessoa31@gmail.com>.

2 A autora agradece a Jamil Marques, a Henrique Barbosa, a Isabelle Mitozo e aos pareceristas anônimos as contribuições que possibilitaram o aprimoramento deste artigo.

A preponderância de algumas personagens em relação a outras no material jornalístico é uma expressão de legitimação. A visibilidade oferecida pela comunicação de massa é fundamental para o sucesso das carreiras dos agentes políticos (Gomes, 2004) – embora somente visibilidade não o garanta. “Caso esta visibilidade seja positiva, deve-se contabilizar a inclusão de outros ativos ao seu patrimônio, como credibilidade, empatia, reconhecibilidade, vantagens na luta pela imposição das interpretações predominantes dos fatos políticos, vantagens na produção de imagem etc.” (Gomes, 2008, p. 10-11). Os agentes políticos são, portanto, obrigados a lidar com – e adequar-se à – a lógica do jornalismo, caso desejem figurar em produtos jornalísticos dotados de credibilidade, tendo em vista a independência do campo midiático em relação ao político, ao menos em termos ideais (Cook, 2005; Van Dalen, 2015).

Alguns agentes políticos, como é o caso de presidentes e de outras autoridades, contam com uma visibilidade quase automática oferecida pelo cargo assumido. A importância da posição ocupada, junto aos critérios de produção jornalística, faz com que certas autoridades estejam sempre em foco – até mesmo quando, devido à visibilidade negativa, seria mais vantajoso, para elas, sair de cena. Não é o caso, porém, de grande parte dos agentes políticos, que precisam encontrar outras formas de figurar nas páginas dos jornais de maneira favorável. Em alguma medida, isto interfere no jogo político, quando os cargos de destaque são disputados não apenas pelo poder inerente a eles, mas também pela visibilidade que acarretam, ou quando os atos dos agentes políticos são pensados visando provocar efeitos específicos junto à sociedade.

Na esteira das preocupações apresentadas, o trabalho propõe esclarecer as relações entre o cargo ocupado pelo agente político ou o fato de tratar-se de uma instituição e o grau de visibilidade do qual se dispõe em produtos jornalísticos singulares, editoriais dos *quality*

*papers*³ O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. Para isso, este artigo propõe compreender como funcionam os parâmetros de escolha editorial, por meio de mapeamento das personagens e instituições mencionadas por 185 editoriais dos jornais anteriormente citados sobre o Congresso Nacional, publicados entre 2011 e 2013. No caso dos editoriais, tal mapeamento também permite compreender a quem se dirigem os periódicos, pois, neste gênero jornalístico, as publicações procuram estabelecer um diálogo com as elites políticas e econômicas do país. Deste modo, além de compreender se tais editoriais seguem os critérios da cobertura informativa em seu processo de produção, os achados também permitem perceber que autoridades são legitimadas neste gênero jornalístico.

Na próxima seção, discute-se a quem se dirige o jornalismo político. Depois, apresenta-se a metodologia do trabalho, seguida pela análise. Por fim, os dados são discutidos e são tecidas as conclusões desta pesquisa.

A quem se dirige o jornalismo político?

Por mais permeada de tensões que seja (Miguel, 2003; Gomes, 2004; Rodrigues, 1997; Strömbäck e Van Aelst, 2013; Van Aelst *et al.*, 2008; Van Dalen, 2015), a relação entre os campos político e da comunicação não é opcional, devido ao crescimento do processo de midiaticização da política (Albæk *et al.*, 2014; Donges, 2015; Strömbäck, 2015). Isto acontece porque os agentes políticos necessitam da visibilidade oferecida pelo campo da comunicação – em especial, do jornalístico –, enquanto o poder do campo político interessa ao jornalismo. Ademais, os agentes do campo político são fundamentais para o desenvolvimento das histórias a serem relatadas, assim como servem como fontes aos jornalistas.

3 A utilização da classificação “*quality papers*” neste artigo não implica avaliação sobre a qualidade do conteúdo oferecido pelos jornais analisados. De maneira semelhante ao que fazem Miguel e Coutinho (2007), a intenção é diferenciar os periódicos analisados daqueles de caráter popularesco, que não se dirigem a elites políticas e econômicas do país. Em consonância com Azevedo (2016), considera-se que os “*quality papers*” são publicações com forte impacto no campo político, no debate das questões públicas e junto aos segmentos da opinião pública mais bem informados.

Agindo como *gatekeepers*, os jornalistas controlam a visibilidade, o quanto as fontes devem receber a atenção que estão buscando e o tom das notícias. Por outro lado, as fontes das notícias detêm o controle da informação, mas, se são poderosas, também têm o poder de outorgar legitimidade às histórias (Strömbäck e Nord, 2006, p. 148, tradução nossa, grifo nosso).

As relações entre repórteres e agentes políticos geram uma negociação de noticiabilidade, na medida em que eles precisam uns dos outros para desempenhar suas atividades (Cook, 1989). Em linhas gerais, o campo político oferece fatos e opiniões ao campo jornalístico, que irá reorganizar tais informações de acordo com as regras da atividade.

Grosso modo, todos os agentes do campo jornalístico têm alguma visibilidade a oferecer. No entanto, ela pode ser mais cobiçada de acordo com a credibilidade e com o alcance dos quais o jornal dispõe. Assim como as fontes têm pesos diferentes – a partir do papel ocupado por elas na cena política –, acontece o mesmo com agentes do campo do jornalismo, fazendo com que determinadas empresas tenham acesso facilitado aos agentes políticos.

Nem todos os agentes do campo político têm, porém, a mesma possibilidade de obter visibilidade. A depender do cargo ocupado, do quanto compreendem a gramática do campo jornalístico ou até mesmo de sua reputação, alguns agentes angariam maior ou menor visibilidade (Gomes, 2008; Jorge, 2003; Rodrigues, 1997; Sellers, 2009). Isto se dá, em grande parte, pela rotina do jornalismo, que o atrai para alguns tipos de histórias e de valores específicos (Cook, 2005), a exemplo da tendência de candidatos cotados para vencer as eleições receberem mais cobertura do que outros políticos. “Esta sobre-representação não está relacionada à coloração política dos políticos em questão” (Van Dalen, 2015, p. 5), e sim às regras de produção jornalística.

Em certa medida, a cobertura, além de seguir os parâmetros de produção jornalística, também adota critérios do campo político para conferir importância às personagens (Miguel e Biroli, 2010), fazendo com que agentes que ocupam cargos institucionais estejam mais presentes no material jornalístico:

[...] as afirmações dos *media* têm de ser fundamentadas em fontes dignas de crédito: fontes do Estado (desde parlamentares a governantes), fontes que representam interesses organizados (centrais patronais e sindicais) e o recurso a peritos. Esta dependência conduz a uma situação em que muitas vezes se recorre a fontes que suscitam aceitação social por representarem as visões do mundo consensuais e dominantes. Estes factores combinam-se para gerarem um acesso exagerado aos *media* por parte dos que detêm uma posição institucional (Correia, 2011, p. 94, grifo do autor).

