

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ESTUDOS DE MÉDIA E JORNALISMO

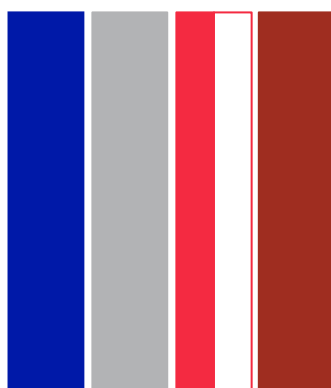
A construção da agenda política na Folha de São Paulo

Uma análise comparativa

Rodrigo de Araújo Lima Passos

M

2021



Rodrigo de Araújo Lima Passos

Tabela 1 – Mecanismos de controle político

A construção da agenda política na Folha de São Paulo

Uma análise comparativa

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pela Professora Doutora Helena Laura Dias de Lima

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2021

Rodrigo de Araújo Lima Passos

A construção da agenda política na Folha de São Paulo

Uma análise comparativa

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pela Professora Doutora Helena Laura Dias de Lima

Membros do Júri

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: (escreva o valor) Valores

Aos meus pais, meus avós, Branca e Hank

Sumário

Declaração de honra	5
Agradecimentos	6
Resumo	7
Abstract	8
Índice de Tabelas.....	9
Índice de Gráficos.....	10
Introdução.....	11
1.Jornalismo e Sociedade.....	14
1.1. O Quarto Poder: o jornalismo como fiscal da sociedade	15
1.2. Muito além do Quarto Poder: o jornalismo cumprindo a função de “cão de guarda”	16
1.3. A construção da opinião pública: o mito da imparcialidade	19
2.Jornalismo, rotinas e questões: critérios da construção das notícias	24
2.1. O que é notícia? Os critérios de noticiabilidade	26
2.2. Sociologia do jornalismo: aprofundamento do debate sobre a influência do jornalismo na sociedade	30
2.3. Agenda-setting: algumas questões e conceitos	33
2.3.1. A construção do sentido comunitário nas notícias.....	39
2.4. <i>Framing</i> : direcionamento da perspectiva discursiva das notícias	41
3.Jornalismo especializado.....	45
3.1. Jornalismo Político: particularidades e a repercussão social	47
3.2. As fontes de informação: breve discussão sobre os influenciadores das notícias	53
3.3. A relação entre jornalistas e fontes de informação	54
4.Enquadramento da investigação.....	59
4.1. Objetivos, questões e hipóteses.....	62
4.2. Metodologia	64
5.Resultados.....	67
5.1. Análise do comportamento de formato	67
5.2. Análise do comportamento das fontes em Notícias	69
5.3. Análise do comportamento das fontes em Reportagens/Especiais	72
5.4. Análise do comportamento das fontes em Entrevistas.....	77

Conclusão ou Considerações Finais.....	82
Referências Bibliográficas	87
Anexos.....	94
Anexo 1 – Tabelas de análise	94
Anexo 1.1 – Identificação das fontes	94
Anexo 1.2 – Identificação dos meios de atuação	95
Anexo 1.3 – Identificação do grau de confidencialidade	96
Anexo 1.4 – Fontes x Grau de confidencialidade	97
Anexo 1.5 – Fontes x Meio onde fontes atuam	98
Anexo 2 – Tabelas de amostras preenchidas - 2003	99
Anexo 2.1 – Identificação das fontes - 2003 - Entrevistas	99
Anexo 2.2 – Identificação das fontes - 2003 - Reportagens/Especiais.....	100
Anexo 2.3 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias	101
Anexo 2.4 – Identificação das fontes - 2003 - Onde as fontes atuam.....	102
Anexo 2.5 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias - Grau de confidencialidade	103
Anexo 2.6 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias - Atores x Confidencialidade	104
Anexo 2.7 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam.....	105
Anexo 2.8 – Identificação por Formato - 2003.....	106
Anexo 3 – Tabelas de amostras preenchidas - 2007	107
Anexo 3.1 – Identificação das fontes - 2007 - Entrevistas	107
Anexo 3.2 – Identificação das fontes - 2007 - Reportagens/Especiais.....	108
Anexo 3.3 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias	109
Anexo 3.4 – Identificação das fontes - 2007 - Onde as fontes atuam.....	110
Anexo 3.5 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias - Grau de confidencialidade	111
Anexo 3.6 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias - Atores x Confidencialidade	112
Anexo 3.7 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam.....	113
Anexo 3.8 – Identificação por Formato - 2007.....	114
Anexo 4 – Tabelas de amostras preenchidas - 2011	115
Anexo 4.1 – Identificação das fontes - 2011 - Entrevistas	115
Anexo 4.2 – Identificação das fontes - 2011 - Reportagens/Especiais.....	116
Anexo 4.3 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias	117
Anexo 4.4 – Identificação das fontes - 2011 - Onde as fontes atuam.....	118
Anexo 4.5 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias - Grau de confidencialidade	119

Anexo 4.6 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias - Atores x Confidencialidade	120
Anexo 4.7 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam.....	121
Anexo 4.8 – Identificação por Formato - 2011.....	122
Anexo 5 – Tabelas de amostras preenchidas - 2015	123
Anexo 5.1 – Identificação das fontes - 2015 - Entrevistas	123
Anexo 5.2 – Identificação das fontes - 2015 - Reportagens/Especiais.....	124
Anexo 5.3 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias	125
Anexo 5.4 – Identificação das fontes - 2015 - Onde as fontes atuam.....	126
Anexo 5.5 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias - Grau de confidencialidade	127
Anexo 5.6 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias - Atores x Confidencialidade	128
Anexo 5.7 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam.....	129
Anexo 5.8 – Identificação por Formato - 2015.....	130
Anexo 6 – Tabelas de amostras preenchidas - 2016-17.....	131
Anexo 6.1 – Identificação das fontes - 2016-17 - Entrevistas	131
Anexo 6.2 – Identificação das fontes - 20016-17- Reportagens/Especiais	132
Anexo 6.3 – Identificação das fontes - 2016-17 - Notícias	133
Anexo 7 – Tabelas de amostras preenchidas - 2019	134
Anexo 7.1 – Identificação das fontes - 2019 - Entrevistas	134
Anexo 7.2 – Identificação das fontes - 2019 - Reportagens/Especiais.....	135
Anexo 7.3 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias	136
Anexo 7.4 – Identificação das fontes - 2019 - Onde as fontes atuam.....	137
Anexo 7.5 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias - Grau de confidencialidade	138
Anexo 7.6 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias - Atores x Confidencialidade	139
Anexo 7.7 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam.....	140
Anexo 7.8 – Identificação por Formato - 2019.....	141

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 30 de setembro de 2021

Rodrigo de Araújo Lima Passos

Agradecimentos

Muitas pessoas fizeram parte dessa conquista e eu serei incapaz de agradecer nessas poucas linhas. As contribuições foram imensas e a minha gratidão é infinita. Muito obrigado.

Quero agradecer a professora Helena Lima por todos os conselhos, todos os direcionamentos, por cada palavra de apoio e por ter sido, na essência da palavra, a minha orientadora. Quando tudo parecia turvo, as palavras de incentivo me faziam crer que era possível.

Aos demais professores da Universidade do Porto, que me estimularam em diversas questões e me ajudaram a amadurecer academicamente durante a minha trajetória como aluno do mestrado.

Aos amigos e amigas que eu fiz na Cidade do Porto e em Madrid, que acabaram se tornando a minha família durante esse período e que, sem dúvidas, ainda temos muitas páginas em branco para escrever no livro da vida.

Meu pai (Geraldo), minha mãe (Patrícia), meus avós (Tete, Zita e Geraldo), meu padrinho (Ricardo), que participaram desde sempre da minha educação, me permitindo chegar onde cheguei, seja lá onde for. Sem vocês, nada seria possível.

Meus amigos e amigas que à distância continuaram me proporcionando as melhores conjecturas possíveis. Ao futebol, à política e à mesa de bar.

Em especial, a minha companheira Branca Alves, que decidiu compartilhar a sua vida comigo, embarcou nesse sonho, e que divide comigo a dor e a delícia de ser quem somos.

E ao meu vira-lata Hank, que não se cansa de me ensinar coisas sobre a vida.

Muito obrigado!

Resumo

Compreender a relação entre os jornalistas e as fontes de informação é importante pela relevância do papel da comunicação na construção da opinião pública. Por isso, é habitual ver investigações sobre as rotinas da construção das notícias, a relação entre os jornalistas e fontes, e a evolução desses personagens com o advento da tecnologia e das relações econômicas. Essa relação torna-se ainda mais perceptível no jornalismo político, editoria que discute os temas de interesse nacional. A presente investigação estuda a relação que se estabeleceu entre as fontes de informação na cobertura política realizada pela Folha de São Paulo, entre os anos de 2003 e 2019. A amostra foi coletada em anos construídos e conta com 3.548 notícias, 35 reportagens/especiais, 152 entrevistas e 1608 breves, que foram categorizadas por formato. Foram selecionadas 180 notícias para categorização das fontes de neste gênero. As fontes de informação na cobertura noticiosa foram colocadas em uma tabela, para conhecer a identidade, comportamento, meio onde as fontes atuam e qual o grau de confidencialidade, utilizando métodos de análise já adotados para o estudo das fontes por Vasco Ribeiro (2006). Os resultados apontam preponderância das fontes oficiais de Poder: Executivo, Legislativo e Judiciário brasileiro, as três instituições que mais contaram com fontes de informação na cobertura política do jornal. O que denota influência do poder sobre a construção da narrativa política do país.

Palavras-chave: [jornalismo político, fontes de informação, jornalismo, sociedade]

Abstract

Understanding the relationship between journalists and sources of information is important because of the relevance of the role of communication in building public opinion. Therefore, it is common to observe investigations into the routines of news construction, the relationship between journalists and their sources, and the evolution of these characters with the advent of technology and economic relations. This relationship becomes even more noticeable in political journalism, a section that discusses themes of national interest. The present investigation studies the relationship established between the sources of information in the political coverage carried out by Folha de São Paulo, between 2003 and 2019. The sample was collected in constructed years and has 3,548 news, 35 reports/specials, 152 interviews and 1608 briefs, which were categorized by format. 180 news were selected for categorization of sources in this genre. The sources of information in the news coverage were placed in a table, in order to know the identity, behavior, environment where the sources operate and the degree of confidentiality, using analysis methods already adopted for the study of sources by Vasco Ribeiro (2006). The results show a preponderance of official sources of power: Executive, Legislative and Brazilian Judiciary, the three institutions that had the most sources of information in the newspaper's political coverage. Which denotes the influence of power on the construction of the country's political narrative.

Key-words: [political journalism, source of information, journalism, society]

Índice de Tabelas

TABELA 1 – MECANISMOS DE CONTROLE POLÍTICO	51
TABELA 2 - ANÁLISE DE FORMATO POR ANO	68

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM NOTÍCIAS	69
GRÁFICO 2- FONTES DE INFORMAÇÃO X GRAU DE CONFIDENCIALIDADE EM NOTÍCIAS.....	71
GRÁFICO 3- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM REPORTAGENS/ESPECIAIS EM 2003	72
GRÁFICO 4- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM REPORTAGENS/ESPECIAIS EM 2007	73
GRÁFICO 5- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM REPORTAGENS/ESPECIAIS EM 2011	74
GRÁFICO 6- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM REPORTAGENS/ESPECIAIS EM 2015	75
GRÁFICO 7- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM REPORTAGENS/ESPECIAIS EM 2019	76
GRÁFICO 8- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM ENTREVISTAS EM 2003	77
GRÁFICO 9- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM ENTREVISTAS EM 2011	78
GRÁFICO 10- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM ENTREVISTAS EM 2015	79
GRÁFICO 11- FONTES DE INFORMAÇÃO (ATORES) EM ENTREVISTAS EM 2019	80

Introdução

O jornalismo cumpre um papel fundamental na construção da opinião pública e, por isso, a atividade jornalística é alvo de estudos e pesquisas sobre os temas que abordam desde as técnicas (e o seu processo evolutivo), mas também a evolução da comunicação e a sociedade.

Assim como no ambiente social, os dilemas da atividade jornalística passaram por um processo de transformação. Desde a concepção do “Quarto Poder”, quando os jornais eram considerados os fiscais dos poderes, a consolidação dos modelos de negócios que se tornaram os veículos de comunicação e, em consequência disso, o estreitamento da relação entre os conglomerados de comunicação e os representantes dos poderes.

À medida que as tecnologias foram inseridas no cotidiano das redações, a relação de trabalho mudou, condição similar ao processo da Revolução Industrial. Máquinas substituíram trabalhos humanos, o tempo de execução de algumas tarefas foi reduzido. Um dos exemplos trata-se da impressão, que conseguiu atingir grandes tiragens e reforçar o modelo de negócio, na ocasião do que ficou conhecido como *penny press*.

Mas ao passo que conseguiu otimizar algumas etapas do processo, ao longo dos anos, as redações se tornaram cada vez mais enxutas, com menos profissionais, que precisam estar no ritmo da internet. O próprio conteúdo produzido nessa nova rotina também mudou o perfil do que era produzido no jornal impresso. O tempo da notícia mudou. Em paralelo, a profissionalização da comunicação e das fontes de informação também mudou o acesso e a relação entre os jornalistas e essas fontes.

As fontes de informação se tornaram cada vez mais importantes na construção das notícias, presentes no dia a dia dos profissionais de comunicação. Principalmente por se tratarem, muitas vezes, de profissionais que entendem dessa rotina e, por isso, tendem a entregar um material pronto e de qualidade. Que, em grande maioria, atende aos critérios técnicos estabelecidos para a construção das notícias.

E o jornalismo, que ao longo dos anos se consolidou como fundamental para a construção da agenda política e da opinião pública em sociedades democráticas, corre o risco de estar sendo apenas um veículo de difusão de perspectivas de representantes do poder. O que se torna problemático se se levar em consideração o tipo de debate público que está sendo proposto socialmente e com que viés.

Este estudo tem como objetivo identificar quais são as fontes de informação que estão presentes na cobertura política da Folha de São Paulo, entre os anos 2003 e 2018. Um período que contempla os dois mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, Dilma Rousseff e o seu processo de *impeachment*, até o primeiro ano do presidente Jair Bolsonaro.

A pesquisa manteve o enfoque apenas no caderno responsável pela cobertura política nacional, analisando os formatos: notícias, reportagens/especiais, breves e entrevistas. Em relação ao formato, foi possível numerar os tipos mais comuns durante o período. No caso das notícias, formato escolhido para análise mais minuciosa, foi possível perceber qual o tipo de fonte mais presente na cobertura, os meios em que essas fontes atuam e o grau de confidencialidade.

Levando em consideração que a Folha de São Paulo é um dos mais importantes veículos de comunicação do Brasil, o estudo pode ser considerado uma boa perspectiva do que pode ser um comportamento comum da cobertura política no Brasil. Principalmente porque trata-se, muitas vezes, de um veículo modelo, que significa que algumas práticas são replicadas em níveis estaduais e municipais em todo o território nacional.

O papel do jornalismo na construção da opinião pública é de fundamental importância nas sociedades democráticas. Não por acaso, a profissão carrega consigo o título de Quarto Poder, àquele que deveria fiscalizar os demais poderes institucionais. Há uma relação muito estreita entre as fontes de informação e os jornalistas. De um lado, os jornalistas que desejam produzir peças noticiosas, seguindo os critérios técnicos. Do outro, as fontes de informação, que trabalham para a construção da imagem positiva, fazendo chegar ao público apenas os temas positivos. Em paralelo, os veículos de

comunicação também são empresas e pertencem a grupos de comunicação, que também defendem interesses. Essa relação entre as três esferas de interesses na construção do fazer da notícia define que tipo de informação chega ao público, sob qual perspectiva e com que tipo de narrativa.

1. Jornalismo e Sociedade

O papel da imprensa foi bastante discutido nos anos seguidos à Primeira Guerra Mundial, principalmente depois do caráter propagandista que muitos veículos de comunicação adotaram. O protagonismo da imprensa, à época, pode ser justificado pela expansão que os meios de comunicação passavam no período que antecedeu as guerras. “Podemos verificar a expansão vertiginosa da imprensa com dados estatísticos sobre o aumento das tiragens e o aumento do número de jornais em França ao longo do século XIX” (Traquina, 2002, p. 21). Um exemplo que possa justificar a afirmativa é que às vésperas da Primeira Guerra, que foi entre 1914 e 1918, na França, “o número de jornais aumentou de 49 em 1830, para 73 em 1867, 220 em 1881 e 322 em vésperas da I Guerra Mundial” (Traquina, 2002, p. 21). Já no período pós Segunda Guerra Mundial, em 1947, a Comissão Hutchins considerou as grandes agências da comunicação de massa agentes intermediários legítimos do debate público (Kovach & Rosenstiel, 2004).

Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004) afirmam que “os jornais, além de serem veículos daquilo a que chamamos de notícias, são também os instrumentos comuns do relacionamento social através dos quais os Cidadãos desta vasta república conversam e debatem constantemente assuntos de interesses públicos” (id., p.140). Ainda sobre o papel da imprensa no debate público e seu protagonismo social, José Martí (1942, citado em Beltrão, 1992, p. 60) afirma que um dos seus deveres é “estabelecer e fundamentar ensinamentos, se pretende que o país a respeite, e que, conforme os seus serviços e merecimentos, a proteja e honre”.

Já no período pós-guerra, a imprensa passa por um grande fortalecimento, principalmente depois de se consolidar um modelo de negócio, nesse contexto, atuando no livre comércio, com o viés capitalista, ou seja, empresas que precisam e visam o lucro. Esse último detalhe poderá ser considerado como um norteador na tomada de decisões dos seus representantes e das relações que serão construídas entre essas empresas e os poderes. Um cenário ideal se construiu para alimentar o crescimento exponencial da imprensa como, por exemplo, o surgimento de leitores

ávidos. Nesse caso, o acesso às notícias e jornais não eram mais restritos aos mais eruditos, uma lógica fortalecida após o surgimento da Penny Press, a partir da década de 1830. Há de se levar em consideração também a expansão tecnológica, que permitiu a criação de máquinas que tornaram a produção de edições impressas, por exemplo, em escalas industriais e significativamente maiores.

1.1. O Quarto Poder: o jornalismo como fiscal da sociedade

Apesar de causar incongruências nas opiniões, o papel dos veículos de comunicação na construção e consolidação dos sistemas democráticos é reforçado nessa ideia de 'Quarto Poder'. O termo 'Quarto Poder', no entanto, surge um pouco antes, em volta de 1819, quando um parlamentar britânico apontou para a galeria onde os jornalistas ficavam no Parlamento inglês e os apelidou de Fourth Estate (Traquina, 2002). Este autor afirma sobre a democracia que a mesma “não pode ser imaginada como um sistema de governo sem liberdade, e o papel central do jornalismo, na teoria democrática, é informar o público sem censura” (id., p. 12). E continua, “tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo, sem liberdade, ou é farsa ou é tragédia” (ibid.). Para isso, o autor utiliza o conceito do 'triângulo', concepção associada à teoria democrática que relaciona o Poder como sendo o topo de uma pirâmide, o jornalismo na sua ponta esquerda e a Opinião Pública na sua ponta direita, por exemplo. (id., p. 135)

Em sistemas políticos não democráticos, o controle da imprensa é realizado, naturalmente, de maneira mais rígida. Um maior ou absoluto controle dos meios de comunicação por parte do Estado. Por outro lado, em sociedades democráticas, maior é a liberdade que a imprensa tem de exercer sua atividade profissional. Ainda que assim, e talvez por ser livre, é passível de eventuais questionamentos sobre posturas adotadas no que diz respeito a alguns debates públicos. Nesse caso, na condução da cobertura de determinados temas. Curran (2016) defende que as pessoas precisam ser plenamente informadas de modo que sejam capazes de identificar aquilo que seria seu interesse particular, tanto quanto o que pode ser de interesse público. “Elas poderão exercitar melhor um julgamento independente e resistir à manipulação por apelos

emocionais e fatos seletivos quando munidos de um bom jornalismo. Uma democracia saudável precisa ter uma boa informação tanto quanto entretenimento” (Curran, 2016, p. 28).

Um dos elementos considerados um dos pilares para garantir a influência por parte dos veículos de comunicação é a credibilidade dos profissionais e das empresas. É a confiança que foi construída no decorrer dos anos, mediante a atuação que a livre imprensa teve. Aqui pode-se recorrer mais uma vez à ideia de que a imprensa deve trabalhar para que a sociedade tome ciência da sua importância e parta em sua defesa. Algo que pode ser exemplificado no reconhecimento da importância dada pela audiência aos meios de comunicação.

1.2. Muito além do Quarto Poder: o jornalismo cumprindo a função de “cão de guarda”

Na edição de julho-setembro de 2017 do periódico O Correio da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura), Sanita Jemberga, uma das fundadoras da Re:Baltica, uma organização de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, afirmou que em uma democracia, o jornalismo investigativo é uma necessidade fundamental para cobrar responsabilidade dos que estão no poder. “Sem a escrita investigativa, teríamos de sobreviver sob um regime de notícias diárias, conteúdo governamental pago e fofocas sobre celebridades. O jornalismo, portanto, funcionaria não como cão de guarda, mas como animal de estimação dos poderosos” (Jemberga, 2017, p. 24).

Em 2011, a UNESCO também lançou a publicação Story-Based Inquiry: A manual for investigative journalists, onde afirmava que o papel do jornalismo investigativo era expor ao público os assuntos ocultos. Essa exposição deveria ser realizada deliberadamente por alguém em posição de poder ou acidentalmente, por trás de uma massa de fatos e circunstâncias que escondem a compreensão. Para isso, seriam utilizados documentos e fontes secretas e abertas.

“Os relatórios investigativos usam material objetivamente verdadeiro (...) em direção ao objetivo subjetivo de reformar o mundo. Essa não é uma licença para mentir por

uma boa causa. É uma responsabilidade, aprender a verdade para que o mundo possa mudar” (Hunter et al., 2011, p. 8).

Enquanto as reportagens de caráter convencional dependem, na maioria das vezes, de materiais fornecidos por terceiros, o que podemos considerar as fontes de informação, podemos afirmar que se tratam, portanto, de conteúdos reativos, que reagem aos estímulos provocados pelas suas fontes. Em contrapartida, apesar de se utilizar de fontes e documentos oficiais, o jornalismo investigativo se dá muito pela iniciativa própria do repórter. Nesse caso, o profissional também pode realizar seu trabalho em parceria com alguma fonte de informação. Mas não se trata apenas de uma reação, tendo em vista que o material investigativo demanda muito mais do que a pura exposição das informações obtidas.

É nesse momento que podemos associar o conceito de jornalismo de cão de guarda, o Watchdog, com o jornalismo investigativo. É o que Aldo Schmitz (2018) alega que ao desempenhar o papel de guardião, “o jornalista promove críticas, deliberações e diversidade de opinião. Isso possibilita que os cidadãos examinem os governos e outros atores poderosos, identificando as demandas públicas e políticas” (Schmitz, 2018, p. 4). O autor considera que o apogeu desse modelo aconteceu no famoso caso Watergate. Em resumo, os jornalistas Bob Woodward e Carl Bernstein, na ocasião, profissionais do Washington Post, investigaram a motivação do arrombamento do comitê do Partido Democrata americano e, seguindo pistas de uma fonte sigilosa, conseguiram produzir uma série de reportagens que culminou na renúncia do então presidente Richard Nixon, em 1974.

Nesse sentido, Schmitz considera que esta pode ser considerada a “reportagem investigativa original”, momento em que os profissionais de comunicação utilizam técnicas como de uma investigação policial para construir a sua peça investigativa. Kovach e Rosenstiel (2003) indicam duas outras espécies de reportagem. A primeira é a “investigação interpretativa”, que trata de desdobramentos e novas abordagens de fatos já conhecidos. Ou seja, nesse caso, não possuem o caráter desconhecido inicial do fato. E o segundo modelo é a “reportagem sobre investigações”, que diz respeito às matérias jornalísticas que revelam ou acompanham investigações de outros. No Brasil,

o caso mais recente pode ser o realizado pelo The Intercept Brasil, com o que ficou conhecido como a 'Vaza-Jato'.

A questão é que para realizar o trabalho investigativo, o jornalista precisa de autonomia. Schmitz (2018) buscou os dados da análise de conteúdo do modelo Watchdog do projeto Journalistic Role Performance, que considera que este procura responsabilizar os poderes públicos, as empresas e outras instituições passíveis dessa fiscalização. Por fim, o estudo evidenciou que, de um modo geral, o jornalista brasileiro das instituições analisadas pelo estudo, pouco questiona, critica menos e quase não denuncia. "Ele outorga estas tarefas aos outros (policiais, procuradores, promotores públicos), a quem recorre para praticar um 'jornalismo sobre investigações', comprovado pelo elevado índice do uso de 'investigação externa' e baixa 'apuração investigativa', evitando, inclusive, qualquer 'conflito' com os 'grupos de poder'" (Schmitz, 2018, p.13).

James Curran (2014), aponta que os relatos tradicionais defendem que os jornalistas têm como objetivo remover o véu que encobre os agentes públicos, expondo os eventuais abusos de autoridades. "O Estado deve ser o objeto principal da vigilância da imprensa, pois tem o monopólio da violência legitimada e é onde o poder repousa" (Curran, 2014, p. 32). Esta seria, portanto, uma ratificação do papel de Watchdog, que se fortalece por meio do jornalismo de investigação.

No entanto, o autor acredita que o rastreamento tradicional do cão de guarda dos governos nacionais falha "ao não perceber que o poder mundial está mudando" (id., p.33). A perspectiva de Curran (2014) parte do pressuposto de que os veículos de comunicação, em sua maioria, possuem uma produção voltada majoritariamente para as questões nacionais, sem entender que existe um novo contexto de mundo vigente. A defesa se debruça na perspectiva de que a democracia mudou. "Há duas áreas fracas da vida democrática precisando do rejuvenescimento da mídia. Uma é o sistema partidário em declínio (...) e a outra é o subdesenvolvimento da sociedade civil global" (id., p. 36).

Nesse sentido, o papel de cão de guarda não deve se restringir apenas aos aspectos de Poder Público, que poderia ser considerada uma redução ao conceito de Quarto Poder. De forma mais ampla, afirma Curran (2014), o papel do cão de guarda seja mais o de mediador de recursos investigativos de uma sociedade livre. Incluindo como membros dessa livre sociedade os informantes, personagens das elites dissidentes, os cães de guarda da sociedade civil, grupos independentes de pesquisa e os pesquisadores críticos. “Isso torna o jornalismo investigativo mais viável, em um momento em que os cortes de orçamento e a alteração de prioridades estão, com frequência, dificultando-o” (id., p. 33).

1.3. A construção da opinião pública: o mito da imparcialidade

Essa relação entre opinião pública, imprensa e os poderes construiu imagens sobre a profissão, tratada por Traquina (1999) como mitos. “De fato, o poder do mito tem envolvido a profissão de tal maneira que os jornalistas parecem ser os ‘Davids’ da sociedade matando os ‘Golias’ (aliás expresso no campo jornalístico como ‘contrapoder’)” (Traquina, 1999, p. 167).

A análise do projeto Elections News Pathways do Pew Research Center, realizada no ano de 2019 e publicada em 2020, apontou que três em cada quatro norte-americanos adultos, o que representa 73%, afirmam que, de uma forma geral, é importante a atuação dos jornalistas como vigilantes das autoridades. No entanto, os números são pouco otimistas quando o questionamento passa a ser sobre ‘como’ é realizado esse papel de fiscalizador. A pesquisa identifica que 35% dizem que os profissionais estão indo longe demais como vigilantes, 32% dizem que não estão indo longe o suficiente e 30% que estão fazendo o que é certo. Quando a avaliação passa pelo desempenho dos jornalistas sobre o governo Trump, por exemplo, a pesquisa constata que os republicanos têm uma probabilidade quatro vezes maior que os democratas de dizer que os jornalistas estão indo longe demais no papel de fiscalizador, sendo 59% contra 14%, respectivamente.

Os dados obtidos pela pesquisa citada apontam para o óbvio no que diz respeito ao papel da mídia na lógica do ‘Quarto Poder’ ou mesmo de ‘Watchdog’, basicamente

como fiscalizador dos agentes públicos. No entanto, os números passam a ficar mais incoerentes quando passam a atingir as ideologias e concepções pessoais dos entrevistados. Klapper (1974) aponta que “significa essencialmente abandonar a tendência a considerar as comunicações de massa como uma causa necessária e suficiente dos efeitos que se produzem ao público, para ver como a influência que atua, junto com outras influências, em uma situação total” (p. 7).

Já em estudo realizado em 2009, a Pew Research Center apontou que 63% dos americanos consideram imprecisas as reportagens da grande imprensa. Esse número era de 34% em 1985. Enquanto isso, 74% dos entrevistados achavam que as coberturas eram, de certa forma, tendenciosas, ratificando a ideia de que são trabalhos realizados por interesses individuais ou de grupos específicos (Marquim, 2013, p. 58).

Se a imprensa constrói sua credibilidade pelo papel que tem sobre a opinião pública, os dados que apontam números negativos acerca da credibilidade, identificados pela Pew Research Center desde 2009 e do questionamento encontrado pelo mesmo centro de pesquisa já em 2019, podem estar associados à descrença que se desenha ao redor do mundo nos meios de comunicação considerados tradicionais. Nesse caso, “a identificação dos indivíduos afirma-se cada vez menos pela adesão a princípios políticos de caráter geral e cada vez mais a referências que relevam da história, da cultura, do domínio religioso e da etnicidade” (Lipovetsky, 2010, p.65).

Uma das argumentações mais fortes contra os veículos de comunicação, e que foi citada na pesquisa de 2009 da Pew Research Center, é a relação de interesses financeiros entre os veículos de comunicação e seu produto final, nesse caso, as notícias. “No que se refere aos meios de Comunicação, [...], porque sua função de cão de guarda da sociedade civil tornou-se secundária frente a necessidade de geração de lucros com a informação, promovendo uma desconfiança semelhante no cidadão contemporâneo” (Lima & Filho, 2012, p. 44).

Klapper (1947) e McCombs (1972), por exemplo, levam em consideração o papel que a imprensa cumpre perante a opinião pública, mas também outros aspectos, como as

próprias experiências pessoais, o meio em que vivem, o grupo social que estão inseridos, etc.

Os usos dados pelos consumidores dos meios de comunicação são diversos. Alguns utilizam para o entretenimento, outros para se manterem informados, entre outros vários motivos que podem ser descritos. Curran e Seaton (2001) acreditam que as vertentes de entretenimento são agentes da influência sobre seu público quando insinuam que se as pessoas utilizam os media “para satisfazerem diferentes necessidades, também interpretarão e usarão a mesma mensagem dos media de muitas maneiras diferentes” (p.p. 324-325). Os autores ainda complementam mais especificamente no caso da comunicação política, com seu uso mais frequente expresso dos meios de comunicação sendo de vigilância, tendo em vista que a audiência vai em busca deste assunto, em específico, para adquirir informação.

Essa participação na forma como a sociedade vê o mundo revela, nesse caso, que a imprensa não possui apenas o papel de informar, tendo em vista que as notícias não são apenas o que são e a Teoria do Espelho é bastante questionável nesse contexto. Beltrão (1992) afirma que o jornalista deve provocar tanto no homem quanto na sociedade estímulos que os levem à ação, tendo em vista que o autor defende que não se daria um caráter essencial, caso essa atividade profissional fosse meramente informativa. Ideia que pode ser complementada por Kovach (2004) de que “o jornalismo deve, assim, servir de fórum para a crítica e o compromisso público” (p. 140).

Uma questão que pode ser levantada no cenário proposto por Kovach (2004) é que se o jornalismo servirá de ambiente para fórum da crítica, é preciso ter em consideração que as pessoas partem de pontos de vistas distintos. Desde a audiência, até mesmo os profissionais que constroem tal conteúdo. “Os pontos de vista podem tornar-se mais fortemente defendidos porque são reforçados pelos media. Contudo, os pontos de vista podem também definir e morrer por não receberem nenhum reforço do público” (Curran & Seaton, 2001, p. 326). Os autores concluem, contudo, que “os media têm uma relação autoritária com as suas audiências. É uma relação de dependência e confiança e fornece aos media uma base de poder potencialmente

independente na sociedade e que pode, recentemente, ter-se tornado mais poderosa” (ibid.).

É importante compreender não apenas a perspectiva da audiência para entender o papel da influência dos meios de comunicação sobre a mesma, mas perceber que a construção das notícias nos leva a uma perspectiva de que até mesmo o processo de construção corresponde aos níveis hierárquicos. São “os processos de recolha, escolha e edição de notícias, e a administração das organizações noticiosas e de entretenimento. A virtude deste método é ajudar-nos a entender que pressões moldam os objetos apresentados ao público” (Curran & Seaton, 2001, p. 328). O limite dessa perspectiva é que quando se considera que os interesses rivais se equilibram, há uma tendência em ignorar os problemas mais amplos dos interesses importantes, mas impotentes que não possuem nenhum tipo de influência.

Entman (2010) afirmou que mesmo com o esforço dos jornalistas, o enquadramento da notícia favorecia um lado sobre o outro nas disputas políticas. A ponderação foi realizada após os resultados obtidos em um estudo que acompanhou as eleições presidenciais americanas em 2008. Em que o autor também defendeu que as notícias consideradas desequilibradas, do ponto de vista do enquadramento, não surgem apenas da ideologia dos seus autores, nesse caso, os jornalistas.

“O enquadramento inclinado resulta da interação de desenvolvimento do mundo real, normas culturais e regras de decisão jornalísticas com os esforços às vezes proficientes e outras vezes desajustados das elites concorrentes para gerenciar as notícias” (Entman, 2010, p. 389).

O cenário do que se convencionou chamar de “Grandes Mídias” no Brasil, ou seja, os veículos de comunicação com grande alcance de audiência, seja jornais impressos, sites de notícias ou mesmo canais de televisão, pode ser considerado preocupante no que diz respeito à relação jornalismo-poder. E o cenário brasileiro pode ser identificado em demais democracias mundo afora.

Isso porque os principais veículos de comunicação, nas suas mais diversas mídias, estão concentrados nas mãos de poucas famílias. São oligopólios com capacidade de

informar milhões de brasileiros, concentrados em apenas sete grupos familiares. E se o jornalismo tem a capacidade de construir a opinião pública, é fundamental para qualquer ator político ter em consideração a construção de uma relação amigável com esses grupos comunicacionais.

Em decisões editoriais, esses veículos são capazes de inflamar ainda mais pequenas situações políticas no país. Mas também de tornar insignificante grandes escândalos que poderiam resultar em danos políticos aos seus envolvidos. Recentemente, no Brasil, nas eleições de 2018, o Estadão, um dos principais jornais do país, publicou um edital intitulado: “Uma escolha muito difícil”, mais precisamente no dia 08 de outubro de 2018.

Na ocasião, o jornal utilizou-se de uma falsa simetria que ainda atualmente alimenta o clima hostil na política. “De um lado, o direitista Jair Bolsonaro (PSL), o truculento apologista da ditadura militar; de outro, o esquerdista Fernando Haddad (PT), o preposto de um presidiário. Não será nada fácil para o eleitor decidir-se entre um e outro” (Estadão, 2018).

Outro momento icônico do jornalismo brasileiro foi o pedido de desculpas feito pelas Organizações Globo em um site especial do jornal O Globo, mas também no Jornal Nacional, o programa jornalístico com maior audiência no Brasil. Na ocasião, foi reconhecido como erro o apoio dado ao golpe militar no ano de 1964. O pedido de desculpas aconteceu em 2013, 49 anos depois.

Os dois exemplos brasileiros são capazes de exemplificar a construção da relação entre o poder e o jornalismo, e como, na maioria dos casos, determinados posicionamentos dos veículos de comunicação implicam muito mais o viés ideológico dos seus responsáveis, do que a proposição de um debate entre pontos de vistas distintos.

“E o enquadramento pode afetar significativamente as percepções das elites sobre a opinião pública atual e as antecipações de futuros sentimentos públicos”, (Entman, 2010, p. 393). E é a partir dessa correlação de forças que, em muitos casos, o profissional se depara com dilemas éticos na execução da sua função de informar. E também assim é possível afirmar que a imparcialidade no jornalismo é um mito.

2. Jornalismo, rotinas e questões: critérios da construção das notícias

É redundante dizer que o livre comércio, bandeira do sistema capitalista, prevê empresas que geram lucros. Os veículos de comunicação, nesse sentido, não podem ser dissociados dessa realidade. Klapper (1974) afirma que nas sociedades de livre empresa, ou seja, de livre comércio, as comunicações de massas do tipo comercial “são reconhecidas como uma força que atua necessariamente em favor do reforço dos valores culturais dominantes, estando economicamente forçadas a evitar qualquer ponto de vista posto em dúvida por qualquer percentual significativo da sua audiência potencial” (Klapper, 1974, p. 37). A ideia pode ser associada com a da socióloga Gaye Tuchman, que num estudo em análise aos fatores da objetividade dos jornalistas, relaciona o conteúdo produzido com as relações inter-organizacionais dos jornalistas, “pois as suas experiências com essas organizações levam-no a tomar por certas algumas coisas acerca delas” (Tuchman, 1971, p. 75). A autora defende que os profissionais tomam a objetividade como uma estratégia para se defender dos riscos da profissão.

“Para os jornalistas, como para os cientistas sociais, o termo ‘objetividade’ funciona como um baluarte entre eles e os críticos. Atacados devido a uma controversa apresentação de ‘fatos’, os jornalistas invocam sua objetividade” (ibid.). O produto final da produção jornalística, no entanto, não é livre da influência dos vários processos que fazem parte desse fazer jornalismo. “Antes de chegarem ao espaço público, as notícias resultam de um processo produtivo vulnerável à influência de factores externos aos news media” (Ribeiro, 2009, p. 18).

Existem diversas etapas a serem cumpridas na produção da notícia, o que coloca tal objetividade/imparcialidade como algo questionável. Traquina (1999) defende que “os jornalistas não são observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade. E as notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e de textos” (p. 168). O autor aponta alguns tópicos que

corroboram com a ideia de que todo o processo de construção da notícia, desde a apuração até a publicação, que passa por influências como, por exemplo, as narrativas (news frames), os constrangimentos organizacionais, a ordem no espaço, a ordem no tempo, a importância das fontes de notícias, as implicações da rotinização das notícias e, por fim, mas não menos importante, o fator tempo. “O repórter ‘faz conjecturas’ sobre as preferências do editor da seção local e os seus assistentes, que fazem o mesmo gênero de conjecturas em relação aos editores da seção política, e estes em relação aos editores principais, que, por sua vez, fazem conjecturas sobre as preferências do diretor, e todos eles ‘conjecturam’ a vontade do proprietário” (Tuchman, 1971, p. 77).

As narrativas são construídas partindo da pirâmide invertida, técnica do jornalismo para a produção das notícias. A realidade é que o que são considerados os acontecimentos relevantes, os que devem ter destaque, passam pela escolha dos jornalistas. Como também são eles que decidem quais são as palavras que serão utilizadas na construção dos seus textos, nos casos dos veículos de mídia impressa, por exemplo. Nesse processo estão inseridos os gatekeepers, que pode ser explicado como se na construção das notícias, os conteúdos fossem passando ou sendo excluídos pelos diversos gates (portões) que fazem parte desse processo. David Manning White (1950) exemplificou esse mecanismo como as etapas, quando os repórteres passavam as informações para o responsável pelo rewriting, do chefe das repartições públicas aos redatores responsáveis, respeitando toda a cadeia da informação, desde a produção (nesse caso, incluídos os processos de releases, por exemplo) até a publicação final. White realizou um estudo com um editor telegráfico de um matutino, profissional com 40 anos de idade, sendo 25 dedicados ao jornalismo. O veículo pertencia a uma cidade do Centro-Oeste americano, com aproximadamente 100 mil habitantes na ocasião, e tinha uma tiragem de 30 mil exemplares.

O estudo teve como objetivo identificar o que levava o tal editor a selecionar ou rejeitar os artigos produzidos por três agências noticiosas, que eram repassados por um gatekeeper hierarquicamente acima do personagem. Como conclusão, White apontou que é “um fato bem conhecido da psicologia individual que as pessoas

tendem a ter como verdade somente aqueles happenings que se adaptam às suas próprias convicções relativamente ao que é provável acontecer” (White, 1950, p. 151). Por fim, levando em consideração que se tratava de um estudo realizado apenas com um profissional, mas que ele cumpre um papel fundamental na cadeia de ‘portões’, como outros tantos profissionais como ele, White finaliza afirmando que as “razões apresentadas para a rejeição de notícias das agências noticiosas, podemos verificar como a comunicação das ‘notícias’ é subjetiva, como tem por base o conjunto de experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper” (ibid.).

Pamela Shoemaker (2009) acredita que o efeito mais óbvio que o gatekeeping produz na sua audiência é a modelagem cognitiva dos pensamentos do público. As notícias que passam os portões tendem a se tornar parte da realidade social, enquanto as notícias que ficaram para trás podem não alcançar o conhecimento público. “Mas também reconhecemos que o processo de gatekeeping pode afetar as atitudes e opiniões do público diretamente, na medida em que as mensagens de apoio ou conflitantes passam pelos portões” (Shoemaker, 2009, p.3).

A autora compara o gatekeeping com o processo de tomada de decisão de um consumidor, já que os guardiões dos portões são consumidores, produtores e distribuidores de mensagens. “Eles ‘compram’ algumas mensagens e rejeitam outras; depois que as mensagens compradas são ‘vendidas’ (literalmente, no caso dos serviços de notícias), um editor pode tomar conhecimento de um problema ambiental em sua comunidade local” (Shoemaker & Vos, 2009, p. 39). Nesse processo, algumas questões podem avançar nos portões pelo interesse que pode causar no ambiente, como questões de saúde, economia, cultura ou estética. Nesse caso, o guardião do portão vê a possibilidade de criar conteúdos que podem ter algum tipo de influência na vida da sua audiência.

2.1. O que é notícia? Os critérios de noticiabilidade

Os conteúdos passam pelos portões à medida que vão preenchendo os critérios adotados pelos jornalistas para definir aquilo que é ou não notícia. Trata-se dos critérios de noticiabilidade. Shoemaker (2010) elenca cinco principais abordagens que

possuem relevância na construção dos critérios de noticiabilidade: definições baseadas no conteúdo; na visão jornalística; na área dos profissionais de relações-públicas; na audiência; e as questões culturais. A autora aponta, no entanto, que os estudos realizados nessa área observaram as fontes de definição de notícias de maneira isolada, sem combinar os aspectos de todos os tópicos. Para isso, a autora recorre a teoria da desviância e da significância social, que traz um novo olhar sobre o conceito de noticiabilidade. A teoria sugere que o cérebro humano é condicionado fortemente pelo que chama de “forças biológicas”, o que os leva a prestar mais atenção aos assuntos e ocorrências ambientais desviantes.

O interesse pela notícia pode ser explicado pelo ambiente cultural em que o indivíduo está inserido e se determinado assunto ou ocorrência foge ao que o consumidor dessa notícia considera como normal. Ou seja, o interesse que o indivíduo terá pela notícia é o resultado da interação “destes dois modelos puros: por um lado, os seres humanos têm um interesse inato em acontecimentos desviantes; por outro, são socializados de modo a dar atenção aos acontecimentos que têm algum significado para a sua própria cultura ou sociedade” (Shoemaker, 2010, p. 26).

A desviância se baseia na evolução biológica. A significância social na evolução cultural. E esses dois aspectos são relacionados ao conceito de noticiabilidade, que tem como alguns indicadores a novidade, raridade, imprevisto, conflito, etc. São critérios que os profissionais de jornalismo levam em consideração na construção do seu produto final e até na decisão sobre o que vai passar pelos portões ou não.

Sobre a desviância a autora refere-se aos itens noticiosos como imprevistos, diferentes, raros. Nesse caso incluem as questões que possam ter o caráter tanto positivo, que podemos chamar de boas notícias, como aspectos negativos, as más notícias. Aqui pode ser a desviância estatística, que se refere a probabilidade de determinado acontecimento existir ou desviância normativa, que pode ser explicada como algo comportamental que quebre regras ou normas aceitas em determinados contextos culturais. A significância social está relacionada com os acontecimentos, instituições ou pessoas que são consideradas importantes para determinada comunidade social.

O que indica que o que quer que se venha a se tornar notícia, não se trata puramente de critérios técnicos ensinados em algum manual de jornalismo. O material bruto vai ultrapassando os portões, ao ponto que chegam ao momento de o profissional construir o seu material noticiário.

Alguns autores ainda destacam alguns constrangimentos vividos dentro dos ambientes de redações. De algum modo, mesmo levando em consideração que as rotinas e relações na construção de conteúdos jornalísticos tenha mudado bastante, algumas especificidades mais voltadas ao trato do humano podem ser levadas em consideração. Por exemplo, um aspecto a se ter em conta na construção de notícias é a relação entre os profissionais (os jornalistas) e a empresa (nesse caso, de comunicação). Essa relação parte de um caminho óbvio de que empresas pretendem obter lucros, mesmo que o seu produto comercial seja a notícia, e essa tenha um caráter de relevância social inquestionável. É preciso, nesse caso, estabelecer um equilíbrio entre a produção e os interesses finais da instituição. Apesar disso, na maioria dos casos, não é algo estabelecido de forma clara, com regras impostas de forma escancarada. Breed (1955) e Soloski (1989) defendem que uma das formas de controle das redações é a política editorial de cada veículo. Aqui vamos utilizar os conceitos de Warren Breed (1955), que trata os proprietários como publishers, no estudo que realizou sobre o controle social nos ambientes de redação. O autor parte do pressuposto de que todos os jornais e veículos de comunicação possuem sua linha editorial, admitindo ou não e essa linha editorial não é ensinada aos profissionais, mesmo que todos acabem por mais dia ou menos dia aprender por osmose os limites impostos pelos seus superiores. Já Soloski pontua que “as normas profissionais e as políticas editoriais das organizações jornalísticas são aceitas pelos jornalistas, e só em casos raros é que ou as normas profissionais ou as políticas editoriais são um ponto de desacordo entre o staff da organização jornalística” (Soloski, 1989, p. 99).

Essa relação, no entanto, não é algo tão explicitamente ditatorial, de acordo com Breed, por três motivos: “(1) a existência de normas de ética jornalística; (2) o fato dos subordinados (repórteres, etc) tenderem a ter atitudes mais ‘liberais’ (...); (3) o tabu ético impedindo o publisher de obrigar os subordinados a seguirem sua orientação”

(1955, p. 153). Na sua experiência Breed entrevistou 120 jornalistas, em sua maioria da Zona Nordeste dos Estados Unidos, em uma amostra não aleatória, com os jornais sendo escolhidos dentro do parâmetro de ter entre 10 mil e 100 mil exemplares de tiragem diária.

Foram identificados seis motivos que coíbiam os desvios por parte dos profissionais: 1. Autoridade institucional e sanções; 2. Sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; 3. Aspirações de mobilidade; 4. Ausência de grupos de lealdade em conflito; 5. O prazer da atividade; e 6. A notícia torna-se um valor. No entanto, ressalta Breed, é possível identificar momentos em que a subversão é permitida, tendo em vista que alguns pontos passam despercebidos do corpo diretivo, aquele mais interessado na defesa dos interesses institucionais da empresa. Por exemplo, o jornalista poder selecionar uma fonte de informação que tem alguma similaridade ideológica consigo para tratar de determinado tema.

John Soloski (1989) afirma que o controle profissional se dá pelo profissionalismo em dois modos. O primeiro “estabelece padrões e normas de comportamento”, enquanto o segundo “determina o sistema de recompensa profissional”. Para ele, a partir do momento que o profissionalismo estabelece normas de conduta para a profissão do jornalista, as organizações, nesse caso, as empresas, ou os publishers (evocando Breed), não precisariam “estabelecer arbitrariamente regras e regulamentos elaborados para o membro do staff (Soloski, 1989, p. 95).