A indicação para priorizar agentes que detêm algum poder está presente nos critérios de noticiabilidade, responsáveis por orientar a produção do jornalismo informativo. Um dos fatores que Galtung e Ruge (1999) identificam como responsáveis por transformar um acontecimento em noticiável é tratar de noções e de pessoas de elite. Em estudo mais atualizado, Harcup e O'Neill (2010) também identificam que envolver elites políticas é um dos requisitos que aumenta a chance de um acontecimento tornar-se notícia.

As próprias regras desenhadas a fim de fazer o jornalismo ser objetivo ou imparcial favorecem a presença de certas personagens na cobertura (Albæk *et al.*, 2014; Cook, 2005) – e as perspectivas mobilizadas pelo noticiário assemelham-se àquelas das fontes (Cook, 1986). Em diversos casos, a cobertura é construída a partir das declarações de agentes oficiais e de especialistas, priorizando suas perspectivas, já que eles estariam em posição de saber das informações, ocupando o posto de fontes confiáveis às quais os profissionais devem recorrer para validar suas matérias. Mesmo que não haja certeza sobre a precisão da informação, é comum as declarações destes agentes serem tomadas como fatos, sem significativo escrutínio do seu conteúdo (Allgaier *et al.*, 2013; Belmino e Carvalho, 2014; Cook, 2005; Kovach e Rosenstiel, 2004; Tambosi, 2005; Veloso e Marques, 2016). Deste modo, o jornalismo é responsável por, em alguma medida, legitimar a autoridade dos agentes que figuram no material jornalístico.

A atenção dos *media* aos políticos reflete largamente e, portanto, reforça, o poder deles no sistema político. Líderes partidários recebem mais atenção comparados com outros membros do partido, um fenômeno conhecido como “*leadership stretch*”. Esta atenção da comunicação de massa dá aos líderes políticos uma vantagem estratégica, já que podem usar a cobertura midiática para influenciar a opinião pública (Van Dalen, 2015, p. 7, grifos nossos).

Ao analisar as sonoras de agentes políticos veiculadas pelo Jornal Nacional, Gomes (2008) identificou que as falas do então presidente Lula dispunham de tempo significativamente maior que as de outros agentes políticos. O estudo aponta que a frequência de sonoras de Lula era consideravelmente maior em relação à frequência de outros agentes políticos, com média de uma fala a cada dois ou três dias. Ao analisar também o caso de outros agentes políticos, a pesquisa concluiu que “as sonoras não são dos atores, mas dos papéis que desempenham” (*ibidem*, p. 13), apontando a importância de ocupar cargos de destaque para dispor de visibilidade.

Cook (1986), por sua vez, examina menções a deputados americanos em jornais televisivos noturnos e no *The New York Times*. O estudo aponta que a cobertura privilegia agentes que têm alguma autoridade, algo constatado também por outros autores (Cook, 2005; Correia, 2011; Galtung e Ruge, 1999; Gomes, 2008; Hallin, 1992; Harcup e O'Neill, 2010; Kaplan, 2012; Miola, 2012; Sellers, 2009). Assim, identifica-se uma tendência de que certos agentes políticos sejam priorizados como fontes do jornalismo político – algo que, em última medida, indica quem a cobertura encara como politicamente relevante.

A visibilidade oferecida aos agentes políticos é diferente, porém a depender do tipo de texto em que se é citado. Ser mencionado em um texto pertencente a um gênero jornalístico como o editorial confere outro tipo de cobrança ao agente político citado, na medida em que, nele, as publicações procuram estabelecer um diálogo com as elites políticas e econômicas do país (Albright, 1995; Guerreiro Neto, 2016; Hallock, 2007; Izadi e Saghaye-Biria, 2007; Melo, 1985). Daí também a importância de aferir a quais instituições os periódicos se dirigem em seus editoriais, além dos agentes políticos.

De maneira geral, os periódicos não apresentam seus editoriais apenas almejando prestar um serviço ao leitor e orientá-lo sobre o que pensar – função tradicionalmente atribuída ao gênero pela literatura (Beltrão, 1980; Gradim, 2000; Rugar, 2007; Sánchez e Mejía, 2003; Shabir *et al.*, 2014). Jornais de prestígio ocupam a função de *gatekeepers* e de estabelecedores da agenda (Azevedo, 2016; Billeaudeau *et al.*, 2003). Na realidade, os profissionais do campo jornalístico de maneira geral costumam escrever tendo em mente a importância dos líderes de opinião (Correia, 2008). A preocupação em endereçar-se às elites do país é explicitada pelos editores de opinião dos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo.

Os dois editores dizem escrever para o público em geral, para que qualquer pessoa leia, mas há sempre o interesse de chegar, como diz Marcelo Leite, a “formadores de opinião, tomadores de decisão, empresários, professores universitários, pessoas que têm uma preocupação menos imediatista com o jornal e com o país”. Nesse grupo, estão também os governantes. “Eu escrevo editorial sabendo que a minha mulher vai ler o editorial. Mas a minha esperança não é que ela leia o editorial. A minha esperança é que a dona Dilma [Rousseff, presidente do Brasil] leia o editorial”, conta Antonio Carlos Pereira. Segundo Leite, os governantes leem ou são avisados pela assessoria quando sai um editorial sobre algo que diga respeito a eles (Guerreiro Neto, 2016, p. 98).

Os editoriais ocupam, portanto, um papel singular em relação à cobertura jornalística de maneira geral. Mais do que produzir opiniões, o editorial coloca em domínio público assuntos, eventos e ideias para consumo e discussão em um fórum democrático, atuando também como porta-voz da linha ideológica da empresa representada (Armañanzas e Nocí, 1996; Gradim, 2000; Hallock, 2007; Orosa, García e Santorum, 2013; Rugar, 2007).

O processo de seleção dos objetos dos editoriais guarda particularidades em relação às escolhas feitas visando à composição do conteúdo informativo. Se o material jornalístico, de maneira geral, precisa seguir regras específicas do campo quando é produzido, e isto tem impacto em sua configuração (Mont’Alverne e Marques,

2013; Gomes, 2009; Traquina, 2005; Tuchman, 1978), o caso é mais delicado ao tratar-se de editoriais. Nesse espaço, os periódicos fazem suas escolhas de temas, perspectivas e personagens abordados de maneira mais livre. Os interesses da publicação, portanto, permeiam o processo de redação e de publicação dos editoriais, tornando a escolha do conteúdo a ser discutido pelos textos um indicador da importância conferida a ele por parte da empresa.

A maior liberdade para definir a própria agenda também possibilita ao jornal visibilizar questões que não estão na pauta do dia da seção noticiosa, mas são consideradas prioritárias pelas empresas (Lasch, 1995; Eilders, 1999). Assim, além de explicitar as posições do periódico, o editorial exerce uma das funções das quais o jornalismo se investe: pautar o debate público (Kahn e Kenney, 2002).