Para Soloski, a objetividade é uma norma principal do jornalismo e é, justamente essa norma, que facilita os caminhos para a relação entre os já citados definidores primários, de Hall et al., e os jornalistas na construção das notícias. “As fontes noticiosas surgem então da estrutura do poder existente; por isso, as notícias tendem a defender o status quo” (id., p. 97).

Se os ambientes de redação são de cooperação, as tarefas necessárias aos jornalistas são interessantes e se existem gratificações não financeiras para a atividade, elementos apontados por Breed (1955) como de controle para a doutrinação dos profissionais, a imprevisibilidade dos acontecimentos e o dead-line podem ser

considerados como fatores que vão de encontro ao ambiente quase descrito como prazeroso das redações.

É o momento em que entra a imprevisibilidade, proposta por Philip Schlesinger (1977), que afirma que apesar de as notícias terem um tratamento prévio, “o imprevisto está ao virar da esquina. Os jornalistas estão por isso aptos a descreverem-se e ao seu trabalho de forma fatalista” (Schlesinger, 1977, p. 188). Essa falta de controle também culmina na pressa para atender aos horários de fechamento das redações, o que faz com que as notícias só revelem o primeiro plano das situações, algo superficial, sem a consciência do aprofundamento devido aos fatos. Leon V. Sigal (1986) citado por Traquina aponta que “saber o modo como as notícias são produzidas é a chave para compreender o que significam” (Traquina, 1999 p. 176).

Schlesinger acredita que existe um fetichismo na relação do tempo com a produção das notícias e rotinas das redações, sem ignorar o fato de que, sem dúvidas, há uma relação importante do ‘fator tempo’ no ciclo noticioso. Mas que a pressa, contudo, faz com que “o sistema de ciclos ao longo do dia noticioso tende para a abolição da consciência histórica, criando uma perpétua série de primeiros planos, à custa do aprofundamento e do background” (Schlesinger, 1977, p. 188).

2.2. Sociologia do jornalismo: aprofundamento do debate sobre a influência do jornalismo na sociedade

Muitos dos estudos demonstrados apresentam realidades bastante distintas das que observamos hoje. Ainda que alguns conceitos tenham servido como ponto de partida, outros ainda se fazem atuais, é importante ressaltar que existe uma nova configuração de trabalho de mídias, novos arranjos institucionais e conexões globais, que deram origem a novos espaços deliberativos emergentes (Reese & Shoemaker, 2016). É imperativo afirmar que existem fatores que influenciam aquilo que vai se tornar notícia. É fundamental, no entanto, perceber que o processo evolutivo tecnológico – mas não apenas esse – também provocou novas abordagens daquilo que será analisado como elementos que influenciam a produção das notícias.

Reese e Shoemaker (2014) defenderam uma perspectiva de níveis de análise para classificar o que chamaram de “hierarquia de influências”. O objetivo do modelo é poder segmentar as relações entre os profissionais de nível individual e as suas rotinas de trabalho, as organizações que os empregam, as instituições com as quais trabalham em cooperação e os sistemas sociais nos quais podem operar e ajudam na manutenção.

A Teoria do Espelho, por exemplo, que tratava as notícias como o retrato fiel da realidade dos fatos, já foi questionada por Tuchman (1971), que aponta que no momento da sua apresentação dos fatos, os jornalistas invocam as suas objetividades. Mas trazendo para uma realidade temporal mais próxima, o que poderia ser realidade dos fatos?

Para Reese e Shoemaker (2014), a internet provocou uma ruptura na relação entre publicidade e os produtores de notícias. Essa quebra fez com que os outrora imensos subsídios investidos fossem reduzidos significativamente. “Como resultado, as organizações de notícias em grande escala enfrentaram sérias perturbações econômicas, pois o acesso digital ao conteúdo gratuito ameaçou o controle de guarda do jornalismo” (id., p. 393). E as perturbações fizeram com que medidas fossem adotadas pelas empresas e, naturalmente, essas medidas implicaram transformações na atividade do fazer jornalismo.

O modelo de hierarquia de influências proposto pelos autores (Reese & Shoemaker, 2016) considera cinco níveis de análise que delineiam o conteúdo da mídia, sugerindo que variáveis podem ser definidas e correlacionadas. São níveis que vão do micro ao macro, e consideram “características individuais de redatores específicos, suas rotinas de trabalho, preocupações em nível organizacional, questões institucionais e sistemas sociais maiores” (id., p. 396). Não são considerados fatores que atuam de forma isolada, mas leva em consideração as múltiplas forças que incidem simultaneamente e que podem interagir entre si. “Em cada nível é possível identificar os principais fatores que moldam a realidade simbólica – relevada através do conteúdo, constituído e produzido pela mídia – e mostrar como esses fatores interagem entre os níveis e se comparam nos diferentes contextos” (ibid.).

O caráter individual de análise, inserido no nível mais micro, leva em consideração os traços pessoais dos redatores, quais os valores-notícia adotados pelos profissionais, os papéis profissionais que assumem, além de alguns critérios demográficos, pois os autores assumem que são características que afetam o trabalho. “Jornalistas tomam decisões com base em atributos de nível psicológico, mas operam dentro de uma rede de restrições” (ibid., p. 398). O nível das rotinas está relacionado aos padrões de comportamento que formam as estruturas imediatas do trabalho. Mas as rotinas também sofreram a mutação da tecnologia, tendo em vista que a interação com a audiência pode ser monitorada em tempo real e, na medida em que os índices estão sendo atingidos são considerados positivos, a produção segue uma lógica para atender àquele perfil de demanda. Ao que passo que se os níveis não estão bons, é possível moldar o trabalho para tentar alcançá-los.

No nível organizacional, o conceito de controle social da redação proposto por Breed (1955) pode ser considerado atual. No entanto, Reese e Shoemaker (2016) pontuam que estudos que surgiram ao longo dos anos como, por exemplo, Gans (1979), Tuchman (1978), Fishamn (1980) e Epstein (1974) enfatizaram as notícias “como um produto organizacional que tinha que ser socialmente construído e não, simplesmente, transmitido ao público” (Reese & Shoemaker, 2016, p. 400). No nível institucional reconhece-se o estágio distinto nas democracias de massa, tendo em vista que os processos políticos se tornaram dependentes da mídia de massa e se moldaram para construir essa relação. E existem veículos que tomam partido, apontam claramente o lado em que estão, enquanto outros pregam o distanciamento objetivo, papel adotado historicamente pelos meios de comunicação de massa. Em níveis mais ou menos profundos, é nítida a relação institucional entre sub-poderes das democracias e os veículos de comunicação.

O sistema social, o nível mais macro de análise, se preocupa com as teorias tradicionais da sociedade e do poder e no que isso influencia a mídia. É o momento de resgatar a ideia de que a ideologia vigente na mídia possui influência na manutenção do status quo (Soloski, 1989). O mundo globalizado em que vivemos tornou as fronteiras cada vez menores. Sendo assim, as instituições de mídia trabalham dentro de um sistema

social mais amplo, que são, cada vez mais, transnacionais. “O nível do sistema social traz uma sensibilidade além do Estado-Nação para forças conectadas globalmente que afetam a mídia. Os estudos podem ser projetados para comparar diferenças transnacionais, mas explicar essas diferenças exige fazer referência a diferentes componentes do sistema mundial” (Reese & Shoemaker, 2016, p. 404). Os níveis propostos pelos autores, apontam que as estruturas sociais definem o que chamam de “espaço mediado”. Por meio deste espaço a realidade simbólica é formada e expressa, como um espaço de discussão.

Como pode ser visto, o fazer jornalismo possui suas diversas particularidades. A influência da profissão na construção do debate da agenda pública será aprofundada na temática da conceitualização da agenda-setting.

2.3. Agenda-setting: algumas questões e conceitos

No Brasil é comum observar conglomerados que concentram diversas mídias, com alcance de nível municipal, estadual e nacional. Um dos exemplos que pode ser citado são as organizações Globo, que possuem mídias impressas, televisão, rádio e portais de notícias. A Folha de São Paulo, veículo escolhido para ser analisado neste estudo, por exemplo, pertence ao Grupo Folha que, além da citada publicação diária no impresso e online também possui como empresas subsidiárias o portal Universo Online (UOL), a editora Publifolha; a editora e empresa gráfica, a Plural Editora e Gráfica; uma empresa responsável pelo transporte e distribuição dos seus materiais nomeada de Transfolha; um dos institutos de pesquisa referência no Brasil, o Datafolha; e mais uma editora para publicações de temáticas mais específicas chamada Três Estrelas.

Essas empresas de comunicação, naturalmente, possuem uma grande inserção social, ou seja, influenciam os temas discutidos nos ambientes de sociabilidade, como já visto anteriormente. Essa interferência motivou, em meados de 1970, o conceito de agendamento, a agenda-setting, formulado por Maxwell McCombs e Don Shaw. “O papel do agendamento desempenhado pelos veículos noticiosos é sua influência na saliência de um assunto, sua influência sobre se algum número significativo de pessoas

realmente considera que vale a pena sustentar certa opinião sobre um assunto” (McCombs, 2009, pp. 18-19). Shaw e McCombs realizaram uma pesquisa em Chapel Hill, na Carolina do Norte, durante a campanha presidencial americana de 1968. Os autores partiram da hipótese central de que “os mass media estabeleciam a agenda de temas para a campanha política influenciando a saliência dos temas entre os eleitores” (McCombs, 2009, p. 21).

Para testar a hipótese do agendamento, os autores compararam dois conjuntos de evidências. O primeiro foi a descrição da agenda pública, “o conjunto de temas que era a grande preocupação dos eleitores de Chapel Hill” (id., p. 22), e o segundo foi “a descrição dos temas da agenda dos veículos noticiosos utilizados por aqueles eleitores” (ibid.). Obtiveram como principal afirmativa da Teoria do Agendamento “que os temas enfatizados nas notícias acabam considerados ao longo do tempo como importantes pelo público” (ibid.). O que, trocando em miúdos, pode-se dizer que a agenda da mídia estabelece a agenda pública.

Tendo em conta as diversas etapas e constrangimentos na construção do conteúdo jornalístico, desde a fase de apuração até a veiculação, como a ideia do gatekeeper proposta por White (1950) e Shoemaker (2009), o controle social nas redações por Breed (1955), as relações entre as produções e o tempo por Schlesinger (1977), os constrangimentos do trabalho jornalístico de Soloski (1989) e a produção social das notícias por Hall et al. (1973), é importante ter em conta que o que chega ao consumo do público não é, por si só, o espelho da realidade. E é importante ter em consideração como ponto de partida que não significa que todo o conteúdo produzido pelos profissionais do jornalismo tem por único objetivo a manipulação da sua audiência.

A pressão do tempo, por exemplo, no que diz respeito aos preenchimentos dos ciclos de notícias ou mesmo os horários de fechamento das edições aliam-se às respostas que precisam ser dadas aos níveis hierárquicos – muitas vezes diretamente aos proprietários -, e “pelos imperativos do jornalismo como negócio, pela brutal competitividade, pelas ações de diversos agentes sociais ‘promovendo’ os seus acontecimentos para figurarem nas primeiras páginas dos jornais ou na notícia de abertura dos telejornais da noite” (Traquina, 2002, p. 14).

E o momento em que deve-se recorrer, mais uma vez, a Klapper (1974) que reforça a importância de ter em conta que os veículos de comunicação, por estarem inseridos dentro de uma sociedade capitalista, são empresas que visam lucro. Enquanto Tuchman (1971) relaciona o conteúdo produzido com as relações inter-pessoais que os profissionais constroem nas redações, tomando para si algumas das experiências das organizações que respondem enquanto profissionais para a execução das suas atividades.

McCombs (2008) afirmou que “a agenda é simplesmente a questão da cobertura da notícia”. É a capacidade de definir sobre o quê a opinião pública deve se debruçar, a partir dos temas que são postos “à mesa”, “aquilo que a agenda midiática informa termina influenciando a agenda pública”. E não se trata apenas da informação dos bastidores ou decisões políticas ou coberturas de eventuais processos eleitorais. Até mesmo a imagem que é construída dos atores políticos passa pela influência que o agendamento pode causar nas pessoas. “Uma vez que poucos participam diretamente nas campanhas presidenciais, e menos ainda veem os candidatos presidenciais em pessoa, a informação que circula nos circuitos da comunicação interpessoal é fundamentalmente retirada, e baseada, na cobertura jornalística dos media” (McCombs, 1972, p. 58).

Um dos alicerces para a defesa de que, mesmo em contextos sociais distintos, o efeito da agenda pode ser considerado homogêneo em diversas experiências democráticas no Mundo é a necessidade de orientação. Em uma análise do caso do agendamento no caso Watergate, realizado por Maxwell McCombs, David Weaver e Charles Spellman (1975) a definição de que “postulando uma curiosidade inata acerca do meio envolvente, a necessidade de orientação é o equivalente cognitivo da velha ideia de que ‘a natureza odeia o vazio’” (id., p. 66). Quanto maior for a necessidade de orientação de uma pessoa para um determinado tema, mais tempo ela será exposta à informação política. “E quanto maior é a necessidade de orientação, menor é a distância entre as agendas dos eleitores e as agendas dos media” (McCombs e Weaver, 1973, p. 67).

Dois componentes são levantados como garantia. “O primeiro é a relevância e o segundo a certeza. Se a pessoa não considera um tópico relevante, obviamente, ela não precisará de orientação” (McCombs, 2008, p. 207). Ou seja, se a audiência considera determinado assunto desinteressante, não será dada a devida atenção àquele tema. Por outro lado, se o conteúdo é de interesse daquele público, logo, o questionamento passa a fazer parte, fazendo com que a pessoa passe a acumular algumas perspectivas sobre aquela matéria. “Quanto maior a necessidade por orientação, mais forte é o efeito da agenda-setting. O efeito do agendamento não diz respeito simplesmente à exposição. Porém, diferentes pessoas com o mesmo nível de exposição podem demonstrar efeitos muitos diferentes, dependendo do seu nível de necessidade de orientação” (McCombs, 2008, p. 208). Nesse sentido, a Teoria da Agenda coloca os veículos de imprensa como protagonistas pois são capazes de definir itens para a agenda pública.

James Curran e Jean Seaton (2001) apontam que as pessoas são mais susceptíveis à persuasão quando se trata de assuntos sobre os quais não possuem nenhuma experiência prévia. Os autores afirmam que o público acredita no que está dito, relacionando com o grau de confiança que tem no emissor daquela determinada mensagem, ou seja, quanto mais confiam naqueles veículos de comunicação, mais tendem a acreditar no que se está sendo dito por eles e/ou seus profissionais. “Como poucas pessoas têm experiência, em primeira mão, de política, e a rádio e a televisão são vistas como uma fonte especialmente autoritária, estas descobertas sugeririam que os efeitos dos media na opinião política podem ser particularmente fortes” (Curran & Seaton, 2001, p. 324).

Em se tratando da temática política, principalmente, os “media podem empregar uma grande influência sobre um grupo, mas ter pouco impacto sobre os outros membros da sociedade. Assim, em muitas revoluções recentes, a imprensa e a escrita – apesar de uma apertada censura – têm sido cruciais no estabelecimento de culturas de oposição aos regimes entre as classes educadas” (id., p. 327).

Uma dessas influências pode estar no enquadramento dado para os assuntos. “Os atributos de uma questão alvo de ênfase na cobertura jornalística podem, por exemplo, influenciar de modo direto a opinião pública” (McCombs, 1993, p. 132).

No entanto, apesar de identificar a importância da imprensa na construção da agenda pública, é importante salientar que “os veículos noticiosos não são ditadores todo poderosos da opinião nem determinam sua própria agenda com total desligamento profissional do mundo que os cerca” (id., 2008, p. 34). Isso “significa essencialmente abandonar a tendência a considerar as comunicações de massa como uma causa necessária e suficiente dos efeitos que se produzem ao público, para ver como uma influência que atua, junto com outras influências, em uma situação total” (Klapper, 1974, p.7).

Existe “um número de outras influências significativas que formam as atitudes individuais e da opinião pública. Como nos sentimos sobre determinado tema pode ser decorrência de nossa experiência pessoal, a cultura geral ou da exposição aos mass media” (McCombs, 2008, p. 42). O autor afirma que as tendências da opinião pública sobre um tema sofrem influência das novas gerações, dos eventos externos e dos meios de comunicação. “Contudo, a proposição geral referendada por esta evidência acumulada sobre os efeitos do agendamento é que os jornalistas influenciam significativamente as imagens do mundo de suas audiências” (ibid.).

McCombs (2008) defende que os profissionais e veículos de imprensa tendem a seguir um mesmo padrão de cobertura, com medo de buscar alternativas mais ousadas e acabar se distanciando da cobertura dos demais, que tendem a seguir uma lógica padrão. O que acaba fazendo com que as coberturas soem homogêneas e sem um toque diferencial. O que poderíamos afirmar, em um linguajar popular, como ‘o mais do mesmo’.

Gaye Tuchman (1971) sugere que “a ‘objetividade’ pode ser vista como um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos da sua profissão” (id., p. 74). Para a autora, por exemplo, a estruturação da informação numa sequência apropriada é indicadora da busca pela objetividade. “A informação mais importante relativa a um

acontecimento é suposta ser apresentada no primeiro parágrafo, e cada parágrafo subsequente deve conter informação de menor importância”, (id., p. 83). A essa escolha do que é importante em nome da objetividade jornalística, a autora nomeia de news judgement, o que pode ser considerada uma sagrada perspicácia profissional, “a capacidade de escolher ‘objetivamente’ de entre ‘fatos’ concorrentes para decidir quais os ‘fatos’ que são mais ‘importantes’ ou ‘interessantes’” (ibid.).

Utilizando a Teoria do Agendamento para definição da construção da agenda pública pelos meios de comunicação e os diversos graus de influência em que as peças jornalísticas são submetidas ao longo da sua produção, nos seus diversos níveis de intensidade já citados anteriormente, é possível afirmar que a construção da realidade social passa, também, pelo interesse dos grandes grupos de comunicação de massa. A questão que se pode discutir é esse nível de influência.

Klapper (1974), baseado em estudos realizados em ambientes sociais e laboratórios, defende que as comunicações de massa no formato persuasivo atuam mais no reforço de ideias do que no estímulo às mudanças. “Dado um público, exposto a determinadas comunicações, o reforço, ou ao menos a constância de opinião, aparece tipicamente como efeito dominante” (id., p. 15). O autor coloca o que chama de mudanças menores, como as variações na intensidade da opinião, em segundo lugar, sendo a conversão de opinião o efeito menos frequente. “Não será exagerado se dissermos que a influência das comunicações de massas sobre as opiniões e as atitudes existentes está em correlação inversa com o grau de mudança que se considere” (ibid.).

Um dos motivos nessa correlação de forças entre a influência da agenda e a conversão da opinião é o grupo social em que o indivíduo está inserido. Para isso, é possível recorrer à Teoria do Espiral do Silêncio, proposta por Elisabeth Noëlle-Neumann em 1977, que afirma que o indivíduo pode omitir sua opinião num eventual conflito com a opinião dominante por medo do isolamento, crítica, etc. O que quer dizer que a opinião pública é resultado da interação dos indivíduos e o seu entorno social.

“A tendência a expressar-se em alguns casos e a guardar silêncio em outros, engendra um processo em espiral que, em forma gradual, vai instalando uma opinião dominante” (Neumann, 1995, p. 1). Se expressar uma opinião convergente ao senso comum significa correr o risco de ver-se isolado, “podemos descrever a opinião pública como a opinião dominante que impõe um comportamento de postura a submissão, ameaçando isoladamente o indivíduo rebelde e o político, com uma perda de apoio popular” (id., p. 2).

Outros estudos apontam que as pessoas tendem a pertencer aos grupos cujas opiniões são de acordo com as suas próprias. Nesse sentido, essas opiniões tendem a se fortalecer e, no caso de manifestações, são realizadas com maior clareza se forem debatidas internamente. Por fim, “os benefícios, tanto psicológicos como sociais, de ser um membro benquisto do grupo tende a dissuadir as mudanças de opinião” (Klapper, 1974, pp. 25-26).

Na era pós-industrial, de acordo com Vázquez (2004), o valor social do conhecimento não aumenta de acordo com o número de destinatários a que chega, mas em função da quantidade e diversidade das fontes das quais produz a informação que se nutre e na adequação para a tomada de decisões. “As organizações mudam sua condição de objeto para sujeito da informação, com que o processo completo de comunicação social passa a ser da sua mais absoluta incumbência” (Vázquez, 2004, p. 49-50).

2.3.1. A construção do sentido comunitário nas notícias

Ao longo dos anos, as investigações acerca da Teoria do Agendamento proposta por McCombs e Shaw em 1972 passaram por alguns processos evolutivos, tanto de aprofundamento de questões, quanto nas perspectivas em que foram investigadas. A teoria passou por algumas fases, citadas pelos autores em 1993. A primeira foi considerada como a publicação original, em 1972. O segundo momento se deu para a verificação dos resultados originais sobre a hipótese básica do agendamento e as condições que intensificavam ou restringiam o agendamento dos media. O terceiro momento se deu em 1981 quando Weaver, Graber, McCombs e Eyal ampliaram a ideia para dois novos domínios: as características dos candidatos que eram expostas nas

publicações e apreendidas pelos eleitores e a agenda ampla de preocupações pessoais em que todos os aspectos da política se configuravam como itens únicos. E a quarta e última fase é o trabalho centrado na 'agenda dos media' (McCombs e Shaw, 1993).

Ou seja, o agendamento passa para além da ideia clássica de que as notícias dizem ao seu público consumidor sobre o que pensar. No contexto de aprofundamento, "dizem-nos também como devemos pensar sobre o que pensamos. Tanto a seleção de objetos para atrair a atenção como a seleção dos enquadramentos para pensar sobre esses objetos são tarefas poderosas do agendamento" (id, p. 131).

Levando em consideração as várias particularidades que cada mídia tem, tomando como exemplo, a necessidade que as televisões precisam preencher seu tempo muitas vezes, ao vivo, e a necessidade que os jornais impressos precisam de ter algo a mais do que já foi abordado no dia anterior pelos portais de notícias, a execução da atividade jornalística possui um ethos, que associado ao conceito de agendamento, pode-se afirmar a construção de um consenso social.

Aqui é importante ter em conta o news judgment, o valor-notícia, que os profissionais se utilizam para a seleção daquilo que vai ou não ser considerado como potencial conteúdo a ser utilizado, veiculado, explorado, o que vai ser dispensado. Uma espécie de saber jornalístico, aquilo que difere os jornalistas das demais profissões. Esse tipo de conteúdo é o que o profissional considera que vai ter utilidade para o seu leitor, no caso da mídia impressa. O valor-notícia é o que começa a dar estrutura ao processo da construção do produto final, nesse caso, a notícia. Ideia que pode se escorar no que afirmou Lippmann (1922), na sua obra *Opinião Pública*, "enquanto a censura e a privacidade interceptam muita informação na fonte, um corpo muito maior de fatos nunca chega ao público em geral, ou então o faz muito lentamente. Pois há limites nítidos para a circulação de ideias" (id., p. 54).

Hall et al. (1973) consideraram valor-notícia primário ou fundamental aquelas questões que são fora do comum, por exemplo, um terremoto ou acidente, aqui pode-se relacionar mais com o imprevisível. Mas existem alguns critérios que justificam a escolha do que são ou não notícias, por exemplo, se são temática relacionadas às

pessoas que fazem parte de uma elite social, histórias que apelam para os sentimentos, as histórias de tragédias humanas e assuntos como o futebol, por exemplo, tema que é de inegável interesse social. “Os valores-notícias fornecem critérios nas práticas de rotina do jornalismo que permitem aos jornalistas, editores e agentes noticiosos decidir rotineira e regularmente sobre quais ‘estórias’ que são ‘noticiáveis’ e quais não são” (id., p. 225).

A partir dessa perspectiva, da escolha dos valores-notícia, a objetividade (Tuchman, 1971) é adotada como elemento de proteção desses profissionais. Essa junção acaba por resultar no que McCombs e Shaw (1993) tratam por consenso social. É importante ressaltar que essa unanimidade não diz respeito a uma harmonização das opiniões relativas às situações políticas. O que os autores ressaltam é um consenso sobre os critérios que serão adotados para realizar o julgamento das ações.

“Mais genericamente, a função determinante do agendamento promovido pelos media poderá ser a promoção de consensos sociais sobre o que é a própria agenda, se será a tradicional agenda de assuntos ou outra coisa qualquer” (id., 133). E tendo em consideração que, muitas vezes, os critérios para a realização das tarefas são comuns aos diversos veículos de comunicação (reforçando as especificidades inerentes aos tipos de mídia), é comum que os meios de comunicação de massa acabem por criar uma espécie de ‘sentido comunitário’.

2.4. *Framing*: direcionamento da perspectiva discursiva das notícias

O poder de persuasão, de influência social, não está distribuído de forma igualitária na sociedade. Não apenas no aspecto econômico, mas até mesmo de influência cultural e social. Fica claro, nesse sentido, que os favorecidos de recursos culturais, sociais e, talvez financeiro como o mais importante, tendem a “impor” seus interesses. “Aqueles estão em uma posição melhor para apresentar seus interesses parciais como sendo o interesse de todos e de gerar suporte a políticas públicas e arranjos sociais que os favoreçam” (Curran, 2014, p. 34). O autor elenca a disputa política no berço social, mas o raciocínio pode ser muito bem aplicado às questões da relação entre fontes de informação e profissionais da imprensa.

Historicamente, o poder de influência que a mídia tem na sua audiência vem sendo estudado e evoluindo. Scheufele (1999) pontuou que o estágio seria o do “construtivismo social”, para realizar uma abordagem sobre o enquadramento das notícias como uma teoria dos efeitos da mídia. O framing foi definido por Entman (1993) como, essencialmente, a seleção e saliência dada a um tema. O processo do enquadramento pode ser resumido à forma que “a mídia afeta a distribuição e as operações do poder político e, portanto, as escolhas e os resultados das políticas públicas” (Entman, 2010, p. 390). Resumidamente, “um quadro é uma ênfase na importância dos diferentes aspectos de um tópico. Enquanto a teoria de definição da agenda lida com a importância das questões, o enquadramento se preocupa com a apresentação das questões” (Vreese, 2005, p. 53).

É a seleção de alguns aspectos de tal realidade e torná-los mais importantes dentro da construção de determinado material comunicativo a ser veiculado. Sendo assim, os profissionais conseguem definir um problema para o qual dão maior visibilidade e relevância. Quatro são os locais no processo de comunicação que podem sugerir os enquadramentos. O primeiro deles é o comunicador, que “fazem julgamentos de enquadramento conscientes ou inconscientes ao decidir o que dizer, guiados por quadros (frequentemente chamados de esquemas) que organizam seus sistemas de crenças” (Entman, 1993, p. 52). Um segundo ponto é o texto, que apresenta os quadros, “que são manifestados pela presença ou ausência de certas palavras-chave, frases de ação, imagens estereotipadas, fontes de informação e frases que fornecem grupos de fatos ou julgamentos que reforçam tematicamente” (ibid.). Os frames guiam o pensamento e a conclusão do receptor daquele conteúdo, que seria o terceiro ponto. E o último aspecto é a cultura, que pode-se definir como o estoque de frames normalmente invocados, “como o conjunto empiricamente demonstrável de quadros comuns exibidos no discurso e no pensamento da maioria das pessoas em um agrupamento social” (id., p. 53). E, nos “quatro locais”, há a função de seleção e destaque de elementos para construção de argumentos sobre determinados problemas e causas, avaliações e eventuais soluções.

Os quadros, no entanto, não podem ser tão facilmente descritos e identificados, tendo em vista que cada temática possui suas diversas particularidades. Vreese (2005) salienta a importância de que os estudos não apenas identifiquem o conceito do quadro. Mas “transformar o conceito em uma via viável de pesquisa, pesquisas futuras devem especificar as condições sob as quais os quadros emergem e como eles operam na formação da opinião pública” (Vreese, 2005, p. 60).

Para Entman (2010), o enquadramento é um processo onipresente na política e nas análises das políticas públicas. O trabalho realizado pelos quadros é introduzir ou aprimorar a disponibilidade e a suposta importância de certas ideias para avaliar um objeto político. O autor aplica a lógica de esquemas de informações que foram já construídos no passado e auxiliam como uma carga de conhecimento prévio sobre determinados temas ou atores políticos, por exemplo. “O conhecimento prévio das pessoas, armazenado como esquemas, permite que elas compreendam novas informações, decidindo (conscientemente ou não) como o novo material se encaixa em seus entendimentos e sentimentos sobre o mundo” (id., p. 391). Um exemplo mais prático para ilustrar a situação é a construção da imagem de um político. Que pode ter informações que dizem respeito ao caráter moral, experiência política, competência, aptidões. O enquadramento vai moldando, provocando os sentimentos no público, positiva ou negativamente em relação àquele ator político em questão.

Ao longo deste estudo já citamos que a mídia apresenta uma relação direta com as elites. No caso específico do Brasil, país em que está inserido o veículo alvo deste estudo de caso, os conglomerados controlam a imprensa do país. Nesse sentido, as elites fazem um trabalho constante de monitoramento do comportamento das classes sociais, de modo que estejam sempre provocando atitudes mais passivas por parte da sociedade. São capazes de induzir as pessoas sobre como pensar e sobre o quê pensar. É possível voltar ao conceito de agendamento de McCombs e Shaw ou até mesmo de Opinião Pública de Lipmann.

Mas no caso do framing, Entman (2010) sugere a inclinação, que “ocorre quando uma reportagem enfatiza a estrutura preferida de um lado em um conflito político, ignorando ou derogando a de outro lado” (id., p. 392). O que acontece é que a

audiência daquele conteúdo informativo vai dar mais atenção ao que está sendo exposto e, no caso de evidenciar pontos positivos ou negativos de determinado ator público, é possível afirmar que essa é a imagem que é construída no subconsciente do público, gerando o capital cultural acumulado citado anteriormente.

O enquadramento ocorre por meio do “viés de conteúdo”, que se refere ao “enquadramento consistentemente inclinado da comunicação mediada que promove o sucesso de um interesse, partido ou ideologia específica em competições para controlar o poder do governo” (Entman, 2007, citado por Entman, 2010, p. 393). E um segundo uso do termo viés está no que o autor define como “tomada de decisões”, que é a influência dos sistemas de crenças dos jornalistas nos textos que eles produzem. Este último aspecto pode ser negado pelos profissionais, que se utilizam da objetividade como escudo (Tuchman, 1971) da sua profissão. No entanto, defende Entman (2010), que ao afirmarem a objetividade como método profissional, os jornalistas “introduzem uma distorção nos relatórios nos principais meios de comunicação: a tendência de tratar criticamente o processo político, mas passivamente a substância política” (id., p. 395).

E o processo de enquadramento não se resume à definição das elites de poder sobre o que deve ou não ser dito, como se o corpo social se trata de cachorros a serem adestrados. Esse processo passa também por um termômetro, uma aferição da temperatura deste corpo. O calor social, as demandas sociais, são levadas em consideração e isso pode definir algum eventual tipo de mudança de estratégia sobre determinados enquadramentos.

Em um exemplo mais prático, utilizando mais uma vez o cenário brasileiro, o papel dos veículos de comunicação tradicionais desde a cobertura do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff em 2015, à cobertura dada na discussão das reformas propostas pelo presidente empossado Michel Temer (reformas que atendiam aos grupos da elite dominante), por exemplo. Um outro momento também no Brasil pode ser a construção do sentimento negativo em relação ao Partido dos Trabalhadores, que já estava há 14 anos no poder. Construção essa que pode ser considerada diretamente responsável pelo surgimento de figuras como o atual presidente Jair

Bolsonaro. E trazendo para a realidade de 2020, até mesmo os veículos de comunicação tradicionais que velada ou explicitamente apoiaram o presidente, hoje apresentam uma postura mais publicamente crítica.

3. Jornalismo especializado

Vivemos em tempos que podemos chamar de Sociedade da Informação. Não no sentido democrático ao acesso às informações, mas na quantidade de material que é produzido. Em um primeiro momento, é possível imaginar que os avanços tecnológicos foram responsáveis por toda essa transformação. E é possível afirmar que sim, mas não só. Há também uma mudança no perfil do consumidor dessas notícias.

A relação entre jornalismo e sociedade é muito intensa e, como tal, os processos de evolução social culminaram na necessidade de cada vez mais aprimoramento no fazer jornalístico. O jornalismo impresso, que é o caso da Folha de São Paulo, também sofre as consequências da internet. Primeiro por ter seu portal de notícias no ambiente virtual. E, segundo porque a edição impressa não pode ser igual ao que já esteve publicado no dia anterior na internet. O ambiente virtual, inclusive, facilitou a proliferação de espaços cada vez mais especializados (no sentido de tratar de um único tema e não, necessariamente, sobre a especialização de quem trata) de notícias.

É preciso ainda ter em mente o caráter mercadológico em que as empresas de comunicação estão inseridas. O modelo de negócio da comunicação resulta, cada vez mais, na formação de grandes conglomerados que detêm o poder da mídia em diversos países. No caso do Brasil, dados da Media Ownership Monitor Brasil (MOM-Brasil) identificaram que de 50 veículos de comunicação analisados, 26 pertenciam a grupos ou empresas de comunicação, em que todos possuem mais de um tipo de veículo de mídia, sendo 16 deles com outros negócios no setor. Cinco grupos ou seus proprietários individuais concentram mais da metade dos veículos de comunicação no país.

O público é visto como audiência. Empresas buscam expandir sua audiência. Essa necessidade pode ser uma das explicações para a segmentação temática nos veículos de comunicação. A título de exemplo, a Editora Abril, em abril de 2020, possui, pelo

menos, 14 títulos sendo publicados. Dados sem levar em consideração os negócios do Grupo Abril que controla toda a cadeia de produção, distribuição e comercialização de revistas. Vale salientar que em 2018, o grupo reformulou o portfólio, justificado por uma crise financeira, que resultou na redução no número de títulos, que antes era de 25, e a demissão de, pelo menos, 50 jornalistas, sem levar em consideração outros tantos profissionais da cadeia produtiva. Entre os títulos que a revista possuía, era possível identificar uma grande abrangência de temáticas, aos públicos mais variados.

Esse é o contexto ideal para discussão do jornalismo especializado, temática que antecede o cenário atual dos portais de notícias ou consolidação dos grandes conglomerados de comunicação. De partida, é possível dizer que o jornalismo sai do ambiente generalista para tratar determinados assuntos com a devida complexidade que os mesmos necessitavam para o seu público-alvo. Quesada (2012, citada por Quesada, 1993, p. 27), explica que o jornalismo especializado é o resultado da aplicação do método do jornalismo investigativo aos diversos âmbitos temáticos que dão sustentabilidade a realidade social. E conclui que “sempre condicionada pelos meios de comunicação utilizados como canal, para responder aos interesses e necessidades dos novos públicos do setor” (ibid.).

Para a autora, o jornalismo especializado vai muito além do que a explicação de técnicas específicas de codificação de mensagens. “Da mesma maneira que o jornalismo generalista não se transforma automaticamente em jornalismo especializado, simplesmente organizando conteúdo jornalístico em torno de uma seção temática” (id., p. 18), numa ideia que dialoga diretamente com Moral (2004), que acredita que “é precisamente aqui que se encontra o ponto de união entre conhecimento especializado e opinião pública, entre o trabalho de especialistas e a sociedade” (id., p. 22).

E, ao mesmo tempo em que representa um avanço no que diz respeito à oferta de um conteúdo mais direcionado para um público mais interessado e que, naturalmente, tem mais conhecimento sobre o assunto em questão, o jornalismo especializado pode ter um aspecto negativo. O autor acredita que esse jornalismo tem o potencial de desmascarar todos os interesses espúrios, onde questões fundamentais para a

sociedade podem passar despercebidas, onde diferentes ruídos de processo podem impor seu resultado na mensagem, onde você pode identificar toda a futilidade de um determinado conhecimento especializado” (ibid.).

O tratamento aprofundado das informações tende a elucidar e dar luz aos temas que vão ao debate público. O que poderia ser considerado como solução para a problemática proposta por Schlesinger (1977) acerca da falta de profundidade por conta do tempo. Apesar de ainda ser refém do tempo, o jornalista especializado responde às novas demandas sociais acerca da necessidade de informação. Se a sociedade tem mais acesso à informação, o critério de avaliação do consumidor na escolha de onde consumir determinada informação passa a ser maior. É a necessidade de “lidar com a crescente especialização do conhecimento, permitindo-lhes oferecer uma resposta muito mais alinhada à complexidade social, cultural, econômica e política do momento” (Quesada, 2012, p. 18).

3.1. Jornalismo Político: particularidades e a repercussão social

Mesmo o fato de as notícias estarem distribuídas em editorias por si só não significa que se tratam de conteúdos necessariamente especializados, é comum essas seções armazenarem as produções com viés mais específico e os profissionais de cada tema. Para este estudo, no entanto, o foco será no jornalismo especializado em Política. Timothy E. Cook (2011) afirma que o jornalismo não deve ser apenas considerado como uma instituição, mas também como uma instituição política, colocando seus profissionais como atores políticos.

A mídia tem a capacidade de definição de agenda, embora seja preciso levar em consideração as particularidades de cada forma de veiculação, seja a mídia impressa, televisão, rádio e internet. Isso contribui para a delineação da agenda social, ajudando a colocar relevância em algumas questões e consequências em outras. A definição da agenda tem um impacto direto, mas não imediato, sobre os destinatários em dois níveis: a) a agenda das questões, argumentos, problemas incluídos nas agendas da mídia; b) a hierarquia e importância com que eles apresentam esses elementos (Wolf, 1987: 165-166 citado em Bermúdez, 2006, p. 159-160).

Para Alejandro Muñoz-Alonso Ledo (2004, p. 485-488), as funções mais importantes da informação política são: a) Coleta e apresentação de informações objetivas; b) Interpretação e explicação da informação; c) Contribuir para a informação da opinião pública; d) A definição da agenda política; e) Controle do governo e de outras instituições.

Ledo acredita que o regime de opinião alterou as premissas do sistema, com os governantes tendo que encontrar legitimidade diante dos seus governados. A idéia não é nova porque já a encontramos em Santo Tomás de Aquino, mas agora assume um novo significado, instrumentado e concretizado no conceito de opinião pública: um novo fenômeno, que se torna uma referência política obrigatória porque você não pode governar sem ela e, menos ainda, contra ela (id., p. 480).

María José Canel (2006), para tentar responder o que é a comunicação política, segmentou em duas concepções. O primeiro é a Comunicação Política (com as letras maiúsculas), que “é uma expressão que designa um campo de desenvolvimento recente e crescente no campo científico acadêmico” (id., p. 17). Um segundo aspecto é a comunicação política, em que a autora considera um termo com amplitude de significados, pouco utilizado no universo profissional, mas “que inclui uma série de fenômenos comunicativos que receberam rótulos tão variados quanto propaganda, marketing eleitoral, marketing político, relações-públicas políticas ou comunicação institucional política” (ibid.).

Já Curran e Seaton (2001), acreditam que tudo o que se apresenta como “notícias políticas” é escrito por conselheiros, candidatos e membros do parlamento. “O mesmo processo também determina muito do que aparece a nível nacional, conduzindo ao que Boorstin chamou ‘pseudo-acontecimentos’ - actividades cujo único objectivo é assegurar e controlar a cobertura dos media” (id., p. 330). Aqui é possível evocar o pensamento neomarxista, cujo modelo apresenta a mídia como parte do aparato do Estado, servindo como alicerce para manutenção da hegemonia político-cultural. Mas de acordo com os autores, os meios de comunicação não são meros agentes de propaganda, mas organizam o entendimento público. Porém, “as interpretações

globais que proporcionam, a longo prazo, são aquelas que são mais preferidas, e menos desafiadoras, para aqueles com poder econômico” (id., p. 333).

Um questionamento, proposto por Cook (2011) que pode ser levantado é sobre como o jornalismo coloca seus valores, respondido pelo autor como duas possibilidades.

“Um modo é o reforço ao poder político ou de outra maneira a provisão de recursos a atores oficiais para seguirem suas agendas. Assim, muitos estudos sugerem que o papel político da mídia de notícias está em ampliar o alcance dos que já são politicamente poderosos” (id., p. 205).

A construção do jornalismo político se dá em uma perspectiva em que, cada vez mais, a produção das notícias está reativa. Como já discutido nesse estudo, o papel de cão de guarda, ou watchdog, relacionado com o jornalismo investigativo tem se tornado cada dia mais inviabilizado por veículos de comunicação tradicionais, as grandes corporações. Nesse contexto, a negociação entre os jornalistas e as fontes de informação ganharam um papel de grande protagonismo na construção das notícias políticas. “As fontes e os jornalistas têm interesse na cooperação e colaboração, particularmente na construção de uma relação estável, pela qual os jornalistas recebem informação em troca da publicidade que dão às fontes” (Cook, 2011, p. 211). O autor ressalta, no entanto, que essas relações podem ser consideradas frágeis, tendo em vista que há a tensão constante entre o que as fontes desejam e o que os jornalistas querem das notícias.

Esta pode ser considerada uma das vantagens da especialização, da segmentação do noticiário em editorias, comuns nos veículos de comunicação tradicionais, de maneira mais abrangente. A relação entre o jornalista e as fontes passa a sensação para a audiência de que o conteúdo em questão se torna mais crível por se tratar de um lado, um jornalista que lida com o assunto de forma cotidiana, e do outro um especialista que confia no profissional para quem decidiu compartilhar tal conteúdo. Por outro lado, muito embora um profissional de caráter mais generalista tende a poder não ter conhecimento acumulado para explorar determinadas temáticas, também não precisa ter cuidados excessivos no tratamento com a fonte, podendo tocar em pontos que

possam ser mais desagradáveis para o especialista em questão (aqui me referindo à fonte da informação) (Cook, 2011).

Voltando à especificidade política, Cook (2011) apresenta o que chama de ‘jornalismo de coalizão’, que se configura quando um repórter investigativo e os políticos empreendedores estabelecem um acordo que coloca um problema político sobre os holofotes dos noticiários, provocando uma melhora na visibilidade e posição na agenda política. Essa seria uma das formas de negociação entre os jornalistas e as fontes que compõem a construção do jornalismo político, exemplificando o eventual jogo de interesses e a batalha constante entre os atores envolvidos.

“As fontes oficiais parecem ter o maior controle em garantir a importância, mas a mídia noticiosa é mais influente em definir o interesse” (Cook, 2011, p. 233), na tentativa de elucidar o que poderia justificar a divisão do trabalho do produto do noticiário. E o autor concluiu citando uma placa que aparecia na mesa do chefe dos porta-vozes de Ronald Reagan, Larry Speakes: “Você não nos diz como encenar a notícia, e nós não lhe dizemos como cobri-la’. Embora humorística, a placa de Speakes revela as áreas em que cada lado é supostamente dominante – e sugere que o noticiário é uma co-produção constante, ainda que raramente consciente, de funcionários públicos e jornalistas” (ibid.).

O sistema político, de um modo geral, busca a mediatização das suas ações nos meios de comunicação tradicionais. Para isso, e levando em consideração todas as especificidades e constrangimentos da relação entre os profissionais da redação e das relações de poder que existem entre esses meios e o poder político, houve uma profissionalização das fontes de informação, tema que será abordado melhor mais a frente.

Casero (2009) aponta que a instituição política direciona os esforços para conseguir ter mais tempo e espaços mais favoráveis às suas ambições, fazendo com que “suas atividades e atores se tornem tópicos de cobertura ou que atinjam uma boa posição no conjunto de informações que compõem o espaço noticioso jornalístico. Além disso,

aspira a alcançar o mais alto nível de atenção jornalística possível, aproveitando o maior número de aparição na tela” (id., p. 355).

O autor ainda coloca duas vertentes de controle político da informação. A primeira é a defensiva, que está relacionada aos casos negativos, escândalos, corrupção, etc.

Nesses casos, a ideia é reduzir ao máximo os impactos negativos que acontecerá na opinião pública. Enquanto a segunda é a ofensiva, que se trata da divulgação de acontecimentos, por exemplo, inaugurações, se utilizando a mídia para a construção de uma imagem positiva. Ainda de acordo com Casero (2009), o controle político da informação se dá de forma tão importante, principalmente, porque a imprensa, tem o potencial para destruir uma carreira política com alguma veiculação. E é por isso que essa relação é tão complexa.

O autor aponta cinco formas de mecanismos desse controle político:

Tabela 1 – Mecanismos de controle político

Mecanismo	Aspectos básicos
Adoção da lógica da televisão	• Construção artificial de eventos; • Gerenciamento de eventos; • Primazia da espetacularização, personalização e entretenimento.
Política de alianças entre atores políticos e da mídia	• Compactos dinâmicos e flexíveis • Confluência na salvaguarda e sustentar objetivos comuns • É observado principalmente na abordagem informativa e na estrutura de fontes

	• Aparência dos fenômenos do paralelismo político: clientelismo e instrumentação
Proteção da atividade informativa durante a campanha eleitoral	• Estabelecimento de regras pelo sistema político que reduzam a autonomia profissional dos jornalistas na cobertura noticiosa da campanha • Quase exclusivamente diz respeito à mídia audiovisual de propriedade pública
<i>Going Public</i>	• Envolve remover a mediação jornalística para apelar diretamente aos cidadãos • Estratégia política baseada na busca de influência e controle da agenda pública • Origem e desenvolvimento vinculados ao sistema político dos Estados Unidos

Fonte: Casero, 2009, p.357

Então a comunicação política, o jornalismo político é realizado de uma forma estratégica, numa relação de interesses mútuos entre os profissionais e as suas fontes, nem por isso sendo algo de caráter negativo. Tendo, na imensa maioria dos casos, profissionais de comunicação como intermediários nesse processo construtivo da informação. O que se constitui um cenário ideal para a discussão das fontes de informação no contexto do jornalismo político.

3.2. As fontes de informação: breve discussão sobre os influenciadores das notícias

Adotando o conceito proposto por Hall et al. (1973, pp. 228-23) dos definidores primários (primary definers), que podem ser consideradas as fontes de informação que atuam nos centros de poder, como presidentes, representantes de instituições públicas, referências, etc. Geralmente, pessoas ligadas ao topo de uma pirâmide social. Nesse sentido, as fontes poderosas possuem maior abertura no relacionamento com os profissionais e veículos de comunicação, por isso, é possível afirmar que a imprensa tende a replicar conceitos e visão de mundo que tende a ratificar o status quo, como já citado anteriormente.

É também importante lembrar que o acesso aos canais de comunicação não é dado com isonomia. Retomando, por exemplo, o conceito dos definidores primários, políticos tendem a ter um acesso maior aos veículos de comunicação e os profissionais do que alguns sindicatos, em um comparativo simplista. É possível afirmar que existe uma certa lógica de cadeia de importância nessa relação entre os jornalistas e as fontes de informação. Aqui podemos chamar de fontes as pessoas que têm acesso aos profissionais, muitas vezes, de maneira cotidiana.

Um aspecto importante seria definir o que são as fontes de notícias, ainda sem as suas especificidades. De uma maneira geral, é possível afirmar que as fontes de notícias são “pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, credíveis ou duvidosas” (Schmitz, 2011, p. 20). O sociólogo norte-americano Hebert Gans (2004) ressalta a ‘notoriedade’ como um peso no valor-notícia e afirma que “as pessoas que aparecem mais frequentemente nas notícias são aquelas conhecidas, e, na maioria das vezes, aquelas em posição oficial” (Gans, 2004, p. 9). A presença e relevância das fontes de informação na rotina produtiva das redações é tão relevante que em uma análise sobre o produto jornalístico político da imprensa diária portuguesa entre 1995 e 2005, Vasco Ribeiro (2006) identificou que apenas um terço do que era produzido pelos profissionais era por uma iniciativa

própria das redações. “Mais de 60% das notícias resultam, pois, de uma acção de indução por parte de assessores de imprensa, relações-públicas, consultores de comunicação, porta-vozes e outros peritos de spin doctoring” (Ribeiro, 2006, p.120).