O editorial torna evidente, deste modo, o comportamento dos periódicos como instituições dotadas de interesse em relação aos temas que circulam na esfera da visibilidade pública (Eilders, 1999; Meltzer, 2007). Ao mesmo tempo, o gênero também constitui uma tentativa, por parte das empresas, de endereçar suas demandas a quem julgam ser responsável por atendê-las – usando do poder de pressão e da credibilidade da qual dispõem para convencê-los de que a questão merece atenção.

Estratégias metodológicas

O *corpus* dessa investigação é formado por 185 editoriais publicados pelos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo ao longo de seis meses, espalhados entre 2011 e 2013, período que faz parte da Legislatura 2011-2015, sendo 142 editoriais publicados pelo primeiro periódico e 43 pelo segundo. Devido à impossibilidade de trabalhar-se com todos os editoriais publicados no período, foi construído um semestre “artificial”. Assim, foram coletados editoriais de janeiro e fevereiro de 2011, março e abril de 2012 e maio e junho de 2013. Além disso, só foram considerados textos que mencionassem uma das palavras-chave escolhidas para a pesquisa, a saber: “Congresso”; “Câmara” ou “Senado”; “congressista”; “deputado”; e “senador”.

Tabela 1 – Datas nas quais os editoriais que compõem o *corpus* foram publicados

Datas	Quantidade de editoriais
01/01/2011 a 28/02/2011	45
01/03/2012 a 30/04/2012	81
01/05/2013 a 30/06/2013	59
Total	185

Elaboração própria.

Diante do diálogo com a literatura e tendo em vista o objetivo do trabalho, este artigo propõe três hipóteses:

- Hipótese 1: há correlação positiva entre tratar-se de uma instituição e a quantidade de menções recebidas nos editoriais;
- Hipótese 2: há correlação positiva entre ocupar cargo nos campos político e econômico ou no Judiciário e a quantidade de menções recebidas nos editoriais;
- Hipótese 3: uma vez que os editoriais compõem o *corpus* tratam do Congresso Nacional, as duas Casas (Câmara e Senado) e os agentes integrantes do Legislativo são os mais mencionados pelas peças.

Foram mapeados, com a utilização do *software* NVivo, as personagens e instituições mencionadas pelos editoriais analisados. Foi quantificado apenas o número de peças nas quais os agentes e as instituições são mencionados, não importando quantas vezes eles foram citados pelo mesmo editorial. O procedimento busca evitar distorções na representação de algumas instituições ou personagens que possam ter sido citadas repetidamente em textos específicos, mas que detêm pouca visibilidade quando considerada a cobertura de maneira geral.

Identificar as personagens e instituições citadas em um texto institucional de jornais de prestígio permite compreender, em parte, a quem se dirigem esses periódicos. Além disso, torna possível esclarecer relações entre o cargo ocupado pelo agente político e o grau de visibilidade do qual ele dispõe. Para isso, além do mapeamento,

classificou-se o fato de o agente político ocupar ou não cargos e ser ou não uma instituição.

Por personagens entende-se agentes políticos do campo econômico ou da sociedade civil. Como instituições, compreendem-se empresas, organizações do Estado ou da sociedade civil ou coletividades (a exemplo de quando os periódicos falam em “contribuintes” ou “opinião pública”). Foram considerados como portadores de cargos: a) agentes do campo político que ocupassem cargos no Executivo (presidente, ministro, governador, prefeito etc.); b) deputados e senadores que ocupassem a chefia das Casas Legislativas ou cargos de liderança; c) agentes do campo do Judiciário que compõem o Supremo Tribunal Federal (STF), os Tribunais Regionais e Superiores e os Conselhos da área; d) procuradores; e e) agentes do campo econômico e da sociedade civil que ocupassem cargos em instituições dessas áreas, como presidentes ou dirigentes de associações e de confederações. Naturalmente, tal codificação dá-se a partir do cargo ao qual o texto faz referência – ou seja, ao papel que o indivíduo ocupava à época.

Para testar as hipóteses, utilizou-se estatística descritiva, como o cálculo de frequências simples. A fim de testar a correlação entre a ocupação de cargos ou o fato de ser instituição com a visibilidade nos editoriais, aplicou-se um teste- t , uma regressão múltipla e observou-se o valor- p para os dados. O nível de confiabilidade dos testes é de 95%.

Análise

A partir da aplicação de testes- t , regressão múltipla e observando o valor- p , percebe-se que há correlação positiva e significativa entre quantidade de menções e o fato de tratar-se de uma instituição. Tal correlação repete-se tanto quando são testados os dados sobre os jornais separadamente quanto quando os testes são realizados em conjunto.

Para que seja significativo, p deve ter um valor máximo de 0,1, o que só acontece no caso das instituições. Não há disparidades consideráveis entre os resultados dos jornais separadamente,

apontando que ser uma instituição está positivamente correlacionado à quantidade de menções nos editoriais, e isto se aplica aos dois periódicos, casos nos quais $p < 0,1$ (para FSP)⁴ e $p < 0,5$ (para OESP)⁵ (tabela 2). Observe-se, inclusive, que a correlação entre ser uma instituição e a quantidade de menções é mais significativa quando os dados dos dois jornais são analisados em conjunto (tabela 2), como apontam os valores- p dos testes.

Tabela 2 – Regressões simples (teste- t) e múltiplas (FSP e OESP)

	FSP	FSP	OESP	OESP	FSP + OESP	FSP + OESP
	Regressão simples	Regressão múltipla	Regressão simples	Regressão múltipla	Regressão simples	Regressão múltipla
Variáveis	Menções	Menções	Menções	Menções	Menções	Menções
Instituição	1,272*	1,271*	1,395**	1,408**	1,279**	1,341**
	(0,655)	(0,659)	(0,676)	(0,686)	(0,598)	(0,604)
Cargo	-	-0,00379	-	0,0330	-	0,169
	-	(0,445)	-	(0,466)	-	(0,435)
Constante	1,760***	1,761***	2,412***	2,399***	2,287***	2,225***
	(0,173)	(0,183)	(0,216)	(0,244)	(0,193)	(0,208)
Observações	183	183	688	688	778	778
R-squared	0,033	0,033	0,010	0,010	0,009	0,009

Elaboração própria.

Notas: * $p < 0,1$

** $p < 0,5$.

*** $p < 0,01$.

Obs.: Desvio padrão robusto (DPR) entre parênteses.

Não há, porém, correlação entre a quantidade de menções e o fato de o indivíduo ocupar cargo. O fenômeno fica claro ao serem observados os valores- p dos testes. A comparação entre coeficiente e desvio padrão robusto (DPR) também indica a importância de ser

4 FSP = Folha de S. Paulo.

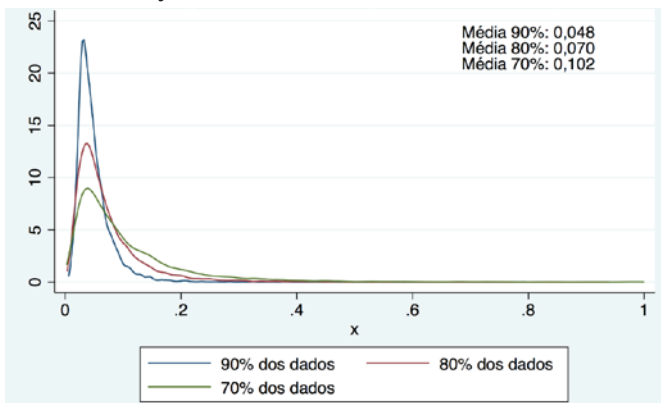
5 OESP = O Estado de S. Paulo.

uma instituição para que seja citada nos editoriais – não há tal significância no caso de ocupantes de cargos, já que a diferença entre o coeficiente e o DPR não é considerável. Ademais, em nenhum dos jornais (e nem quando se somam os dados de FSP e OESP) o valor- p para ocupantes de cargos é menor do que 0,1.

A fim de conferir a robustez dos dados, testou-se o valor- p excluindo-se 10%, 20% e 30% deles, para verificar qual o impacto dessa exclusão progressiva no valor médio dos coeficientes. Um pequeno impacto indica robustez, assegurando que os resultados apresentados anteriormente não são coincidências. Novamente, o valor máximo para considerar significância é 0,1.

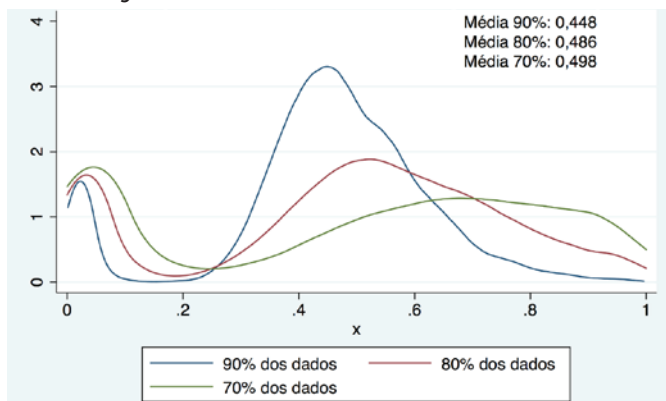
O gráfico 1 mostra que os valores- p para a variável “instituição” concentram-se no intervalo 0,048 - 0,102 e há pouca variância dentro de cada distribuição. Portanto, tais valores estão concentrados, apontando para a robustez dos dados. O gráfico 2 demonstra uma variância extrema nos valores- p da variável “cargo”, com as médias claramente fora do intervalo de significância (0,448 - 0,498).

Gráfico 1 – Distribuição dos valores- p dos testes dos valores de menções entre instituições e não instituições



Elaboração própria.

Gráfico 2 – Distribuição dos valores- p dos testes dos valores de menções entre pessoas com cargos e sem cargos



Elaboração própria.

Os gráficos 1 e 2 apontam, portanto, que há significativamente mais menções a instituições do que a pessoas. Eles também indicam que não há, de maneira significativa, mais menções a pessoas com cargos em relação a pessoas sem cargos. Ou seja, comprova-se que ocupar um cargo não está correlacionado à maior quantidade de menções nos editoriais.

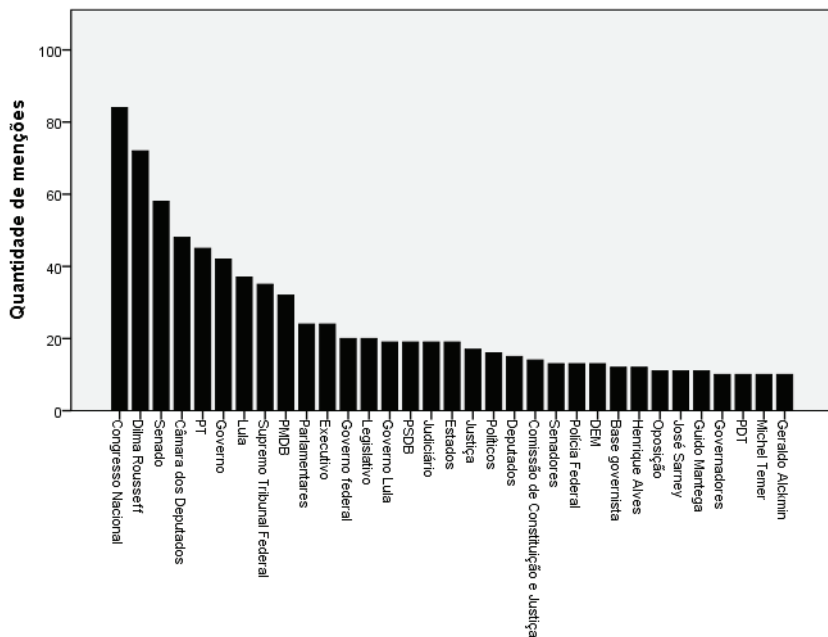
A fim de esmiuçar a análise e responder de maneira mais satisfatória às hipóteses da pesquisa, também é necessário analisar quem são as instituições e os agentes políticos mencionados pelos textos e quantas vezes eles o foram.

Foram mapeadas todas as personagens e instituições mencionadas pelos editoriais. Devido à quantidade total, porém, optou-se por apresentar apenas os resultados mais recorrentes. No caso de OESP, constam, no gráfico 3, apenas aquelas que figuraram em, no mínimo, dez editoriais ao longo do *corpus*.

A instituição mais mencionada por O Estado de S. Paulo é o Congresso Nacional, presente em 84 editoriais, representando 59% do total de textos do periódico que trazem as palavras-chave. Em seguida, Dilma Rousseff é a segunda mais mencionada, presente em 72 editoriais (51% do total). O Senado vem em seguida, constando

em 58 editoriais (41%). A Câmara dos Deputados é mencionada em 48 peças (34%). Depois, aparece o Partido dos Trabalhadores (PT), com 45 menções (32%). Governo é o termo seguinte, com 42 menções (30%). Lula aparece com 36 menções (26%), seguido do STF, com 35 (25%). Depois, vem o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), mencionado em 32 editoriais (23%). Os parlamentares e o Executivo são mencionados 24 vezes cada um, representando 17% do total, enquanto o governo federal e o Legislativo aparecem 20 vezes cada um (14%). Os termos “estados”, referindo-se às Unidades da Federação (UFs), “governo Lula”, “Judiciário” e “Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)” são mencionados em 19 peças (13%). Justiça aparece em 17 editoriais (12%); políticos, de maneira geral, em 16 (11%); e deputados, também de forma ampla, em 15 (10,5%). A Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) figura em aproximadamente 10% das peças (14 textos), seguida pelos termos “Democratas (DEM)”, “Polícia Federal” e “senadores”, com 13 menções cada (9%). Henrique Eduardo Alves e a base governista são mencionados em 12 textos (8%), enquanto José Sarney, Guido Mantega e a oposição são mencionados em 11 editoriais cada um (7,7%). Por fim, Geraldo Alckmin, governadores, Michel Temer e Partido Democrático Trabalhista (PDT) aparecem em dez textos (7%).