Uma presença tão massiva, naturalmente, geraria algumas estratégias comunicacionais mais eficazes por parte dos interessados. Utilizando, como exemplo, órgãos públicos, representantes políticos, e grandes empresas privadas, é possível afirmar que houve um grande investimento na construção das assessorias de comunicação. A lógica é de que se as fontes são tão fundamentais para a produção dos noticiários, é preciso, então, entregar um material pronto para veiculação. Houve um processo de qualificação dos corpos de assessoria. Aqui é possível adotar o termo ‘fontes sofisticadas’ utilizado por Ribeiro (2006) no seu estudo. O autor explica o surgimento do termo, escrito em artigos e ditos em sala de aula pelo jornalista e docente Joaquim Fidalgo, “quando pretendia sublinhar a evolução que as fontes conheceram no sentido de um maior profissionalismo, de um maior apuro técnico, de uma melhor compreensão das necessidades jornalísticas e de uma mais eficaz gestão da informação” (id., p. 9).

Também Ribeiro (2009) aponta essa relação complexa entre jornalistas e as suas fontes de informação. O que há, na verdade, é a necessidade de ambos em um intenso e constante processo de negociação que busca influenciar o conteúdo das notícias produzidas. Quanto mais organizadas as fontes de informação, maior o grau de complexidade dessa relação, em especial, para as fontes políticas. Estas buscam uma cobertura favorável e possuem ferramentas para conseguir os objetivos estabelecidos entre os jornalistas.

3.3. A relação entre jornalistas e fontes de informação

Molotch e Lester (1974) apontaram a fonte como promotora da notícia. Para isso, criaram uma categorização de acontecimentos como de rotina (planejados, como conferências de imprensa), escândalo (ação intencional dos informers), acidente (não intencional) e acaso (não planejado, mas promovido). “A maior parte dos acontecimentos é de rotina, planejados e realizados por uma entidade chamada

‘promotor’ e endereçada a jornalistas ou ‘reunidores’, que preparam as notícias” (Santos, 1997, p. 22). Os acontecimentos são produzidos de acordo com os interesses de atores, que podem ser divididos em três níveis: ‘news promoters’, ‘news assemblers’ e ‘news consumers’. O primeiro nível são os promotores, que pretendem reverberar tal acontecimento positivamente na opinião pública, utilizando táticas de assessoria de imprensa. O segundo são os jornalistas, que publicizam aspectos daquelas histórias e, por fim, o público, consumidor daquilo que virou notícia nessa cadeia de produção. Tendo em consideração a perspectiva de que o acesso aos profissionais dos meios de comunicação não é igual para todas as camadas da sociedade, vai ser possível identificar que algumas fontes conseguem ser mais presentes.

No noticiário político, objeto deste estudo, é possível segmentar as fontes de informação em duas nomenclaturas: fontes oficiais e não oficiais (Sigal, 1973). Tuchman (1971) acerca da construção do news judgement apontou que alguns indivíduos, como presidentes de comissões, de ministérios, associações, por estarem em posições hierárquicas mais acima, são levados mais em consideração, muito embora possam ter interesses a defender. Do mesmo modo que as fontes oficiais, de órgãos públicos, por exemplo, por estarem de posse da informação de interesse público, aparecem com mais frequência do que as fontes não oficiais. Vai ser comum, portanto, a utilização dos porta-vozes, dos representantes, rostos que comumente aparecem na mídia como a voz (e o rosto) oficial governamental.

Hall et al. (1973) salientam que os meios de comunicação tendem a reproduzir, do ponto de vista simbólico, a estrutura existente de poder. Os definidores primários surgem da preferência que os veículos de comunicação dão aos porta-vozes, presidentes, das vozes oficiais. É criado, portanto, uma hierarquia de credibilidade em que os mais poderosos ou em um status social mais elevado tendem a ter uma melhor aceitação, o que acarreta na ‘interpretação primária’, “que condiciona o tratamento noticioso e estabelece o quadro de referências interpretativas dentro do qual qualquer nova cobertura informativa ou debate tem lugar” (Ribeiro, 2006, p. 21). A partir dessa

lógica se estabelece o ponto de partida das discussões e o que vai de encontro ao discurso, é o contra.

Mais uma vez é importante ressaltar que, assim como no que diz respeito ao agendamento, as fontes de informação também não definem as informações como se os jornalistas fossem cães a serem adestrados e seguir à risca. Há o já apontado nível de influência que algumas pessoas em cargos ou situações possuem. E aí que surge, portanto, a ideia da negociação entre jornalistas e fontes, conceito apresentado por Hebert Gans (1979), que “centra a investigação no campo do newsmaking e considera a fonte como factor crucial para a qualidade da informação produzida pelos media” (Ribeiro, 2006, p. 22). E a relação de negociação pode ser resumida no que diz Santos (1997), que “enquanto as fontes se esforçam em divulgar a informação apresentando-se nos seus melhores dias, os jornalistas acedem às fontes a fim de lhes extorquir as informações que lhes interessam” (id., p. 34).

Hebert Gans (1979) afirma que as notícias são as informações que foram repassadas pelas fontes, que chegam às audiências, passando pelo jornalista que, digamos, faz um tratamento e adequa o conteúdo. Partido desse pressuposto, é inegável afirmar que as fontes de informação possuem um papel importante socialmente, tendo em vista que possuem capacidade de alcançar a opinião pública. É importante ter em consideração, no entanto, que essas fontes pertencem a grupos de interesses, o que revela que possuem interesse de que determinadas informações cheguem ao público. Sigal (1986) também indica para este caminho quando aponta que as notícias não são o que os jornalistas pensam, mas o que dizem as fontes, mediadas pelas organizações de notícias, rotinas jornalísticas e convenções.

Sigal (1973) definiu três categorias de canal de informação. Os ‘canais de rotina’ incluem os acontecimentos oficiais, comunicados, relatórios, coletivas de imprensa, etc. Os ‘canais informais’ são os encontros reservados, fugas de informação, relatórios de outras organizações de notícias, editoriais. Já os ‘canais de iniciativa’ são as entrevistas conduzidas por iniciativa dos jornalistas, acontecimentos espontâneos, pesquisa independente, etc. (Santos, 2003).

Rogério Santos (2003) ao analisar estudos de Blumler e Gurevitch (1995) apontou a relação entre jornalistas e fontes como uma interação de dois conjuntos de atores dependentes, no entanto, adaptáveis e ajustáveis. E daí que surge o que o autor aponta como a ‘cultura partilhada’, para interpretar a disputa e o conflito. “A fonte política necessita do acesso aos meios noticiosos para transmitir mensagens, pelo que as adapta aos gêneros noticiosos. Do mesmo modo, o jornalista desempenha plenamente a atividade de examinador político apenas com acesso ao político, na recolha de informação, notícias, entrevistas e comentários” (Santos, 2003, p. 26).

Levando em consideração todos os constrangimentos das rotinas jornalísticas já apontados neste estudo, é possível afirmar que as fontes oficiais têm maior abertura no acesso aos jornalistas. Tendo em conta a perspectiva construcionista das notícias de Gans, Ribeiro (2006) alerta, contudo, que nessa constante negociação entre jornalistas e fontes de informação, a decisão final cabe aos profissionais de jornalismo.

Nesse sentido, é importante ressaltar a atuação dos Spin Doctors. Schmitz e Karam (2013) definiram esses profissionais como “alguém que tenta influenciar o público, utilizando um viés favorável nas informações apresentadas ao público ou para a mídia” (id., p. 99). A atuação desses profissionais está fortemente relacionada com a política (institucionalmente e individualmente), mas também em empresas privadas, principalmente, em situações de gestão de crises, pessoas públicas como artistas ou atletas. O objetivo é transmitir a notícia no ângulo mais favorável para quem está trabalhando. Em alguns casos, não necessariamente essa perspectiva será a verdade dos fatos. Por isso, pode levar o jornalista mais desatento ao erro. “A sua função é atuar nos bastidores para controlar os danos, maquilar a realidade, desqualificar os argumentos opostos, criar factoides espetaculares para desviar a atenção de uma crise ou escândalo, induzir a fonte a fugir de perguntas polêmicas e dar respostas evasivas, obstruir jornalistas questionadores inventando desculpas ou pretextos” (id., p. 112).

Aqui não vale apenas a lógica macabra dos spins doctors, como se a única função fosse enganar os jornalistas. É importante levar em consideração que são profissionais de comunicação e que, por isso, compreendem as rotinas jornalísticas e as necessidades dos profissionais da imprensa. Em muitos casos, são profissionais oriundos da

cobertura política, cooptados por órgãos e instituições governamentais. E diante de um cenário de constante precarização das redações, esses profissionais são de grande valia, desde que os jornalistas não fiquem apenas limitados ao que vos é dito de forma oficial.

No que diz respeito à maior abertura ou maior grau de fechamento das instituições dentro do aspecto da negociação entre o jornalista e a fonte de informação, Ericson et al. (1989) identificaram, dentro das estratégias de comunicação, quatro vetores: secreto, confidência, censura e publicitação. É, basicamente, a forma como as fontes de informação tendem a expor ou esconder, como as fontes protegem as suas instituições enquanto os jornalistas partem para a busca das informações. Dois dos aspectos tratam da região da retaguarda, sobre a intimidade das instituições. O 'secreto' é o fechamento dessa região, enquanto a 'confidência' é a abertura. Nesse sentido, fica claro que as temáticas positivas tenderão a ser expostas e as negativas a serem escondidas. Em relação ao controle da informação, a 'censura' é o fechamento da região de frente, quando as empresas dão uma certa abertura aos jornalistas, como escolhendo um porta-voz para determinado assunto. Já a 'publicitação' se dá quando as empresas já possuem certa estrutura capaz de produzir conteúdos para construir a imagem positiva da empresa perante a opinião pública.

Há também a questão da confidencialidade das fontes de informação. Aqui, é possível utilizar o autor Melvin Mencher (1991), citado por Ribeiro (2006), que distingue quatro níveis de atribuição das fontes no que diz respeito à confidencialidade, algo discutido na própria negociação com o jornalista. São eles: on the record, que possui atribuição direta; off the record, grau de confidência total; on background, atribuição com reserva; e on deep background, atribuição com reserva total. No caso das fontes on the record, pode ser publicada sem nenhum tipo de restrições. Presume-se que a grande maioria das fontes dos conteúdos jornalísticos se enquadrem nessa categoria. Uma vez aceitado o off the record, o jornalista não deve identificar a fonte e nem a informação fornecida. O caso das on background, por mais que a fonte não seja totalmente identificada, existem indícios que apontam onde ela atua. E, por fim, os casos das fontes on deep background não são dados sequer indícios de onde atuam,

mesmo podendo divulgar as informações fornecidas, usando termos que protejam, de fato, a identidade da fonte.

Ainda que as fontes oficiais possam ser maioria nos veículos de comunicação tradicionais, não são exclusividades. Anderson (1991, 1997, 2000), Kitzinger e Rilley (2002) e Manning (2001) foram apontados por Rogério Santos (2003) como pesquisadores acerca da ascensão das fontes não oficiais. Anderson aponta que fontes e jornalistas operam com padrões culturais, que podem ser quadros/modelos de como se vê o funcionamento da sociedade. Kitzinger e Rilley indicaram que os meios de comunicação encorajam o debate sobre determinado risco em um dado momento, mas se desencoraja em outro momento. O risco, nesse caso, como debate público e político. Já Manning identificou que os sindicatos e suas fontes se consideram movimentos à margem. Naturalmente, sem a estrutura dos spins doctors para o empacotamento e padronização das notícias que chegam aos jornalistas. O autor afirma que “o poder não se exerce por um grupo dominante sobre um grupo dominado, mas através dos discursos e formas de conhecimento” (Santos, 2003, p. 41).

4. Enquadramento da investigação

Primeiro é importante salientar uma particularidade da comunicação brasileira, já citada anteriormente, mas que pode ser expandida como cenário mundo afora. Os estudos da Media Ownership Monitor Brasil (MOM-Brasil) analisaram 50 veículos de comunicação no Brasil, dos quais 26 pertenciam a grupos ou empresas de comunicação em que todos possuem mais de um tipo de veículo de mídia. Desse total, ainda, 16 ainda possuem outros negócios no setor. Cinco grupos ou os seus proprietários são detentores de mais da metade dos veículos de comunicação do Brasil. Um dos grupos proeminentes é o Grupo Folha, que controla o jornal Folha de São Paulo.

A história do Grupo começa em 1921, quando jornalistas oriundos do jornal O Estado de S. Paulo se juntou para fundar a Folha da Noite. Entre os profissionais estavam Olívio Olavo de Olival Costa, que foi redator n’O Estado de S. Paulo, e Júlio Mesquita

Filho, que era filho do proprietário do Estadão. Também faziam parte do grupo Pedro Cunha, Leo Vaz, Mariano Costa e Artêmio Figueiredo.

O contexto social brasileiro tinha forte influência no jornalismo que se fazia à época. Naquela altura, o país passava por grande agitação sociopolítica, no que seriam os últimos anos da República Velha. Esse período marcava, também, momento de grande censura. Por este motivo, a Folha da Noite teve sua circulação proibida no período entre 3 e 31 de dezembro de 1924. A solução encontrada pelos fundadores foi a fundação do jornal chamado a Folha da Tarde, que utilizava a mesma equipe e a mesma estrutura da Folha da Noite. Em janeiro de 1925, a circulação da Folha da Noite foi autorizada, momento em que a direção optou por manter as duas publicações. O Folha da Tarde passou a ser chamado Folha da Manhã. Em 1949, o nome Folha da Tarde voltou a ser utilizado em uma terceira publicação lançada pela empresa.

Em 1931 foi formalmente constituída a Folha da Manhã S.A, do qual fazia parte Otaviano de Lima, que provinha de uma família tradicional e reforçou a adoção de uma nova linha editorial, voltando a atenção para os proprietários de terras em São Paulo. Voltando ao contexto histórico, a relevância política dos detentores de terras em São Paulo ainda se fazia muito presente. O período da República Velha no país ficou conhecido como o período da política “café com leite”. Quando os donos de terras de São Paulo, produtores do café, e de Minas Gerais, produtores do leite, alternavam cargos de presidente e vice e ministérios mais importantes.

Assim, a Folha da Manhã possuía uma linguagem mais direcionada para os pequenos comerciantes e os profissionais liberais, enquanto a Folha da Noite seguia uma linha editorial mais popular, com seu público-alvo sendo a classe trabalhadora e os imigrantes que buscavam trabalho na cidade.

“A aproximação entre os diários e as oligarquias, na verdade, já era um processo em andamento. O traço marcadamente paulista das Folhas tinha motivado sua oposição à Revolução de 1930, que retirou o controle sobre o poder político nacional das oligarquias de São Paulo e Minas Gerais” (MOM-Brasil, 2020). Ainda traçando um perfil da relação entre o periódico e o poder, o estudo conclui afirmando que a relação dos

jornais com o poder seria “mantida a partir de 1945, quando José Nabantino Ramos assumiu a direção das três Folhas. Nabantino tinha ligações com o general Eurico Gaspar Dutra, recém-empossado como chefe do governo federal. Já um dos financiadores do negócio e novo diretor-presidente da Folha da Manhã S.A., Alcides Ribeiro Meireles, tinha interesses agrários”.

A família Frias, atual detentora de 100% do capital do Grupo Folha, só assumiu no início da década de 1960, mais especificamente em 1962, quando as três Folhas circulavam em um único caderno, já intitulado de Folha de São Paulo. Os empresários e sócios no negócio Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho adotaram uma postura empresarial com o propósito de alavancar o seu público leitor. O resultado disso, de acordo com o MOM-Brasil (2020) é que um ano após a aquisição, a Folha de S. Paulo era o jornal de maior circulação paga no Brasil.

No final da década de 1990, a Folha de S. Paulo continuava sendo o maior jornal em circulação média do Brasil, chegando a marca de dois milhões de exemplares pagos nos domingos. A liderança foi mantida na década seguinte, apesar da redução significativa na tiragem média. Em 2009, por exemplo, o primeiro trimestre foi fechado com média de 298.352 jornais. Em 2016, a média diária de circulação foi de 309.700 unidades.

A redução pode ser justificada pela grande crise que acometeu a imprensa brasileira no período, mas não só. É importante levar em consideração aspectos tecnológicos, como a internet e o jornalismo dos portais de notícias, que mudaram consideravelmente a forma do leitor consumir as notícias. São cenários que influenciam a abordagem desta pesquisa, levando em consideração que a própria internet mudou a forma de construção do jornalismo impresso.

Se no surgimento do periódico os leitores esperavam as edições matinais para saber o que aconteceu na cidade e no país no dia anterior, levando em consideração que a TV ainda não tinha a força que possui atualmente e nem mesmo as rádios eram equipadas tecnologicamente, atualmente, as notícias são esgotadas desde o momento

do acontecimento. Portanto, as edições impressas não podem tratar do que já foi incansavelmente explorado. Um aprofundamento do conteúdo é preciso.

Uma dessas mudanças pode ser observada em 2010, quando o caderno Brasil passou a ser chamado de Poder, mudança que aconteceu a seis meses das eleições presidenciais daquele ano. “A cobertura será mais voltada à análise dos discursos dos candidatos, antecipando estratégias, esmiuçando propostas e verificando sua viabilidade” (Folha de S. Paulo, 2010).

A relevância histórica construída pela Folha foi uma das justificativas para a escolha deste periódico. A cobertura desde o período da República Velha, sua relação e cobertura com a Ditadura Militar do Brasil, a cobertura política de casos como, por exemplo, o escândalo do Mensalão, etc. Aqui cabe o parêntese para afirmar que nem toda a participação citada é isenta de questionamentos. No entanto, é inegável a participação deste veículo de comunicação na história recente do Brasil e sua grande audiência.

4.1. Objetivos, questões e hipóteses

Neste estudo, podemos apontar que a produção da informação jornalística e a escolha e tratamento dado às fontes de informações possuem um papel fundamental nas sociedades democráticas. Fundamentalmente, pelo papel ativo na construção da percepção social sobre a realidade política, principalmente, pela construção da percepção social sobre a realidade política. O estudo da análise das fontes permite, portanto, compreender o grau de credibilidade e legitimidade do discurso do jornalismo, sendo possível identificar padrões, práticas e níveis de tendências.

Neste estudo o enfoque foi dado nas editorias de Brasil e Política da Folha de São Paulo. No primeiro momento da amostra, as temáticas políticas de abrangência nacional eram abordadas na sessão de Brasil. Uma mudança editorial adotada pelo veículo, portanto, culminou na criação do caderno de Poder, que passou a ser o espaço voltado para a cobertura política do país. A análise se inicia com o caderno de Brasil, que deixa de existir, e segue com o caderno de Poder, que vigora até os dias atuais. É importante ressaltar, contudo, que a temática política está presente em ambos e que,

portanto, todo o corpo de análise está voltado para cobertura política realizada pela Folha de São Paulo.

Sendo assim, o principal objetivo do presente estudo é identificar e analisar a abordagem do tratamento jornalístico de fontes de informação política, caracterizando a relação estabelecida entre as fontes e os profissionais de imprensa durante o primeiro ano de cada ciclo presidencial. Além da identificação dos tipos de fontes de informação, podemos analisar os comportamentos e os eventuais constrangimentos na construção da cobertura de um veículo de comunicação de abrangência nacional. A presente dissertação tem por objetivo responder as seguintes questões específicas de partida:

Q1. As fontes de informação organizadas, especializadas e os spins doctors aparecem como primordiais na cobertura política do jornal Folha de São Paulo?

Q2. Quais as fontes de informação mais usadas pela Folha de São Paulo na cobertura política do período em análise?

Q3. Qual o grau de confidencialidade e identificação das fontes?

Q4. Em relação à posição político-ideológica, quais fontes têm mais protagonismo na cobertura, as que estão no poder ou as que representam oposição ou contra-poder?

Q4. Qual a dinâmica dos escândalos políticos na cobertura da Folha de São Paulo?

Ao longo da pesquisa realizada para a construção dessa dissertação, levando em consideração os resultados obtidos por diferentes investigações ao longo do tempo (Hess, 1984; Gans, 1979; Santos, 1997; Ribeiro, 2009; Casero, 2012; Pérez, 2015), assumimos que a cobertura realizada pela Folha de São Paulo tem como fontes principais de informações as fontes oficiais, principalmente de personagens ligados ao poder. Partindo dessa hipótese geral, propusemos um conjunto de hipóteses específicas, que também estão associadas às grandes questões citadas:

H1. As fontes oficiais são hegemônicas na cobertura.

H2. A cobertura política realizada no período em análise contribuiu para a construção da narrativa que criminaliza os partidos e políticos em posição ideológica na esquerda,

centro-esquerda, e deram margem para o surgimento de narrativas anti-sistêmicas da extrema-direita.

H3. É dado um tratamento mediático mais combativo nas temáticas que envolvem pessoas ou instituições vinculadas aos partidos no poder, enquanto há passividade nos partidos da oposição.

4.2. Metodologia

Para responder à questão de partida e as hipóteses levantadas, realizamos a análise do conteúdo como método principal. O período escolhido foram os anos de 2003, primeiro ano do primeiro mandato do presidente Lula da Silva; 2007, primeiro ano do segundo mandato do presidente Lula da Silva; 2011, primeiro ano do primeiro mandato da presidenta Dilma Rousseff; 2015, primeiro ano do segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff; e, por fim, o ano de 2019, o primeiro ano do presidente Jair Bolsonaro.

É importante salientar no ano de 2016 a presidenta Dilma Rousseff foi destituída do seu cargo, após sofrer um processo de impeachment. O seu vice-presidente, Michel Temer, assumiu o cargo de presidente, onde ficou até passar a faixa presidencial para o então presidente eleito, Jair Bolsonaro, no dia 1º de janeiro de 2019. Apesar da mudança no cargo de presidente, o primeiro ano do mandato de Michel Temer não entrou no corpo de análise. Primeiro por não se tratar de um presidente eleito no processo eleitoral, como todos os demais. Segundo aspecto para a não adoção deste período foi o caráter transitório do governo, que teve nos dois anos que durou taxas de aprovação abaixo dos 10% e foi considerado ilegítimo por alguns setores.

O material recolhido para a amostra seguiu o padrão dos anos construídos, seguindo um comportamento para todos os anos, já que se tratam de períodos idênticos em todos os anos analisados. Sendo assim, no mês de Janeiro foram selecionadas as edições dos cadernos Brasil/Poder veiculados entre o dia 01/01 e 07/01. O mês de Fevereiro segue a sequência com os dias 08/02 a 15/02. Em Março, os dias 15/03 a 21/03. Abril de 22/04 a 28/04, enquanto Maio voltou na sequência de 01/05 a 07/05. Junho 08/06 e 14/06, enquanto Julho seguiu com 15/07 a 21/07. Agosto com o

período de 22/08 a 28/08, enquanto Setembro recomeçou a sequência de 01/09 a 07/09. Outubro foi de 08/10 a 14/10, enquanto Novembro foi de 15/11 a 21/11, finalizando com Dezembro de 22/12 a 28/12. Isso resultou no levantamento de 84 dias de publicações por cada ano, resultando em 420 dias no total da amostra.

Cada mês representava uma semana de publicações. O recorte foi igual em todos os anos, seguindo a sequência de dias e meses. Este também foi um dos aspectos que reforçaram a retirada do primeiro ano do presidente Michel Temer, tendo em vista que o seu mandato não começou oficialmente em janeiro e que, por isso, seria um recorte diferente dos demais.

É importante ressaltar que a análise tem o foco sobre os gêneros jornalísticos de notícias, reportagens (especiais), breves (curtas) e entrevistas. Isso significa que foram excluídos todos os demais gêneros, como os artigos de opinião, editoriais, crônicas, cartoons, opinião dos leitores, etc. Foram selecionadas, portanto, 3.548 notícias; 35 reportagens/especiais; 152 entrevistas; e 1608 breves.

Apenas as notícias foram analisadas levando em consideração os critérios adotados, realizando a contabilidade e identificação das fontes de informação, o local onde essas fontes atuam e o grau de confidencialidade. A análise realizada nos casos das entrevistas e reportagens/especiais limitou-se, apenas à identificação e contagem das fontes de informação. No caso das entrevistas, essa escolha se justifica porque trata-se de conteúdos em formato de pergunta e resposta, conhecido na prática do jornalismo brasileiro como pingue-pongue.

O caso das reportagens/especiais, apesar das produções estarem relacionadas com a temática de política, ainda assim, grande parte tratavam de assuntos que fugiam do hard news, por isso, foi realizado o levantamento desse formato, identificadas as fontes que estavam presentes na produção, mas sem uma avaliação mais específica. Este tipo limitou-se ao formato das notícias.

Sendo assim, justificado pelo grande número de notícias levantadas, do total de 3.548 notícias, em cada ano foram coletadas 36 notícias para a análise. Isso equivale a 3 notícias escolhidas em cada um dos meses do ano.

Em janeiro as notícias foram selecionadas dos três primeiros dias de amostra. Em fevereiro do quarto, quinto e sexto dia. Em março do sétimo, primeiro e segundo dia. Portanto, em janeiro, por exemplo, as notícias foram retiradas do dia 01/01, 02/01 e 03/01. Em fevereiro dos dias 11/02, 12/02 e 13/02. Em março, os dias foram 21/03, 15/03 e 16/03. Tendo em vista que todos os meses possuem sete dias de amostras recolhidas, alternando entre as semanas do mês.

As notícias são sempre o que convencionalmente chama-se de “abre de páginas”, que têm maior destaque nas páginas. Essas notícias foram escolhidas em qualquer das páginas da edição, da primeira a última, seguindo sempre o critério de ser uma notícia principal. O segundo critério utilizado foi o nível de escândalo do assunto, dando maior ênfase para as notícias que faziam a cobertura dos casos de corrupção. Além disso, era importante que as notícias tivessem relação com o Governo Federal.

Como já citado, o método escolhido para esta parte do estudo já foi utilizado em investigação na área de comunicação e jornalismo (Casero, 2012; Pérez, 2015; Ribeiro, 2006; López, 2015), com o objetivo de analisar o conteúdo do que é produzido pela mídia, concretamente, extraindo resultados quantitativos que auxiliam na descoberta de tendências, padrões ou ausências. A análise do conteúdo nos permite realizar um “estudo objetivo, exaustivo e sistemático das características manifestadas da agenda mediática a partir de uma série de sistemas predefinidos de categorias, objetivos e hipóteses” (Casero, 2012, p.7).

A tabela de análise conta com cinco levantamentos de informação. A primeira delas trata-se de quem são os Atores, ou seja, quais as fontes de informações identificadas no conteúdo. O segundo aspecto se debruça sobre a Atuação, onde as fontes atuaram e, o terceiro, sobre o grau de Confidencialidade das fontes identificadas na notícia. Há ainda o cruzamento de informações sobre os Atores x Confidencialidade e, por fim, Atores x Atuação. A tabela de análise teve como modelo a tabela proposta por Vasco Ribeiro (2006), na sua dissertação de mestrado. Poucas alterações foram implementadas, apenas por uma questão de adaptação ao cenário político brasileiro.

Portanto, na primeira categoria de análise, que diz respeito às fontes de informação, nomeada por Vasco Ribeiro (2006) como Atores, podemos identificar os seguintes atores: a) Presidente e Casa Civil; b) Partido Político no Poder; c) Partido Político de Oposição; d) Organização Governamental; e) ONG; f) Governo; g) Poder Judicial; h) Força Militar/Policial; i) Sindicatos e Ordens; j) Igrejas; k) Empresas; l) Outros; m) Não Identificável/Aplicável; n) População; o) Governo Estrangeiro; p) Universidade; q) Especialistas; r) Outros Órgãos de Comunicação Social; s) Saúde; t) Poder Estadual/Municipal no Poder; u) Poder Estadual/Municipal de Oposição; y) Poder Associativo/Estudantil; w) Finanças e Banca; x) Candidatos Presidenciais de Oposição; z) Candidatos Presidenciais no Poder; aa) Desporto; bb) Meio Artístico e Cultural; cc) Candidatos Autarquia de Oposição; dd) Candidatos Autarquia no Poder; ee) Instituto de Pesquisa; ff) Deputado Federal/Senador no Poder; gg) Deputado Federal/Senador de Oposição.

Na segunda categoria de análise, que trata do Meio Onde as Fontes Atuaram, foram mantidos os 16 itens propostos por Ribeiro (2006): a) Direto ou exclusivo; b) Comunicado ou press release; c) Outros documentos; d) Assembleias e Sessões; e) Cerimônia oficial; f) Inauguração; g) Reunião e audiências; h) Coletivas de imprensa; i) Visitas e viagens; j) Manifestações; k) Outros; l) Não identificável; m) Congressos e colóquios; n) Publicação e difusão; o) Almoço e jantares; p) Ação de campanha. A categoria que analisa o Grau de Confidencialidade foi estabelecida em critérios nos trabalhos realizados por Ribeiro (2006), Casero (2012), Armentia e Caminos (2008) e Borrat (1989). Na tabela estão adotadas as nomenclaturas clássicas da atribuição da notícia, utilizada por Vasco Ribeiro (2006), com os níveis a) On the Record (totalmente identificada); b) On the Background (parcialmente identificada); c) On the deep background (totalmente velada).

5. Resultados

5.1. Análise do comportamento de formato

De um modo geral, é possível identificar a redução na quantidade de produção pelos formatos analisados: Notícia, Reportagens/Especiais, Entrevistas e Breves. E desses, as

notícias são as que tiveram uma redução significativa, apresentando quedas desde o primeiro ano até o último. Em números globais, foram 1051 notícias identificadas em 2003. Já em 2019 apenas 506 do mesmo formato. O que representa uma redução de 51,85% ao longo do período da amostra.

Tabela 2 - Análise de Formato por ano

Formato/Ano	2003	2007	2011	2015	2019	Total
Notícias	1051	792	626	573	506	3548
Reportagens/Especiais	9	5	6	8	7	35
Entrevistas	56	36	12	22	26	152
Breves	433	432	382	255	106	1608

Fonte: Elaboração própria

O número de Reportagens/Especiais pode-se considerar que manteve um comportamento dentro de uma margem de oscilação estável. O que não se pode pontuar do comportamento nas Entrevistas, que teve em 2003 56 publicações, caindo para 36 em 2007, para 12 em 2011, subindo para 22 em 2015, 32 em 2016-2017 e 26 em 2019.

O formato de Breves também apresentou uma queda significativa ao longo do período da amostra. Se a variação entre o primeiro e segundo ano foi de apenas uma no total de publicações, o último ano conseguiu apresentar uma redução de 51,7% em relação ao primeiro. É um comportamento que pode estar relacionado ao tipo de aprofundamento de conteúdo identificado ao longo dos anos.

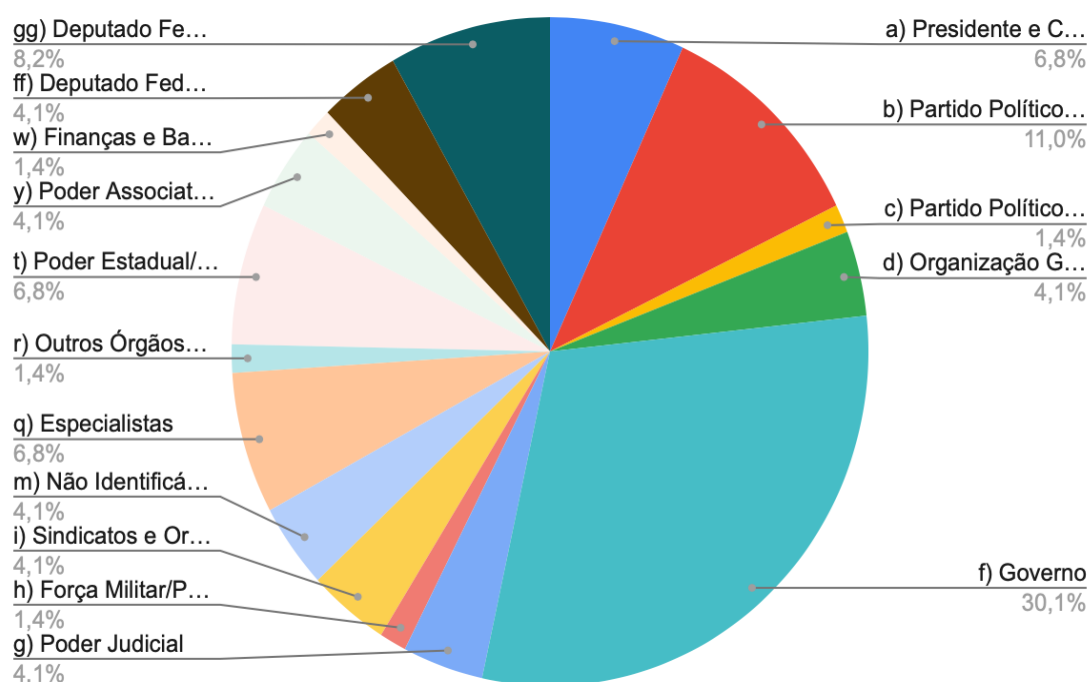
Nos primeiros momentos, as páginas eram tomadas de assuntos, não à toa, o número de notícias foi consideravelmente maior. A queda não se dá apenas na redução de páginas nas edições. Mas também é possível perceber que houve um maior investimento nas pautas, que passaram a ter mais espaço e obter maior grau de

aprofundamento. De um modo geral, é possível afirmar que se trata de um conteúdo mais analítico do que factual.

Uma das mudanças que aconteceram foi alteração editorial. Inicialmente, o conteúdo estava coletado para a amostra estavam no caderno de Brasil. Já em 2011, alocados no caderno de Poder, diante de uma mudança na política editorial da Folha de São Paulo, que aconteceu em 2010. Um dos objetivos justificados na ocasião seria a busca por um jornal mais sintético na forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo. Essa mudança no perfil do jornal explica a mudança no comportamento dos dados levantados.

5.2. Análise do comportamento das fontes em Notícias

Gráfico 1- Fontes de informação (Atores) em Notícias



Fonte: Elaboração própria

Na análise geral sobre os dados obtidos com o levantamento das Notícias, formato jornalístico que ganhou uma análise mais aprofundada, foi possível identificar que todo o material produzido pela Folha de São Paulo tem, em sua maioria, a participação

das fontes oficiais do poder. Ao longo dos cinco anos analisados¹ (2003, 2007, 2011 e 2019), foram identificados 468 atores, que divididos pelo total de 180 notícias levantadas, obtemos uma média de 2,6 atores para cada peça levantada.

Também foi possível identificar que com o passar dos anos houve um aumento no número de atores nas notícias, ainda que seguindo o padrão de maior participação das fontes ligadas ao poder, ou seja, os representantes legais do governo da ocasião, independente da linha política ou partidária. O crescimento no número de fontes coincide com a mudança no perfil da editoria, que entre 2003 e 2007 trata-se de Brasil, mas a partir de 2011 já se chamava Poder.

No gráfico acima é possível observar quais foram os dois principais atores identificados nas notícias. O primeiro consiste nos representantes do Governo (19,44%), onde estão inseridos os Ministros, Secretários, funcionários de ministérios, etc. Naturalmente, grande parte de ministérios relevantes, como Econômico, Trabalho, Infraestrutura, etc. O segundo grupo de atores com grande participação na cobertura política do Brasil são os personagens do Poder Judicial (12,18%). É composto por personagens dos Tribunais regionais, mas também de membros da Supremo Tribunal Federal.

É importante ressaltar o contexto histórico dos anos em questão. O Brasil passou por alguns casos de corrupção no período escolhido para a amostra, com exemplos que ganharam as notícias nacional e internacionalmente. Houve, ainda, um processo de impeachment, condição que também envolve a discussão jurídica no país. Isso justifica o papel do Poder Judicial como importante ator dos acontecimentos políticos do país e, naturalmente, situação que se reflete na escolha das fontes de informação. O terceiro ator identificado mais frequente como fonte de informação na cobertura da Folha de São Paulo consiste no grupo dos Deputados Federais e Senadores no Poder (10,26%).

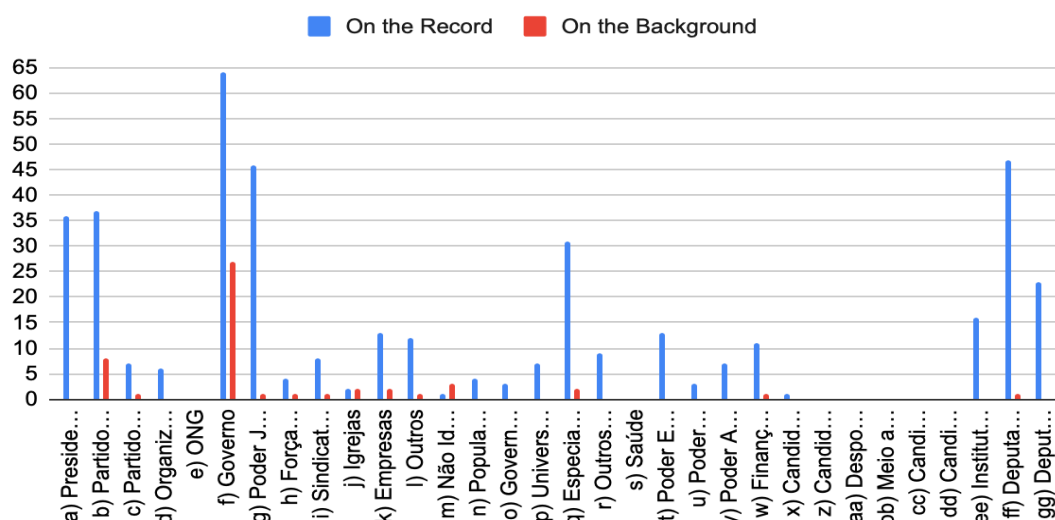
¹ O período 2016-2017, Governo temporário do presidente Michel Temer, não foi aprofundado na análise de notícias. Os dados obtidos nesse recorte temporal foram utilizados apenas nos comparativos gerais com os demais anos da amostra.

As três principais fontes de informação identificada na construção das Notícias na Folha de São Paulo, não por acaso, configuram os três poderes do sistema político do Brasil. O Poder Executivo, Poder Legislativo e o Poder Judiciário. Isso significa que personagens e instituições desses três poderes participam ativamente como fontes de informação no jornalismo da Folha de São Paulo.

No contexto de atuação das fontes, foram identificados 492 espaços, com um crescimento entre o primeiro e o último ano. Já em relação ao grau de confidencialidade, do total de 377 casos identificados, 326 tratavam-se de informações on the record, enquanto apenas 51 eram fontes do tipo on the background. Em nenhum dos casos analisados foram contabilizadas fontes do tipo on the deep background.

Gráfico 2- Fontes de informação x Grau de confidencialidade em Notícias

Total e Total



Fonte: Elaboração própria

Quando as fontes nas notícias são relacionadas com o grau de confidencialidade, é possível identificar que as fontes de Governo são maioria tanto nas participações on the record, quanto nos casos on the background. Já para os casos em que a participação das fontes é totalmente divulgada no conteúdo da notícia, ou seja,

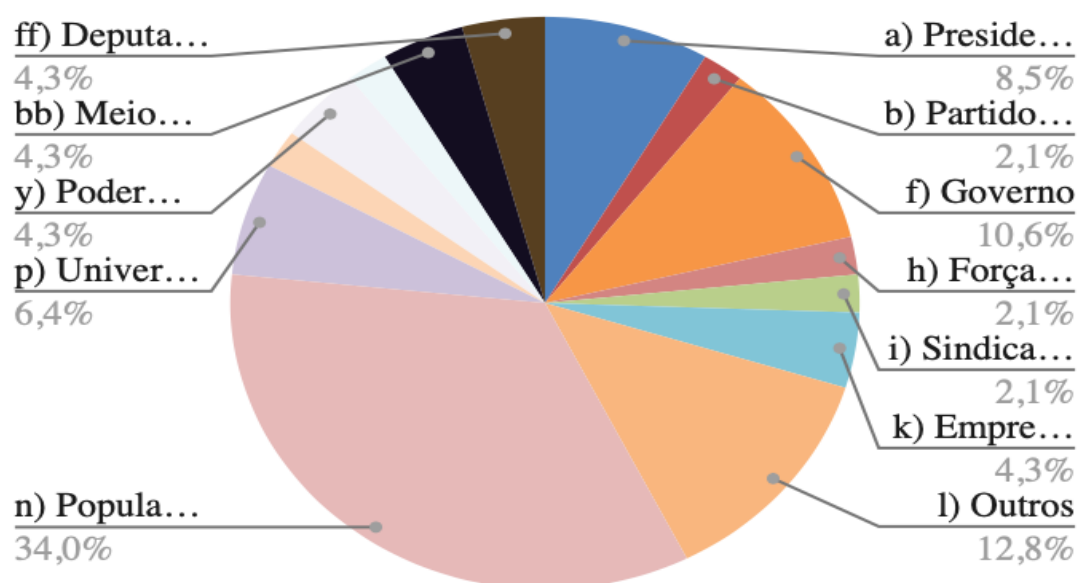
quando não existe nenhum tipo de proteção à fonte de informação, os três poderes continuam com maior participação, ocupando as três primeiras posições.

Isso reforça o comportamento das fontes de informação, já que as fontes que apareceram com maior frequência na análise geral, também foram as que mais participaram quando os dados são relacionados com o grau de confidencialidade.

5.3. Análise do comportamento das fontes em Reportagens/Especiais

No ano de 2003 foram identificados 47 atores distribuídos nas 9 peças publicadas no formato Reportagens/Especiais. Deste, o maior percentual teve como fonte de informação a população, com 34,04%. A categoria “Outros” aparece em segundo com 12,77% e personagens do Governo está em terceiro com 10,64%, seguido do Presidente e Casa Civil com 8,51%. É de se levar em consideração que os dois últimos percentuais são de representantes do poder, que podem ser considerados como fontes oficiais de informação. O que aumentaria a incidência para 19,15%. Importante ter em conta que o percentual de população apareceu em peças que tratavam de perfis de pessoas ligadas ao governo, mais especificamente ao Presidente recém-eleito Lula, a primeira-dama Marisa e ao Ministro-Chefe da Casa Civil, José Dirceu.

Gráfico 3- Fontes de informação (Atores) em Reportagens/Especiais em 2003

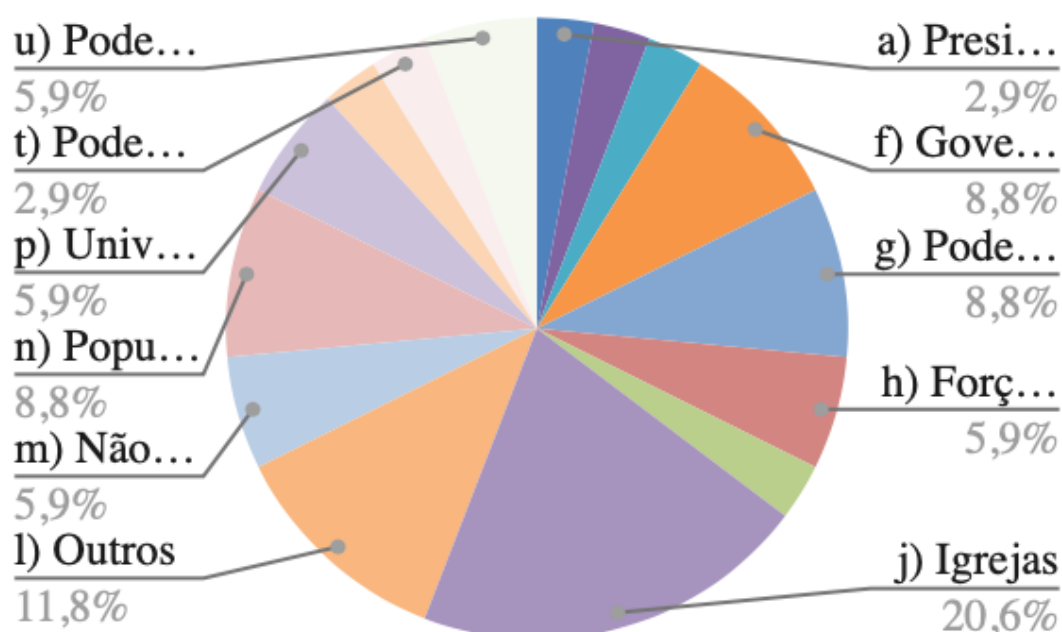


Fonte: Elaboração própria

Foram identificados 50 meios onde as fontes atuaram, sendo que 50% desse total foi em Direto ou Exclusivo. Um número de se esperar, tendo em conta que se trata de matérias com mais aprofundamentos, muitas vezes fora do factual. Em relação ao grau de confidencialidade, 82,98% atuou de forma On the record e 17,02% On the background.

Em relação ao ano de 2007, o número de atores identificados foi menor, sendo 34. O maior percentual corresponde aos representantes das Igrejas, com 20,59%. A segunda posição é ocupada pela opção “Outros”, com 11,76%. Com 8,82% ficaram as categorias Governo e Poder Judicial. Sendo que a categoria Governo poderia ser associada a Presidente e Casa Civil, que apresentou 2,94%, o que aumentaria o percentual de participação de fontes oficiais do governo em questão.

Gráfico 4- Fontes de informação (Atores) em Reportagens/Especiais em 2007



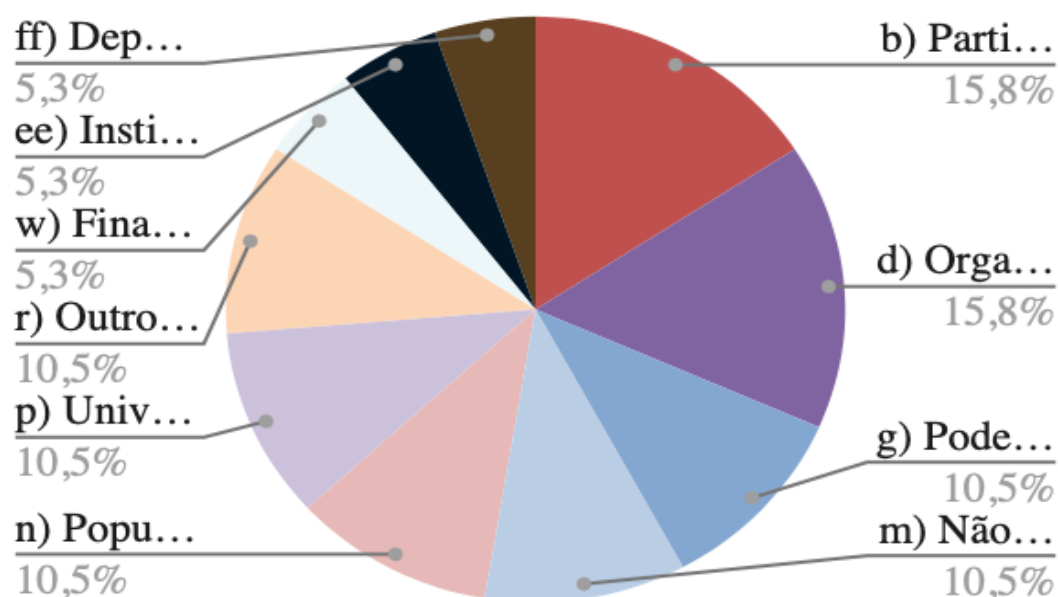
Fonte: Elaboração própria

Foram 34 os meios onde as fontes atuaram nesse período. Sendo 35,29% em Direto ou Exclusivo, mantendo a mesma lógica de que se trata de um formato mais distanciado

do factual, e 32,35% Não Identificável, muito motivado pelo fato de que não era claro no conteúdo onde havia sido o momento em que os personagens conseguiam passar a informação para a notícia. No que diz respeito ao grau de confidencialidade, todos os personagens estavam identificados, On the record.