Gráfico 3 – Personagens e instituições mencionadas pelos editoriais d’O Estado de S. Paulo analisados



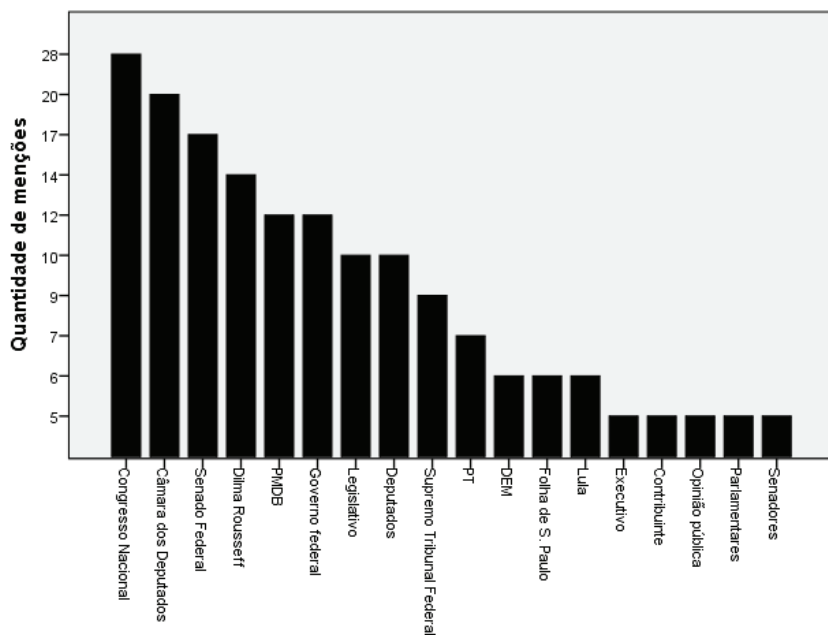
Elaboração própria.

Não surpreende que Congresso seja o termo mais mencionado, mas chama a atenção que Dilma apareça mais do que as menções às Casas Legislativas separadamente, tendo em vista que nenhum termo relativo à então presidente integrava as palavras-chave. Além disso, ela é a única personagem entre as cinco mais citadas, pois todas as outras são instituições.

Como a Folha de S. Paulo integra o *corpus* com menos editoriais que O Estado de S. Paulo, optou-se por apresentar as personagens e instituições que haviam sido mencionadas, pelo menos, em cinco editoriais, a fim de melhor explorar os achados (gráfico 4). A instituição mais mencionada pela Folha de S. Paulo é a mesma que a do seu concorrente: o Congresso Nacional, presente em 43 editoriais, o que representa 65% dos textos do periódico que compõem o *corpus*. Em seguida, a Câmara dos Deputados tem 20 menções

(47% do total). O Senado vem depois, presente em 17 editoriais (40%). Dilma Rousseff é mencionada em 14 peças, representando 33% do total. O Governo Federal está presente em 12 editoriais (28%), mesma quantidade do PMDB. A menção a deputados e ao Legislativo, de maneira geral, acontece em dez textos (23%). O STF figura em nove peças (21%), seguido pelo PT, com sete menções (16%). A Folha de S. Paulo cita a si própria em seis textos (14%), mesma quantidade de menções ao DEM e a Lula. Por fim, as seguintes figuras são mencionadas cinco vezes (12% do total de editoriais da Folha de S. Paulo que compõem o *corpus*): senadores, parlamentares, opinião pública, Executivo e contribuinte.

Gráfico 4 – Personagens e instituições mencionadas pelos editoriais da Folha de S. Paulo analisados



Elaboração própria.

Apesar da semelhança, com O Estado de S. Paulo, de o Congresso ser a instituição mais mencionada, chama a atenção que, na Folha de S. Paulo, a Câmara dos Deputados e o Senado Federal são as instituições que o seguem, com a então presidente Dilma Rousseff aparecendo com menos menções do que as instituições legislativas. Ainda como semelhança, pode-se notar que o percentual de menções ao STF é próximo nos dois jornais.

Ressalte-se, ainda, a recorrência dos termos “opinião pública” e “contribuinte” nos editoriais da Folha de S. Paulo, indicando a estratégia do periódico em apresentar suas demandas como de interesse geral. Outra diferença em relação aos editoriais d’O Estado de S. Paulo é que a Folha de S. Paulo menciona a si própria com mais frequência, possivelmente servindo como fonte para notícias citadas nos editoriais ou para apresentar claramente uma posição sobre os assuntos debatidos.

Discussão e conclusão

Os dados analisados na seção anterior permitem afirmar que apenas a primeira hipótese, defendendo haver correlação positiva entre tratar-se de uma instituição e a quantidade de menções recebidas nos editoriais, foi confirmada. A segunda hipótese, sobre haver correlação positiva entre ocupar cargo nos campos político e econômico ou no Judiciário e a quantidade de menções nas peças, foi refutada.

A negação da segunda hipótese contradiz boa parte da literatura sobre jornalismo político, que afirma a importância de ocupar-se cargos para obter visibilidade (Cook, 2005; Correia, 2011; Gomes, 2008; Hallin, 1992; Kaplan, 2012; Miola, 2012; Sellers, 2009). É provável que os critérios de produção dos editoriais sejam distintos daqueles que norteiam a cobertura noticiosa, o que contribui para explicar não haver correlação entre ocupar cargos e a quantidade de menções nas peças. A ideia de Cook (1989), de que a cobertura costuma favorecer líderes, presidentes de comissões e membros mais antigos do Parlamento, não se confirma nos textos analisados

neste artigo – provavelmente, devido às diferenças entre os gêneros jornalísticos.

Isso não significa, porém, que seja dispensável ser um agente destacado para figurar nos editoriais. A correlação positiva entre tratar-se de uma instituição e a quantidade de menções aponta para a dificuldade de obter-se visibilidade nos textos pertencentes a esse gênero – sem contar que, a depender de seu teor, é mais proveitoso para os agentes políticos não serem citados nos editoriais, a fim de evitar danos à imagem pública.⁶ Ao observar os resultados das duas primeiras hipóteses e quem são as personagens e instituições mais mencionadas, é visível que os periódicos também se dirigem a agentes específicos, a exemplo da então presidente da República, enquanto priorizam endereçar-se a instituições. Se “uma regra de ouro da reportagem é focar nos líderes designados – ou líderes de comissões – cuja posição institucional seja tomada como um sinal de que eles têm maior influência que o integrante médio” (Cook, 1989, p. 52), os editoriais parecem aumentar as exigências, priorizando o diálogo com agentes que têm ainda mais poder ao seu alcance – em especial, o poder de executar medidas.

A predominância de instituições entre as mais citadas pelos dois periódicos, em detrimento de agentes políticos específicos, reforça a importância de deter-se capital político considerável para figurar nos textos. Além da então presidente da República, as personagens mais citadas são presidentes da Câmara ou do Senado.⁷ À medida que, nos editoriais, as instituições dispõem de mais visibilidade do que os agentes políticos individualmente, é necessário algum diferencial para ser mencionado pelas peças. Se querem contar com visibilidade, portanto, pode não ser suficiente aos agentes políticos saber adequar-se à gramática do jornalismo. Em um ambiente no

6 Ao mesmo tempo, também é possível observar a utilização dos editoriais como ferramentas de promoção política, como feito pelo atual prefeito de São Paulo, João Dória, e pelo presidente Michel Temer. Mais informações em: <<https://twitter.com/jdoriajr/status/854468805116014592>> e <<https://twitter.com/Planalto/status/856225339693027328>>. Acesso em: 1º maio 2017.

7 A exceção é a presença de menções a Lula nos editoriais d'O Estado de S. Paulo. No entanto, trata-se de um caso isolado, explicado pela oposição constante que o jornal fez a ele e aos governos do PT ao longo do tempo (Azevedo, 2016), aliado à importância do ex-presidente para a política brasileira mesmo após o encerramento de seu mandato.

qual convivem vários agentes políticos que, a princípio, têm importância semelhante, os parlamentares precisam de um diferencial para destacarem-se dos outros e terem acesso à visibilidade oferecida pela comunicação de massa.

A correlação entre instituições e quantidade de menções também é indício de que os jornais procuram posicionar-se junto a outras instituições do país, dialogando diretamente com elas. Há, portanto, um movimento de procurarem reconhecimento como similares a instituições do Estado e de legitimarem suas demandas e sua necessidade para o funcionamento adequado do regime democrático.

Ao mesmo tempo, deve-se levar em conta que tratar as instituições de maneira coletiva, sem distinções em relações aos integrantes, coloca-as em condição de vulnerabilidade à conduta deles, pois os membros podem ser tomados como a própria instituição. No caso do Congresso, Novelli (2010, p. 142) argumenta que pode “haver um enfraquecimento do papel político do Congresso devido à atuação inadequada dos parlamentares”, gerando desgaste de sua imagem junto à sociedade.

Os resultados permitem, ainda, discordar de Azevedo e Chaia (2008, p. 176), quando os autores afirmam que, “na cobertura legislativa, a imprensa tem como foco predominante os membros do Congresso, relegando ao segundo plano a instituição”. No caso dos editoriais, a instituição está em primeiro plano, tanto quando se observam quem são as personagens mencionadas quanto no que tange às correlações estabelecidas neste artigo.

Sobre a terceira hipótese, afirmando que, como os editoriais compondo o *corpus* tratam do Congresso Nacional, as duas Casas (Câmara e Senado) e os integrantes do Legislativo são os mais mencionados pelas peças, esta foi confirmada em parte. De fato, Congresso, Câmara e Senado estão entre as cinco instituições mais citadas pelos dois jornais. Todavia, integrantes específicos do Legislativo são consideravelmente menos mencionados do que a então presidente da República. No caso dos editoriais d’O Estado de S. Paulo, a presidente recebe mais visibilidade do que as Casas Legislativas separadamente. Dilma também aparece mais do que os

presidentes da Câmara e do Senado, mesmo sem nenhuma palavra-chave relacionada ao Executivo ou a ela para influenciar a seleção.

A ênfase no Poder Executivo também é identificada por Jorge (2003), ao analisar a cobertura jornalística sobre o Congresso Nacional entre 1985 e 1990. Proeminência semelhante é encontrada na pesquisa de Novelli (2010), pois uma das abordagens mais presentes nas notícias analisadas pela autora é a submissão do Congresso ao Executivo. Isto indica que as características do sistema político podem ser cruciais para a configuração do material jornalístico.

O resultado reflete, de certa forma, a força do presidencialismo na democracia brasileira (Amorim Neto, 2007), assim como a centralidade da figura do presidente para a política no país. A quantidade de menções a Dilma é indício da importância atribuída a suas decisões junto ao Congresso, bem como da necessidade de diálogo entre as duas instituições, a fim de que os projetos e os interesses de ambas avancem. Aponta, ainda, para o quanto a cobertura sobre o Legislativo está atrelada ao papel do Executivo, com a tendência de que ela seja focada na relação do Congresso com o presidente da República.

Devido à importância do presidente para o sistema político brasileiro, é plausível supor que os periódicos não poderiam ignorar o ocupante do cargo nem se assim desejassem, devido à influência do Executivo para a política nacional. Uma análise realista da situação do país, portanto, passa por conferir visibilidade aos agentes políticos que detenham poder. Essa argumentação está em concordância com Azevedo (2005), Azevedo e Chaia (2008) e Jorge (2003), mostrando que, nos regimes presidencialistas, a cobertura política privilegia a arena executiva – e, especificamente, a Presidência. Cook (1986) explica esse fenômeno ao afirmar que o presidente é o único agente político que pode gerar notícias todo dia, devido às diversas prerrogativas de ação das quais dispõe.

Deve-se ter em mente, ainda, que o desenho institucional brasileiro permite ao Executivo participar diretamente da produção legal (Inácio, 2007), fazendo com que a Presidência desempenhe papel

ativo no processo legislativo. Limongi (2006) defende até que o presidente tem papel reservado como principal legislador do país.⁸

No que tange à menção às personagens, nos editoriais, isto também é uma estratégia para cobrar atenção ao tema abordado. Se têm a intenção de que seus pleitos sejam atendidos e seus conselhos seguidos, é mais lógico que os editoriais direcionem-se às camadas dirigentes da sociedade – e isto significa legitimar o poder, e o lugar ocupado socialmente, de alguns agentes políticos específicos. Se faz sentido a ideia de Limongi (2006, p. 244) de que, “do ponto de vista legal, o que muda no país, muda por iniciativa do Executivo”, a quantidade de menções a Dilma está explicada pela intenção dos periódicos em influenciar a agenda de prioridades do governo e dos agentes políticos.

A menção a certos agentes políticos é, enfim, uma forma de as empresas jornalísticas pressionarem por legislações e por medidas que julgam prioritárias, na medida em que são instituições dotadas de interesses políticos e econômicos próprios. A diferença em relação a empresas de segmentos distintos é a possibilidade de utilizarem-se do artifício de apresentarem tais pleitos como de interesse público, evitando assumir claramente quais são suas demandas.