A queda na variedade de atores continuou acontecendo em 2011, sendo de uma forma mais abrupta. Foram contabilizados 19 personagens sendo 15,79% nas categorias de Partidos Políticos no Poder e Organização Governamental os que tiveram mais aparições. Com 10,53%, Poder Judicial, Não Identificável/Aplicável, População, Universidade e Outros Órgãos de Comunicação Social aparecem mais vezes.

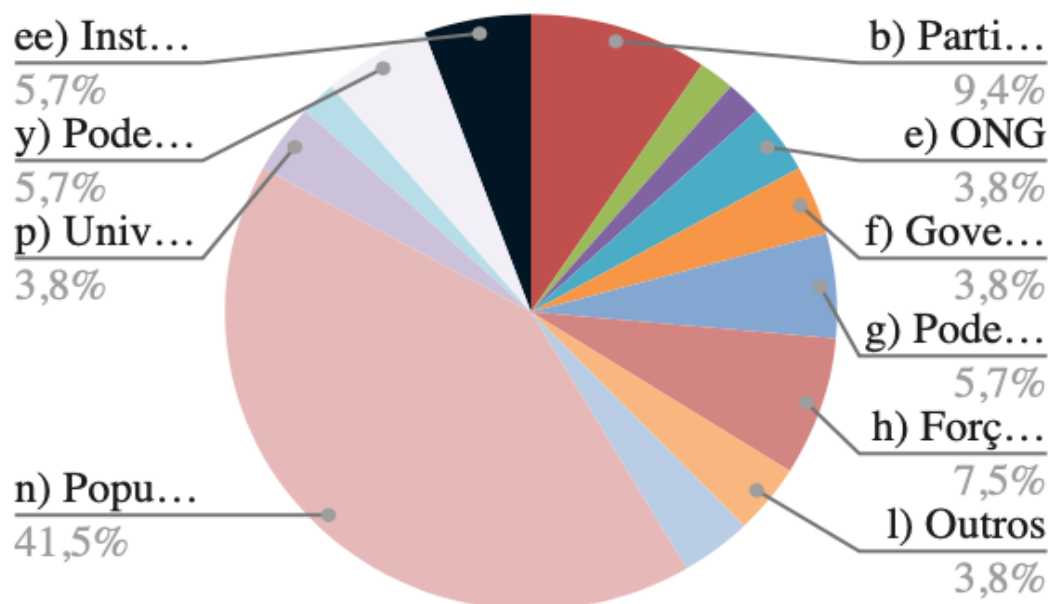
Gráfico 5- Fontes de informação (Atores) em Reportagens/Especiais em 2011



Fonte: Elaboração própria

O meio de atuação das fontes apresentou um maior percentual para Não Identificável, com 47,62%, enquanto que o Direto ou Exclusivo apareceu com 38,10%. Foram 80% dos casos no quesito Grau de Confidencialidade On the record e 20% On the background.

Gráfico 6- Fontes de informação (Atores) em Reportagens/Especiais em 2015



Fonte: Elaboração própria

O ano de 2015 conta com uma particularidade. Trata-se do momento de discussão mais fervorosa sobre o processo de impeachment que destituiu a presidenta Dilma Rousseff. Um ano de ebulição na política brasileira. Nesse caso, uma maior produção de matérias especiais pode ser identificada. Este é um dos motivos que justificam o levantamento de 53 atores, dos quais 41,51% está na área da População. É um conteúdo com mais de uma página que se refere à opinião das pessoas nas manifestações favoráveis à saída da presidenta.

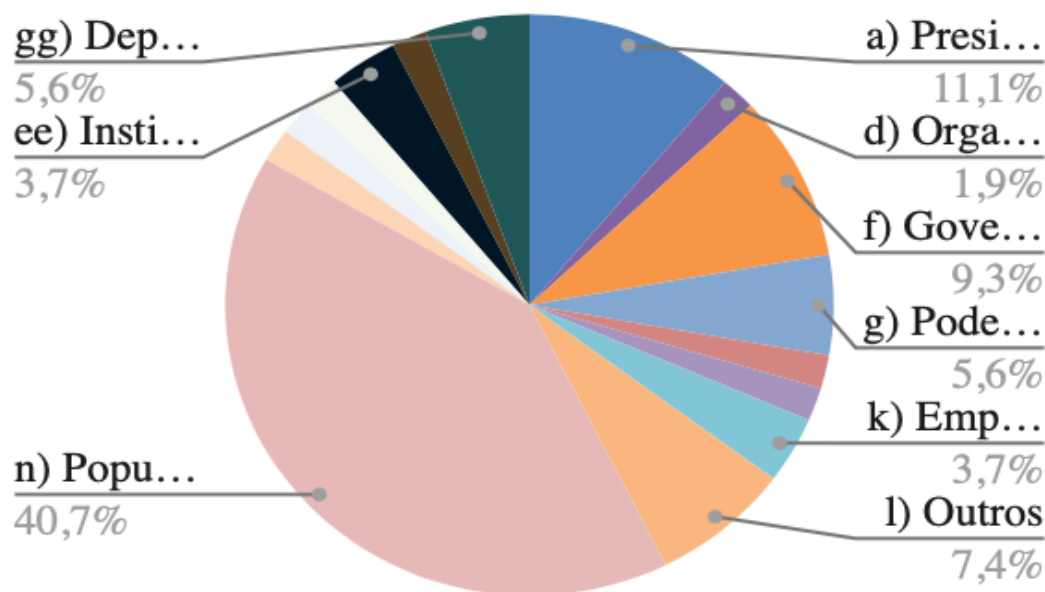
Não por acaso também tiveram 54 meios de atuação das fontes, sendo 50% desse total na área de Manifestação. E pelo conteúdo estar mais opinativo, alternando entre especialistas, pessoas ligadas à política mais, principalmente, a opinião pública, 100% do conteúdo esteve identificado no que diz respeito ao grau de confidencialidade.

Após o impeachment de Dilma Rousseff, o seu então vice-presidente, Michel Temer assumiu o posto máximo. Um governo que tão logo assumiu, caiu em descrença por parte da opinião pública. E em pouco tempo, seus integrantes foram ligados aos casos de corrupção no país. Foram 63 atores identificados nesse período no formato de

Reportagens/Especiais. Com, novamente, a População sendo a mais presente com 23,81%, seguida dos representantes das Universidades, com 12,70%.

O meio de atuação das fontes foi 67 no total, sendo 62,69% em Direto ou Exclusivo. Com o detalhe que 17,91% apareceu no formato Publicação e Difusão. Em relação ao grau de confidencialidade, apenas 3,64% em On the background.

Gráfico 7- Fontes de informação (Atores) em Reportagens/Especiais em 2019



Fonte: Elaboração própria

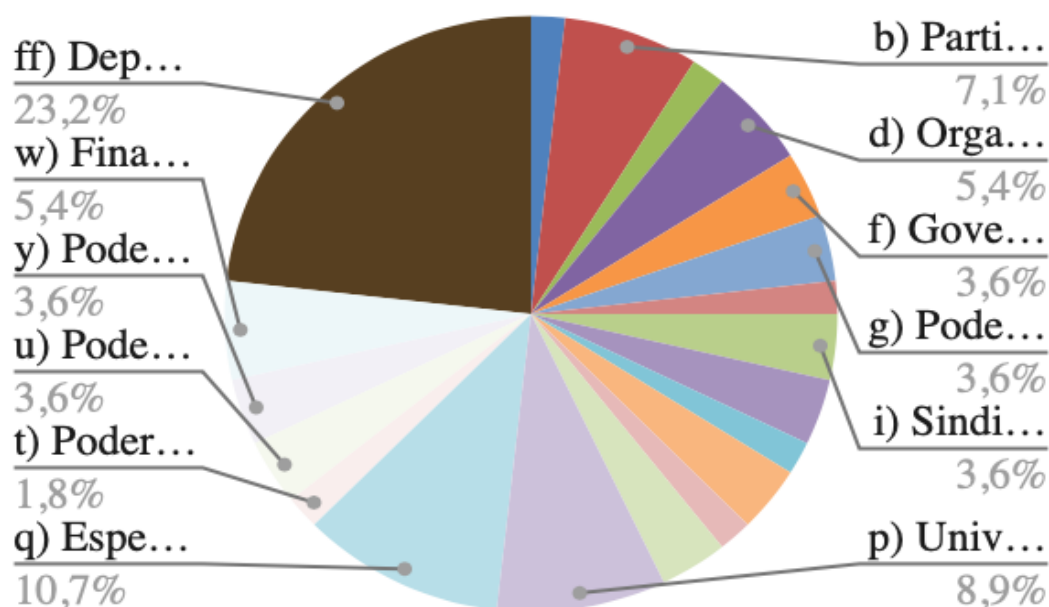
Já em um cenário mais atual, o ano de 2019 apresentou 54 atores nas Reportagens/Especiais. E, mais uma vez, o destaque se dá para a População, que aparece com 40,74%. Aqui é possível justificar na eleição do presidente Jair Bolsonaro, em outubro de 2018. O momento político brasileiro é de uma divisão social entre “nós e eles”. Portanto foi uma corrida eleitoral muito marcada e que gerou muita expectativa da população que o considerava uma pessoa apolítica, mesmo tendo 30 anos de legislatura. E a matéria da sua posse oficial contou com a grande participação popular.

Em relação aos meios de atuação, 46,67% em Direto ou Exclusivo, enquanto que o grau de confidencialidade contou com apenas 4,92% On the background, o que coloca a imensa maioria totalmente identificada, como segue o padrão do jornalismo.

5.4. Análise do comportamento das fontes em Entrevistas

Em relação ao comportamento de fontes nas entrevistas, o ano de 2003 contabilizou 56 atores, sendo 23,21% Deputado Federal/Senador no Poder, seguido de Especialistas, com 10,71%. Representantes das Universidades continuam a lista com 8,93%, enquanto Partido Político no Poder aparece com 7,14%.

Gráfico 8- Fontes de informação (Atores) em Entrevistas em 2003



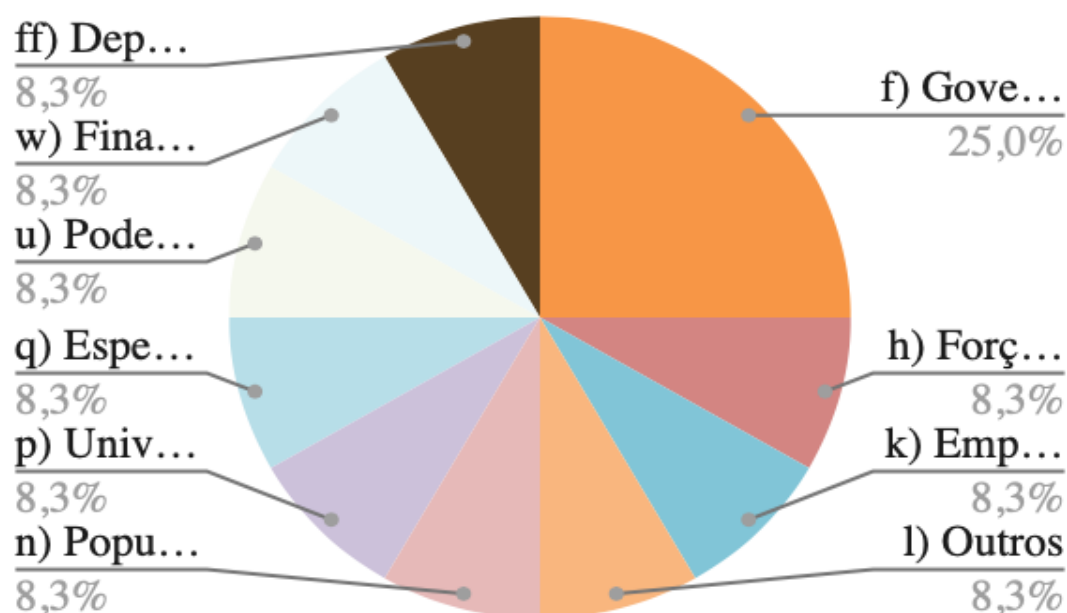
Fonte: Elaboração própria

Por se tratar do primeiro ano do Governo Lula, muito do que foi discutido nesse tipo de matéria envolvia o cumprimento ou não promessas, questões internas do governo e do Partido dos Trabalhadores e a visão de especialistas, pessoas ligadas ao partido, dissidentes, etc. O que justifica a falta de uma voz política de oposição. Mas nem por isso é possível afirmar que o conteúdo era favorável ao governo. Já que o conteúdo buscou mais as contradições que efetivamente aspectos positivos.

Seguindo um comportamento de redução entre as edições de 2003 e 2007, este último apresentou apenas 36 atores nas Entrevistas. O maior percentual de participação foi da categoria Deputado Federal/Senador no poder, com 16,67%, seguido de perto por representantes da igreja, com 15,89%, e Presidente e Casa Civil; Governo; e Poder Judicial com 11,11%. Neste ano já é possível identificar a presença de Deputado Federal/Senador de oposição, com 5,56%.

O Governo desta época contava com uma forte participação da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), que foi muito ligada ao partido no poder. Portanto era comum que várias pessoas participassem ativamente do debate político. O ano, no entanto, segue um padrão de 2003, quando eram usadas as opiniões de pessoas dissidentes, numa perspectiva de cobrança ou frustração de um governo que chegou ao poder com a perspectiva de uma transformação social. Comportamento que marcou os dois governos do presidente Lula.

Gráfico 9- Fontes de informação (Atores) em Entrevistas em 2011



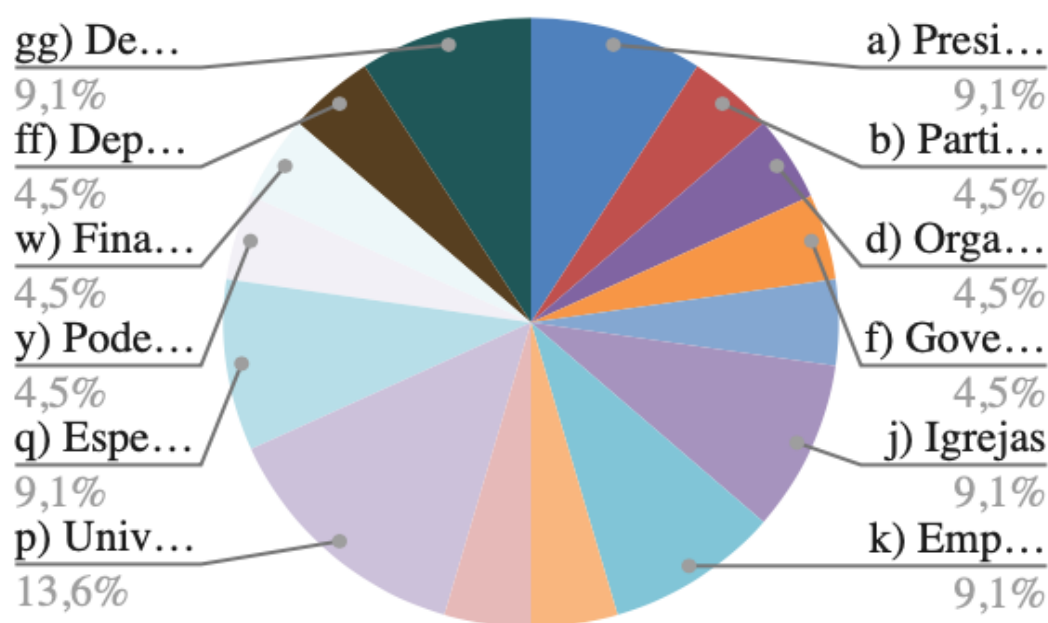
Fonte: Elaboração própria

2011 já era um ano em que o jornal Folha de São Paulo havia passado por um processo de mudança editorial. Portanto, é justificável a redução tão abrupta no número de

atores presentes nas entrevistas e até mesmo nos números desse formato. Foram identificados 12 atores, sendo 25% de pessoas na categoria Governo, 8,33% nas categorias Força Militar/Policial; Empresas/Empresários; Outros; População; Universidade; Especialistas; Poder Estadual/Municipal de oposição; Finanças e Banca (Fazenda); e Deputado Federal/Senador no poder.

O pequeno número de registros e a pulverização dos personagens marca um período em que pode considerar mais frio politicamente, ao contrário dos primeiros anos do Governo Lula. O que fez com que a produção também fugisse um pouco mais do debate político.

Gráfico 10- Fontes de informação (Atores) em Entrevistas em 2015



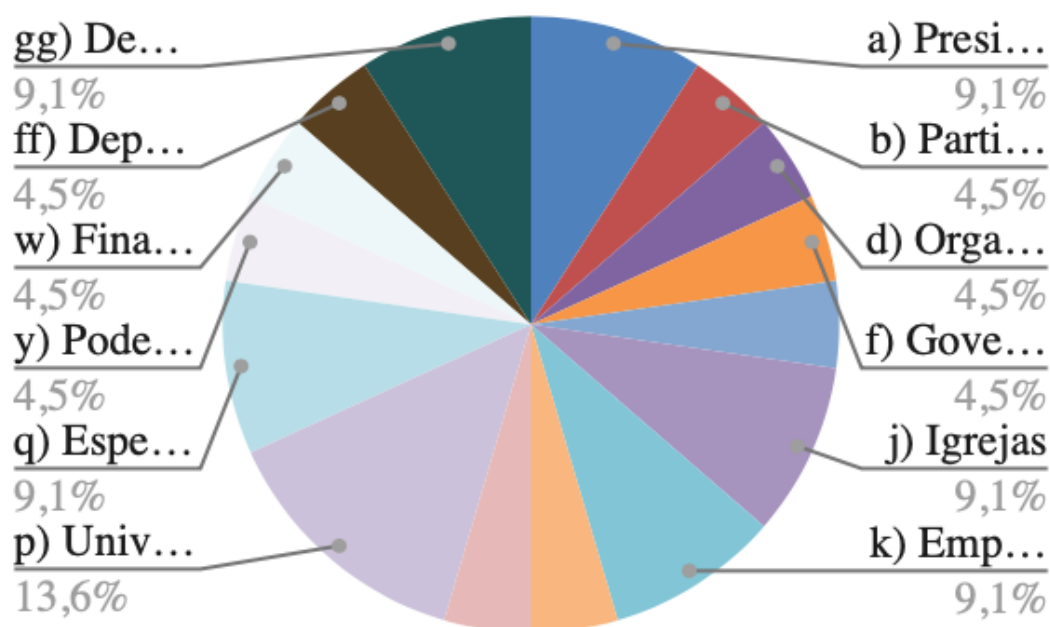
Fonte: Elaboração própria

O ano de 2015 foi marcado pela turbulência política no Brasil, o que também repercutiu no formato de entrevistas. O número de atores aumentou em relação ao ano anterior, totalizando 22. O maior percentual foi de representantes das Universidades, com 13,64%. Com 9,09% estiveram Presidente e Casa Civil; e Deputado Federal/Senador de oposição. O que já revela a participação de pessoas técnicas e o

embate entre governistas e opositores. Comportamento que se manteve até a mudança na cadeira presidencial brasileira.

O período que confere o Governo Michel Temer foi marcado por um aumento no número de atores identificados nas Entrevistas, sendo 32 no total. Desse valor, 25% foram de Deputado Federal/Senador no poder. Reiterando um comportamento mais voltado ao Governo Lula, a presença desse tipo de personagem não significa, efetivamente, conteúdos positivos em relação ao governo.

Gráfico 11- Fontes de informação (Atores) em Entrevistas em 2019



Fonte: Elaboração própria

No primeiro ano do Governo Bolsonaro foi possível identificar 28 atores de informação, sendo 25% de representantes da Universidade e 21,43% de Deputado Federal/Senador no poder. Além desses, com 7,14% estiveram empatados Presidente e Casa Civil; Poder Judicial; Poder Estadual/Municipal de oposição; Candidatos presidenciais de oposição; e Deputado Federal/Senador de oposição. Um cenário que já demonstra o clima de tensão vivido no Brasil mesmo depois do período eleitoral. E

ratificando que, não necessariamente, o fato de ser possível identificar uma presença maior de pessoas ligadas ao Governo representa um sinal positivo nos temas.

Conclusão ou Considerações Finais

A análise das notícias, entrevistas e reportagens/especiais permitiu obter dados similares quanto aos tipos de fontes utilizadas e o grau de confidencialidade dessas fontes. As fontes do Poder são as que mais vezes são apresentadas nas peças noticiosas, independente da linha política. Isso significa que mesmo os partidos de oposição ao governante em questão, também são atores da cobertura política, ainda que em menor escala, quando comparado aos atores em mandato.

A construção narrativa das notícias passa, em sua maioria, por discussões sobre temas que envolvem o governo federal, o que não causa espanto se levar em consideração a abrangência nacional da cobertura realizada pela Folha de São Paulo. Por isso, as discussões são realizadas no âmbito Federal, deixando o caráter estadual em segundo plano e o municipal ainda mais à margem.

As temáticas do Governo Federal são hegemônicas, principalmente as que ensejam um debate maior entre a situação e a oposição. Nos primeiros anos da amostra, era comum notar maior participação do Poder Religioso, por exemplo, mas já no final do período analisado, o debate se centrava no campo político e judiciário, principalmente. É possível afirmar que as três hipóteses apresentadas no início deste estudo se confirmam.

H1. As fontes oficiais são hegemônicas na cobertura.

Os dados levantados confirmam a primeira hipótese de que as fontes oficiais são hegemônicas na cobertura da Folha de São Paulo. Principalmente, levando em consideração que os três principais atores identificados nas notícias pertencem aos três Poderes: Executivo (19,44%), Legislativo (10,26%) e judiciário (12,18%)². Essa participação também se confirma na relação entre os demais formatos analisados.

H2. A cobertura política realizada no período em análise contribuiu para a construção da narrativa que criminaliza os partidos e políticos em posição ideológica

² Como pode ser visto no Gráfico 7.

na esquerda, centro-esquerda, e deram margem para o surgimento de narrativas anti-sistêmicas da extrema-direita.

Muito embora este estudo não se proponha a fazer uma análise de discurso, é possível afirmar que as temáticas que envolvem o Governo Federal estão presentes na cobertura, sendo a maioria dos temas discutidos. É importante levar em consideração que entre os anos de 2002 e 2015, o Brasil era governado pelo Partido dos Trabalhadores, que ocupa um espectro político entre a esquerda e a centro-esquerda. Portanto, é natural que na maior parte do tempo, as contradições desses governos tenham sido apontadas na cobertura mediática da Folha de São Paulo.

Além disso, houve uma ampla cobertura dos escândalos de corrupção nesse período, com o espaço de participação mais aberto para os movimentos de oposição, seja partidário, seja da população. Essa construção pode ser melhor avaliada no processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff e a cobertura realizada nas manifestações que aconteceram contra a presidenta.

E foram de movimentos como esse que saíram quadros políticos que ocupam o poder, pela narrativa antissistêmica.

H3. É dado um tratamento mediático mais combativo nas temáticas que envolvem pessoas ou instituições vinculadas aos partidos no poder, enquanto há passividade nos partidos da oposição.

Os partidos políticos em oposição conseguem passar mais à margem, já que não estão, necessariamente, no centro dos debates políticos. Como a temática Federal toma conta, a cobertura expõe as contradições, discussões e pontos de vistas. No entanto, a participação dos partidos de oposição passa a ser muito mais pontual, com comentários e ações que eventualmente tomam contra o governo.

A cobertura dá o enfoque total aos participantes do poder, por isso, os personagens políticos de oposição conseguem visibilidade muito mais pela atuação política do que, necessariamente, por contradições ou escândalos que possam estar envolvidos.

Já sobre as questões de investigação, o estudo conseguiu responder às questões levantadas também no começo da pesquisa.

Q1. As fontes de informação organizadas, especializadas e os spin doctors aparecem como primordiais na cobertura política do jornal Folha de São Paulo?

Confirmando a maior participação das fontes oficiais de informação, é possível afirmar que as fontes organizadas, especializadas e spin doctors aparecem na cobertura e se consolidam como primordiais, principalmente depois de identificar que os três Poderes são os atores mais frequentes na cobertura.