Respondendo à pergunta formulada no título do trabalho, pode-se dizer que o jornalismo político praticado nos editoriais dirige-se a agentes políticos detentores de poder de decisão ou a instituições significativas para a democracia e para o sistema político do país, sendo uma maneira de os periódicos estabelecerem um diálogo com eles e os pressionarem quanto à adoção de agendas que julgam prioritárias – procurando formatar a agenda de preocupações da sociedade e do campo político. Ou seja, se o material noticioso já tende a visibilizar agentes políticos que detêm algum poder, pode-se dizer que, nos editoriais, O Estado de S. Paulo e a Folha de S. Paulo dirigem-se àqueles ainda mais poderosos,

8 Bresser-Pereira (2015) faz certo contraponto a esses autores, ressaltando que o poder do presidente em um regime presidencialista é menor do que se julga, e que consiste, na maior parte, em nomear e demitir seus auxiliares – não obstante reconhecer que é o agente com maior soma de poder neste tipo de regime.

endereçando-se diretamente à elite política do país, tornando o acesso à esfera de visibilidade pública ainda mais restrito.

Os achados deste trabalho apontam para a necessidade de desenvolver-se os critérios de editorialidade (Mont'Alverne e Marques, 2016), tendo em vista que um ponto crucial na produção noticiosa (visibilidade aos agentes ocupantes de cargos) não se confirma nos editoriais. Uma pesquisa futura pode debruçar-se sobre todos os editoriais de um período específico, sem seleção de palavras-chave, a fim de perceber se os resultados são essencialmente diferentes. Além disso, seria interessante observar se, no caso de as palavras-chave compoem a seleção serem relativas ao Executivo, o Legislativo e seus integrantes apareceriam com tanto destaque quanto os agentes do Executivo estão presentes nas peças analisadas neste artigo.

Deve-se observar, ainda, que o padrão de comportamento dos periódicos pode ser diferente, caso não se tratem de jornais de alcance nacional. No caso de publicações com circulação mais local do que Folha de S. Paulo ou O Estado de S. Paulo, os líderes políticos da região podem ser aqueles priorizados nos editoriais, em detrimento de figuras de projeção nacional. Assim, é possível que os critérios de produção dos editoriais alterem-se de acordo com o contexto, o que pode ser comprovado com investigação específica sobre a questão.

Referências

- ALBÆK, E. *et al.* *Political journalism in comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
- ALBRIGHT, S. Opinion readership scores higher than common wisdom predicts. *The Masthead*, v. 47, n. 1, p. 5, 1995.
- ALLGAIER, J. *et al.* Medialized science? *Journalism Practice*, v. 7, n. 4, p. 413-429, 2013.
- AMORIM NETO, O. O Poder Executivo, centro de gravidade do sistema político brasileiro. In: AVELAR, L.; CINTRA, A. O. (Orgs.). *Sistema político brasileiro: uma introdução*. São Paulo: Editora Unesp, 2007.

- ARMAÑANZAS, E.; NOCÍ, J. D. *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*. Lejona: Universidad del País Vasco, 1996.
- AZEVEDO, F. *Imprensa e Legislativo: os editoriais da Folha de S. Paulo sobre o Senado (2003-2004)*. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 14., 2005, Niterói. *Anais...* Niterói: Compós, 2005.
- _____. *A grande imprensa brasileira: paralelismo político e antipetismo (1989-2014)*. 2016. Tese (obtenção de cargo de professor titular) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2016.
- AZEVEDO, F.; CHAIA, V. O Senado nos editoriais dos jornais paulistas (2003-2004). *Opinião Pública*, v. 14, n. 1, p. 173-204, 2008.
- BELMINO, S.; CARVALHO, A. A Fortaleza da Copa do Mundo: o legado como ferramenta de legitimação do megaevento esportivo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 11, n. 2, p. 390-401, 2014.
- BELTRÃO, L. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BILLEAUDEAUX, A. et al. Newspaper editorials follow lead of Bush administration. *Newspaper Research Journal*, v. 24, n. 1, p. 166-184, 2003.
- BRESSER-PEREIRA, L. C. *A construção política do Brasil*. São Paulo: Editora 34, 2015.
- COOK, T. E. House members as newsmakers: the effects of televising congress. *Legislative Studies Quarterly*, v. 11, n. 2, p. 203-226, 1986.
- _____. *Making laws and making news*. Washington: The Brookings Institution, 1989.
- _____. *Governing with the news*. Chicago: The University of Chicago Press, 2005.
- CORREIA, J. C. *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. Covilhã: LabCom Books, 2011.
- CORREIA, R. *Para quem escrevem os jornalistas?* Covilhã: LabCom Books, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-rita-para-quem-escrevem-os-jornalistas.pdf>>. Acesso em: 31 maio 2017.
- DONGES, P. Media democracy. In: MAZZOLENI, G. (Ed.). *The International Encyclopedia of Political Communication*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2015.

- EILDERS, C. Synchronization of issue agendas in news and editorials of the prestige press in Germany. *The International Journal of Communications Research*, v. 24, n. 3, p. 301-328, 1999.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. H. A estrutura do noticiário estrangeiro. In: TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1999.
- GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- _____. Mapeando a audioesfera política brasileira: os soundbites políticos no Jornal Nacional. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 17., 2008, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Compós, 2008.
- _____. *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2009.
- GRADIM, A. *Manual de Jornalismo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2000.
- GUERREIRO NETO, G. Da opinião à identidade: características do editorial em dois jornais brasileiros. *Sobre Jornalismo*, v. 5, n. 2, p. 92-105, 2016.
- HALLIN, D. C. Sound bite news: television coverage of elections, 1968-1988. *Journal of Communication*, v. 42, n. 2, p. 5-24, 1992.
- HALLOCK, S. M. *Editorial and opinion*. Praeger: Westport, 2007.
- HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, v. 2, n. 2, p. 261-280, 2010.
- INÁCIO, M. Estrutura e funcionamento da Câmara dos Deputados. In: MELO, C. R.; SÁEZ, M. A (Orgs.). *A democracia brasileira: balanço e perspectivas para o século XXI*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.
- IZADI, F.; SAGHAYE-BIRIA, H. A discourse analysis of elite American newspaper editorials: the case of Iran's nuclear program. *Journal of Communication Inquiry*, London, v. 31, n. 2, p. 140-165, 2007.
- JORGE, V. L. A cobertura do Congresso Nacional pelos jornais brasileiros, 1985-1990. *Estudos Históricos*, v. 31, p. 64-82, 2003.
- KAHN, K. F.; KENNEY, P. J. The slant of the news: how editorial endorsements influence campaign coverage and citizens views of candidates. *American Political Science Review*, v. 96, n. 2, p. 381-394, 2002.

- KAPLAN, R. The origins of objectivity in American journalism. In: ALLAN, S. (Ed.). *The Routledge companion to news and journalism*. New York: Routledge, 2012. p. 25-37.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LASCH, C. Journalism, publicity, and the lost art of argument. *Kettering Review*, Spring, p. 44-50, 1995.
- LIMONGI, F. Presidencialismo e governo de coalizão. In: AVRITZER, L.; ANASTASIA, F. (Orgs.). *Reforma política no Brasil*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MELTZER, K. Newspaper editorial boards and the practice of endorsing candidates for political office in the United States. *Journalism*, v. 8, n. 1, p. 83-103, 2007.
- MIGUEL, L. F. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 20, p. 115-134, 2003.
- _____. *Democracia e representação: territórios em disputa*. São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. A produção da imparcialidade a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 25, n. 73, p. 59-76, 2010.
- MIGUEL, L. F.; COUTINHO, A. D. A. A crise e suas fronteiras: oito meses de “mensalão” nos editoriais dos jornais. *Opinião Pública*, Campinas, v. 13, n. 1, p. 97-123, 2007.
- MIOLA, E. *Sistema deliberativo e tensões entre interesses públicos e privados: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na imprensa*. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.
- MONT’ALVERNE, C.; MARQUES, F. P. J. A. Jornalismo político e imagem pública: Dilma Rousseff nos editoriais do jornal O Estado de S. Paulo. *Contracampo*, v. 28, n. 3, p. 93-115, 2013.
- _____; _____. A pauta do dia: um estudo sobre o agendamento do Congresso Nacional brasileiro nos editoriais da Folha de S. Paulo e de O Estado de S. Paulo. *Brazilian Journalism Research*, v. 12, n. 2, p. 120-147, 2016.

- NOVELLI, A. L. C. R. *Imagens cruzadas: a opinião pública e o Congresso Nacional*. Brasília: Senado Federal, 2010.
- OROSA, B. G.; GARCÍA, X. L.; SANTORUM, S. G. Análisis de la adaptación a la red en los editoriales on line de cinco países europeos. *Revista Latina de Comunicación Social*, v. 68, p. 408-501, 2013.
- RODRIGUES, M. R. *Imprensa, Congresso e democracia*. 1997. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 1997.
- RUPAR, V. Newspapers' production of common sense: the "greenie madness" or why should we read editorials? *Journalism*, v. 8, n. 5, p. 591-610, 2007.
- SÁNCHEZ, J. P. B.; MEJÍA, D. N. El artículo editorial en la construcción de realidades. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 9, p. 55-62, 2003.
- SELLERS, P. *Cycles of spin: strategic communication in the U.S. Congress*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- SHABIR, G. *et al.* A comparative analysis of the editorials of The Nation and The News: the case study of Pak-India relations issues (2008-2010). *Journal of Political Studies*, n. 25, p. 41-59, 2014.
- STRÖMBÄCK, J. Mediatization. In: MAZZOLENI, G. (Ed). *The International Encyclopedia of Political Communication*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2015.
- STRÖMBÄCK, J.; NORD, L. Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European Journal of Communication*, v. 21, n. 2, p. 147-164, 2006.
- STRÖMBÄCK, J.; VAN AELST, P. Why political parties adapt to the media. *International Communication Gazette*, v. 75, n. 4, p. 341-358, 2013.
- TAMBOSI, O. Informação e conhecimento no jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 2, n. 2, p. 31-38, 2005.
- TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são?* Florianópolis: Insular, 2005.

- TUCHMAN, G. *Making news: a study in the construction of reality*. Houston: Free Press, 1978.
- VAN AELST, P. *et al.* The fourth estate as superpower? *Journalism Studies*, v. 9, p. 494-511, 2008.
- VAN DALEN, A. Journalism, political. In: MAZZOLENI, G. (Ed.). *The International Encyclopedia of Political Communication*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2015.
- VELOSO, R. B.; MARQUES, F. P. J. O jornalismo e as fontes no processo de construção da realidade: um estudo da cobertura sobre segurança pública no jornal “O Povo” entre 2011 e 2013. *Ciberlegenda*, v. 34, p. 92-116, 2016.

Resumo

A literatura sobre jornalismo político indica que aqueles agentes ocupando cargos de maior hierarquia tendem a dispor de maior cota de visibilidade no noticiário. A fim de esclarecer as relações entre o cargo ocupado pelo agente político ou o fato de tratar-se de uma instituição e o grau de visibilidade do qual se dispõe, este artigo busca compreender como funcionam os parâmetros de escolha editorial, por meio de mapeamento das personagens e instituições mencionadas por 185 editoriais dos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo sobre o Congresso Nacional. O trabalho propõe três hipóteses: H1 – há correlação positiva entre tratar-se de uma instituição e a quantidade de menções recebidas nos editoriais; H2 – há correlação positiva entre ocupar cargo nos campos político e econômico ou no Judiciário e a quantidade de menções recebidas nos editoriais; e H3 – uma vez que os editoriais compoem o *corpus* tratam do Congresso Nacional, as duas Casas (Câmara e Senado) e os agentes integrantes do Legislativo são os mais mencionados pelas peças. Para testar as hipóteses, utilizou-se estatística descritiva. Também se aplicou um teste-*t*, uma regressão múltipla e observou-se o valor-*p* para os dados. Apenas a primeira hipótese foi confirmada por completo, enquanto a segunda foi refutada e a terceira foi confirmada em parte. Os dados contradizem a literatura sobre jornalismo político. Apenas agentes políticos muito poderosos, a exemplo do presidente da República, obtêm visibilidade nos editoriais, pois se priorizam menções a instituições. Assim, o jornalismo político praticado nos editoriais dirige-se

a agentes políticos detentores de poder de decisão ou a instituições significativas para a democracia e para o sistema político do país, tornando o acesso à esfera de visibilidade pública ainda mais restrito.

Palavras-chave: editorial; fonte jornalística; jornalismo político; critérios de noticiabilidade; esfera de visibilidade pública.

Abstract

The literature concerning political journalism indicates that those agents in higher hierarchy positions tend to receive more visibility in news. Aiming to enlighten relations between the office held by a political agent or the fact it is an institution and the amount of visibility they receive, the article seeks to understand the parameters to editorial production. We identify agents and institutions mentioned by 185 editorials of two Brazilian newspapers, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. The article has three hypotheses: H1 – there is a positive correlation between being an institution and the amount of mentions received in editorials; H2 – there is a positive correlation between holding an office and the amount of mentions received in editorials; and H3 – once editorials integrating the *corpus* deal with Brazilian Congress, both Houses (House of Representatives and Senate) and political agents belonging to Legislative Power are the most mentioned by the pieces. We used descriptive statistics to test the hypotheses. We have also applied a *t*-test, multiple regressions and examined the *p*-value of data. Only the first hypothesis was confirmed. The second one was denied and the third was partially confirmed. Only very powerful political agents, such as the president, have visibility in editorials. The priority was mentions to institutions. Political journalism practiced in editorials is addressed to political agents that have the power of executing things or to important institutions to democracies. So, the access to public sphere is even more restricted in those texts.

Keywords: editorial; journalistic source; political journalism; noticiability criteria; public sphere.

Recebido em 10 de fevereiro de 2017.

Aprovado em 23 de maio de 2017.