Q2. Quais as fontes de informação mais usadas pela Folha de São Paulo na cobertura política do período em análise?

As fontes de informação mais utilizadas pela Folha de São Paulo na sua construção das notícias foram os atores do Governo Federal, Poder Judicial e Poder Legislativo.

Q3. Qual o grau de confidencialidade e identificação das fontes?

A maioria das fontes de informação eram identificadas no conteúdo, ou seja, no formato on the record. Um percentual menor foi do formato on the background. E, por fim, não foi identificado nenhum tipo de fonte totalmente protegida.

Q4. Em relação à posição político-ideológica, quais fontes têm mais protagonismo na cobertura, as que estão no poder ou as que representam oposição ou contra-poder?

É importante ressaltar que a cobertura política realizada pela Folha de São Paulo não prioriza protagonismo de fontes de acordo com o espectro político que ocupa. O que pode ser identificado é que as fontes que contam com maior participação, são aquelas que estão ocupando o poder.

Q4. Qual a dinâmica dos escândalos políticos na cobertura da Folha de São Paulo?

Os escândalos políticos ganham um destaque especial na Folha de São Paulo. Além da cobertura do que há de factual, nas notícias do dia a dia, é possível ver conteúdos de reportagens especiais, entrevistas, numa ampla discussão sobre os temas. Muitas vezes, os casos ganham nomes como, por exemplo, “Mensalão”, “Petrolão”, que

acabam virando um selo na cobertura. De modo a dar maior visibilidade aos temas na página do jornal.

A produção das notícias políticas no Brasil pode ser considerada diversa, no que se refere ao formato dos materiais produzidos. Tratando de um veículo com tiragens diárias, é justificada a maior presença das notícias. Mas também é possível identificar os conteúdos no formato de reportagens/especiais, que demandam maior tempo de produção e com um recorte temporal menos urgente que a cobertura diária do cotidiano. Mesma perspectiva pode ser pensada para as entrevistas, que estão no formato de perguntas e respostas, o que se convencionou a chamar de pingue-pongue na linguagem das redações. As breves e foto legendas estão presentes em grande número, mas são utilizadas muito mais como preenchimento de espaços, um dilema do jornalismo impresso.

O estudo identificou que, apesar da presença massiva e preponderante das fontes oficiais do poder: Judiciário, Legislativo e Executivo; a cobertura da Folha de São Paulo incorpora outras fontes de informação na sua produção. Em menor escala, mas isso pode significar que a cobertura busca democratizar os atores políticos.

E diante da perspectiva de priorizar a cobertura política nacional, em anos em que os casos de corrupção viraram alvo intenso de cobertura no país, é possível afirmar que a maior presença de fontes dos três poderes é justificada, por se tratarem de fontes primárias de informação.

Este seria um dos pontos de aprofundamento desta pesquisa. Manter-se na cobertura política, mas abordar uma perspectiva regional e municipal, que pode identificar se o afunilamento dos níveis federativos garante maior diversidade de fontes, ou se mantém a participação dos três poderes.

Outro perfil da cobertura política realizada pela Folha de São Paulo é o perfil da construção das notícias. Em alguns momentos é possível identificar o uso de fontes no grau de confidencialidade background, geralmente alguém que esteve presente em alguma reunião ou encontro. Mas a imensa maioria das fontes foram identificadas,

que é uma das principais características de uma cobertura jornalística com credibilidade.

Durante o período também é possível identificar que existe a cobertura in loco de eventos oficiais, reuniões, almoços, jantares, encontros partidários, etc. No entanto, não parece ser motivação das fontes de informação. Talvez se a amostra abrangesse o período de campanha eleitoral isso fosse um aspecto mais relevante. Que também se torna um aprofundamento desta pesquisa, que se limitou ao primeiro ano de governo dos presidentes em questão. Uma perspectiva pré-eleitoral e de campanha também poderiam representar uma oportunidade para perceber se existiria, ainda, hegemonia das fontes oficiais de poder.

A problemática da relação entre os jornalistas e as fontes de informação, na construção das notícias, também se percebe na falta de representantes de entidades ou organizações que representem os trabalhadores ou setores menos privilegiados da sociedade, que configura o caráter elitista da cobertura.

Outro aspecto que pode ser abordado nesse estudo seria a realização de entrevistas com profissionais atuais do jornal ou mesmo que participaram da cobertura no período selecionado. As entrevistas poderiam confirmar se existe algum tipo de prioridade para determinados setores da sociedade, se existe algum tipo de censura ou mesmo preferência política de quem representa economicamente o veículo, e tudo o que se refere à rotina da cobertura política na Folha de São Paulo.

Referências Bibliográficas

Bardin, Laurence – **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, Lda, 2011. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. (Bardin, 2011)

Barros Filho, Clóvis – **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 1995.

Beltrão, Luiz – **Iniciação à filosofia do jornalismo**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.

Bérgamo, Mônica – **Um dia de cão**. Folha de São Paulo, 01 janeiro, 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2019/01/um-dia-de-caao.shtml>. Acesso em: 11 janeiro 2019.

Bermúdez, Miguel Ángel Vázquez – **Noticias a la carta: periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda**. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2006.

Bokova, Irina et al. - **O Correio da Unesco. Mídia: Operação descontaminação**. 2017.

Breed, Warren – Controlo social na redação: uma análise funcional. 1955. In Traquina, Nelson – **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. (pp. 152-166). Lisboa: Vega, 1999.

Campello, Cristina Corral – **O tratamento das fontes de informação jornalística em campanha eleitoral: estudo da relação entre fontes políticas e jornalistas da La Voz de Galicia na cobertura das eleições ao parlamento galego de 2016**. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2017. Dissertação de Mestrado.

Canel, María José – **Comunicación Política: una guía para su estudio y práctica**. 2ª ed. Madrid: Editor Tecnos, 2006.

Chaparro, Manuel Carlos – **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Editora Summus, 3 ed., 2007, pp. 83-91.

Chavero, Palmira – **La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011**. Revista Latina de Comunicación Social, 2013. pp 639-655. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/282777657> Acessado em: 08 de julho de 2021.

Cook, Timothy E. - **O jornalismo político**. Brasília: Revista Brasileira de Ciência Política, nº 6, julho-dezembro, 2011, p.203-247.

Curran, James; SEATON, Jean – **Imprensa, rádio e televisão: poder sem responsabilidade**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

Curran, James – **Reinterpretação dos papéis democráticos da mídia**. Brazilian Journalism Research, volume 11, nº2, 2014. pp. 28-53.

Curran, James – **Entretendo a democracia na era do neoliberalismo**. Brazilian Journalism Research, volume 12, nº2, 2016. pp. 14-31.

Entman, Robert M. - **Framing U.S. Coverage of Internacional Nwes: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents**. Journal of Communication, 1991, pp. 6-27.

Entman, Robert M. - **Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm**. Journal of Communication, 1993, pp.51-58.

Entman, Robert M. - **Media framing biases and political power: explaining slant in news of Campaign 2008**. Journalism, 2010. Disponível em: <http://jou.sagepub.com/content/11/4/389>. Acesso em: 08 de julho 2021.

Estadão – **Uma escolha muito difícil**. São Paulo: Estadão, 2018. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,uma-escolha-muito-dificil,70002538118>

Folha de São Paulo – **Novo Manual de Redação da Folha de São Paulo**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1995.

Gans, Herbert J. - **Deciding what's news**. Evanston: Northwestern University Press, 1979.

Hall, Stuart (et al.) - A produção social das notícias: o mugging nos media. 1973. In Traquina, Nelson – **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. (pp. 224-248). Lisboa: Vega, 1999.

Hohlfeldt, Antonio – **Os estudos sobre a hipótese de agendamento**. Porto Alegre: Revista Famecos, nº 7, novembro 1997.

Klapper, Joseph T. - **Efectos de las comunicaciones de masas: poder y limitaciones de los medios modernos de difusión**. Madrid: Aguilar S. A. Ediciones, 1974.

Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom – **Os elementos do jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir**. Porto: Porto Editora, 2003.

León, Maritza Sobrados – **Presente y futuro em el Periodismo Especializado**. Madrid: Editorial Fragua, 2013.

Lima, Marcus Antônio Assis, & FILHO, Jorge Cardoso – **Jornalismo, democracia e educação: algumas reflexões sobre o jornalismo cívico**. São Paulo: Intercom – RBCC, v. 35, n.2, p. 39-60. Jul/dez 2012.

Lipovetsky, Gilles – **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. Lisboa: Edições 70, 2010.

Lippmann, Walter – **Opinião Pública**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. Tradução: Jacques A. Wainberg.

Machuco, António Rosa – **A comunicação e o fim das instituições: das origens da imprensa aos novos media**. Porto: Media XXI, 2016.

Marquim, Gabriel Nogueira Linhares – **Mídia, movimentos sociais e direitos humanos: o desafio democrático à comunicação**. In MONDAINI, Marco (Org.) - **Jornalismo e contribuição ao agir político**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2013. p. 51-69.

Mazzarino, Jane Márcia – **O agendamento na perspectiva das fontes do campo jornalístico: observando fazeres do movimento socioambiental**. Revista Fronteiras, 2007. pp. 53-63.

Mccombs, Maxwell – **The agenda-setting function of Mass Media**. Public Opinion Quartely, 1972. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/209410047>
Acessado em: 08 de julho de 2021.

Mccombs, Maxwell – **Um panorama da Teoria do Agendamento, 35 anos depois da sua formulação.** In JUNIOR, José Afonso da Silva; PROCÓPIO, Pedro Paulo; MELO, Mônica dos Santos – **Diálogos Midiológicos.** São Paulo: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.31, n.2, jul./dez., 2008.

Mccombs, Maxwell – **Influenciando a opinião pública.** In MCCOMBS, Maxwell – **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública.** Rio de Janeiro: Vozes, 2009. p. 17-43. Tradução de Jacques A. Wainberg.

Mccombs, Maxwell – **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública.** Petrópolis, RJ: Vozes., 2009.

Meditsh, Eduardo – **Jornalismo é uma forma de conhecimento?** Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 1997.

Meditsh, Eduardo – **Jornalismo e construção social do acontecimento.** In BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia (Orgs.) - **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos.** Florianópolis: Insular/Capes, 2010, pp. 19-42.

Meditsh, Eduardo – **Os múltiplos framings do acontecimento no jornalismo.** In Vogel, D.; Meditsh, E.; Silva G. - **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais.** Vol 4. Florianópolis: Insular, 2013. pp. 17-30.

Molotch, Harvey; Lester, Marilyn – **As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos.** 1974. In Traquina, Nelson – **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.** (pp. 91-100). Lisboa: Vega, 1999.

Moral, Javier Fernández del. - **El periodismo Especializado: um modelo sistémico para la difusión del conocimiento.** In: MORAL, Javier Fernández del. Et al. - **Periodismo Especializado.** Barcelona: Editorial Ariel, S.A., 2004. Cap. 1. p. 17-32.

Noelle-Neumann, Elisabeth – **El nuevo espacio público.** Barcelona: Gedisa, 1992. In Noelle-Neumann, Elisabeth – **La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social.** Barcelona: Paidós, 1995, capítulos 20-21.

- Pinto, Manuel – **Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo.** Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000.
- Quesada, Montse – **Curso de periodismo especializado.** Madrid: Editorial Sintesis, 2012. p.146.
- Quivy, Raymond – **Manual de investigação em Ciências Sociais.** Lisboa: Gradiva – Publicações Lda., 1992. Tradução João Marques e Maria Amália Mendes.
- Reese, Stephen D.; SHOEMAKER, Pamela J. - **A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model.** Mass Communication and Society, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>. Acessado em: 08 de julho 2021.
- Ribeiro, Vasco - **Fontes sofisticadas de informação. Dissertação de Mestrado.** Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2006.
- Ribeiro, Vasco - **Fontes sofisticadas de informação: análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1990 a 2005.** Porto: Media XXI, 2009.
- Ribeiro, Vasco - **O pragmatismo das fontes profissionais de informação: perspectiva teórica não-conspirativa da relação entre assessores de imprensa e jornalistas.** ORGANICOM Ano 12, nº 22, pp. 46-56.
- Ribeiro, Vasco – **Os eventos mediáticos como principal motor de indução noticiosa.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Manaus: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.
- Ripollés, Andreu Casero - **Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante.** Castellón: Universidad Jaume I. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2008, 14, pp. 111-128.
- Ripollés, Andreu Casero – **El control político de la información periodística.** Revista Latina de Comunicación Social, 2009. pp. 354-366.
- Santos, Rogério – **A negociação entre jornalistas e fontes.** Coimbra: Minerva, 1997.

Scheufele, Dietram A. - **Science communication as political communication**. Proceedings of the National Academy of Sciences, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/265692463> Acessado em: 08 de julho de 2021.

Scheufele E, Dietram A.; IYENGAR, Shanto - **The state of framing research: a call for new directions**. The Oxford Handbook of Political Communication. University of Pennsylvania, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/224818492> Acessado em: 08 de julho de 2021.

Schlesinger, Philip – **Os jornalistas e a sua máquina do tempo**. 1977. In Traquina, Nelson – **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. (pp. 177-190). Lisboa: Vega, 1999.

Schlesinger, Philip – **Rethinking the sociology of journalism: source strategies and the limits of media-centrism**. Changing Media Processes: Politics and Power. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/313502497> Acessado em: 08 de julho de 2021.

Schmitz, Aldo Antonio – **Classificação das fontes de notícias**. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

Schmitz, Aldo Antonio; KARAM, Francisco José Castilhos – **Os spin doctors e as fontes de notícias**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Brazilian Journalism Research, volume 9, nº 1, 2013.

Schmitz, Aldo Antonio – **O jornalista como guardião da sociedade: um cão de guarda na coleira**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: FIAM-FAAM, 2018.

Shoemaker, Pamela J.; VOS, Tim P.; VOS, Timothy - **Gatekeeping theory**. New York: Routledge, 2009.

Shoemaker, Pamela J. - **Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective**. New York: Routledge, 2014.

Soloski, John – **O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico.** (1989). In Traquina, Nelson – **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.** (pp. 91-100). Lisboa: Vega, 1999.

Traquina, Nelson (Org.) - **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Lisboa: Vega, 1999.

Traquina, Nelson – **O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento.** Coimbra: Livraria Minerva Editoras, 2000.

Traquina, Nelson – **Media & Jornalismo.** Vol. 1, nº 1. Coimbra: Centro de Investigação Media e Jornalismo, 2002.

Traquina, Nelson – **Jornalismo.** Vol. 2. Lisboa: Quimera, 2007.

Tuchman, Gaye – **A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas.** (1971). In TRAQUINA, Nelson – **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.** (pp. 91-100). Lisboa: Vega, 1999.

Vázquez, Ángel Losada – **La gestión del conocimiento y el periodismo especializado.** In Moral, Javier Fernández del. et al (Org.) - **Periodismo Especializado.** Barcelona: Editorial Ariel, S. A., 2004. Cap. 3. p. 49-61.

Vreese, Claes de – **News Framing: Theory and Typology.** Information Design Journal, 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/250888488> Acessado em: 08 de julho de 2021.

Anexos

Anexo 1 – Tabelas de análise

Anexo 1.1 – Identificação das fontes

Fontes de Notícia
a) Presidente e Casa Civil
b) Partido Político no poder
c) Partido Político de oposição
d) Organização Governamental
e) ONG
f) Governo
g) Poder Judicial
h) Força Militar/Policial
i) Sindicatos e Ordens
j) Igrejas
k) Empresas
l) Outros
m) Não Identificável/Aplicável
n) População
o) Governo Estrangeiro
p) Universidade
q) Especialistas
r) Outros Órgãos de Comunicação Social
s) Saúde
t) Poder Estadual/Municipal no poder
u) Poder Estadual/Municipal de oposição
y) Poder Associativo/Estudantil
w) Finanças e Banca
x) Candidatos presidenciais de oposição
z) Candidatos presidenciais no poder
aa) Desporto
bb) Meio artístico e cultural
cc) Candidatos Autarquia de oposição
dd) Candidatos Autarquia no poder
ee) Institutos de Pesquisa
ff) Deputado Federal/Senador no poder
gg) Deputado Federal/Senador de oposição
Total

Anexo 1.2 – Identificação dos meios de atuação

Atuação

a) Direto ou exclusivo		
b) Comunicado ou press release		
c) Outros documentos		
d) Assembleias e Sessões		
e) Cerimônia oficial		
f) Inauguração		
g) Reunião e audiências		
h) Coletivas de imprensa		
i) Visitas e viagens		
j) Manifestações		
k) Outros		
l) Não identificável		
m) Congressos e colóquios		
n) Publicação e difusão		
o) Almoço e jantares		
p) Ação de campanha		

Anexo 1.3 – Identificação do grau de confidencialidade

Confidencialidade

	Confidencialidade	%
a) On the record		
b) On the background		
c) On the deep background		
Total		

Anexo 1.4 – Fontes x Grau de confidencialidade

Atores X Confidencialidade

	On the record	%	On the background	%	On the deep background	%	Total	%
a) Presidente e Casa Civil								
b) Partido Político no poder								
c) Partido Político de oposição								
d) Organização Governamental								
e) ONG								
f) Governo								
g) Poder Judicial								
h) Força Militar/Policial								
i) Sindicatos e Ordens								
j) Igrejas								
k) Empresas								
l) Outros								
m) Não Identificável/Aplicável								
n) População								
o) Governo Estrangeiro								
p) Universidade								
q) Especialistas								
r) Outros Órgãos de Comunicação Social								
s) Saúde								
t) Poder Estadual/Municipal no poder								
u) Poder Estadual/Municipal de oposição								
y) Poder Associativo/Estudantil								
w) Finanças e Banca								
x) Candidatos presidenciais de oposição								
z) Candidatos presidenciais no poder								
aa) Desporto								
bb) Meio artístico e cultural								
cc) Candidatos Autarquia de oposição								
dd) Candidatos Autarquia no poder								
ee) Institutos de Pesquisa								
ff) Deputado Federal/Senador no poder								
gg) Deputado Federal/Senador de oposição								
Total								

Anexo 1.5 – Fontes x Meio onde fontes atuam

Atores X Atuação

	a) Direto ou exclusivo	b) Comunicado ou press release	c) Outros documentos	d) Assembleias e Sessões	e) Cerimônia oficial	f) Inauguração	g) Reunião e audiência	h) Cortinas de imprensa	i) Visitas e viagens	j) Manifestações	k) Outros	l) Não identificável	m) Congresso e colóquio	n) Publicação e debate	o) Almoço e jantares	p) Atos de campanha
1) Presidente e Casa Civil																
2) Presidente do Senado																
3) Presidente da Câmara																
4) Partido Político de oposição e Oficial																
5) Organização governamental																
6) Governo																
7) Governador																
8) Secretário de Estado																
9) Câmara Municipal																
10) Sindicatos e Outros																
11) Empresas																
12) Outros																
13) Beneficiários/Clientes																
14) População																
15) Governo Estrangeiro																
16) Organizações internacionais																
17) Especialistas																
18) Outros Grupos de Comunicação Social																
19) Academia																
20) Poder EstadualMunicipal no poder																
21) Poder Federal no poder																
22) Poder Assembleia Legislativa no poder																
23) Juntas e Bancas																
24) Poder Judiciário no poder																
25) Candidatos de oposição																
26) Candidatos presidenciais no poder																
27) Deputado																
28) Deputado Federal e Estadual																
29) Candidatos Aliança no poder																
30) Candidatos Aliança no poder																
31) Deputado Federal no poder																
32) Deputado Federal no poder																
33) Deputado Federal no poder																
34) Deputado Federal no poder																
35) Deputado Federal no poder																
36) Deputado Federal no poder																
37) Deputado Federal no poder																
38) Deputado Federal no poder																
39) Deputado Federal no poder																
40) Deputado Federal no poder																
41) Deputado Federal no poder																
42) Deputado Federal no poder																
43) Deputado Federal no poder																
44) Deputado Federal no poder																
45) Deputado Federal no poder																
46) Deputado Federal no poder																
47) Deputado Federal no poder																
48) Deputado Federal no poder																
49) Deputado Federal no poder																
50) Deputado Federal no poder																
51) Deputado Federal no poder																
52) Deputado Federal no poder																
53) Deputado Federal no poder																
54) Deputado Federal no poder																
55) Deputado Federal no poder																
56) Deputado Federal no poder																
57) Deputado Federal no poder																
58) Deputado Federal no poder																
59) Deputado Federal no poder																
60) Deputado Federal no poder																
61) Deputado Federal no poder																
62) Deputado Federal no poder																
63) Deputado Federal no poder																
64) Deputado Federal no poder																
65) Deputado Federal no poder																
66) Deputado Federal no poder																
67) Deputado Federal no poder																
68) Deputado Federal no poder																
69) Deputado Federal no poder																
70) Deputado Federal no poder																
71) Deputado Federal no poder																
72) Deputado Federal no poder																
73) Deputado Federal no poder																
74) Deputado Federal no poder																
75) Deputado Federal no poder																
76) Deputado Federal no poder																
77) Deputado Federal no poder																
78) Deputado Federal no poder																
79) Deputado Federal no poder																
80) Deputado Federal no poder																
81) Deputado Federal no poder																
82) Deputado Federal no poder																
83) Deputado Federal no poder																
84) Deputado Federal no poder																
85) Deputado Federal no poder																
86) Deputado Federal no poder																
87) Deputado Federal no poder																
88) Deputado Federal no poder																
89) Deputado Federal no poder																
90) Deputado Federal no poder																
91) Deputado Federal no poder																
92) Deputado Federal no poder																
93) Deputado Federal no poder																
94) Deputado Federal no poder																
95) Deputado Federal no poder																
96) Deputado Federal no poder																
97) Deputado Federal no poder																
98) Deputado Federal no poder																
99) Deputado Federal no poder																
100) Deputado Federal no poder																

Anexo 2 – Tabelas de amostras preenchidas - 2003

Anexo 2.1 – Identificação das fontes - 2003 - Entrevistas

Atores

Atores/Entrevistas	Quantidade	%
a) Presidente e Casa Civil	1	1,79%
b) Partido Político no poder	4	7,14%
c) Partido Político de oposição	1	1,79%
d) Organização Governamental	3	5,36%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	2	3,57%
g) Poder Judicial	2	3,57%
h) Força Militar/Policial	1	1,79%
i) Sindicatos e Ordens	2	3,57%
j) Igrejas	2	3,57%
k) Empresas/Empresários	1	1,79%
l) Outros	2	3,57%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	1	1,79%
o) Governo Estrangeiro	2	3,57%
p) Universidade	5	8,93%
q) Especialistas	6	10,71%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	1	1,79%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	2	3,57%
y) Poder Associativo/Estudantil	2	3,57%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	3	5,36%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	13	23,21%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	56	

Anexo 2.2 – Identificação das fontes - 2003 - Reportagens/Especiais

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	4	8,51%
b) Partido Político no poder	1	2,13%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	0	0,00%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	5	10,64%
g) Poder Judicial	0	0,00%
h) Força Militar/Policial	1	2,13%
i) Sindicatos e Ordens	1	2,13%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas/Empresários	2	4,26%
l) Outros	6	12,77%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	16	34,04%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	3	6,38%
q) Especialistas	0	0,00%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	2,13%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	2	4,26%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	1	2,13%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	2	4,26%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	2	4,26%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	47	

Anexo 2.3 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	5	6,85%
b) Partido Político no poder	8	10,96%
c) Partido Político de oposição	1	1,37%
d) Organização Governamental	3	4,11%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	22	30,14%
g) Poder Judicial	3	4,11%
h) Força Militar/Policial	1	1,37%
i) Sindicatos e Ordens	3	4,11%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas	0	0,00%
l) Outros	0	0,00%
m) Não Identificável/Aplicável	3	4,11%
n) População	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	0	0,00%
q) Especialistas	5	6,85%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	1,37%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	5	6,85%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	3	4,11%
w) Finanças e Banca	1	1,37%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	3	4,11%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	6	8,22%
Total	73	

Seite 1

Anexo 2.4 – Identificação das fontes - 2003 - Onde as fontes atuam

Atuação

	Meio onde fontes atuam	%
a) Direto ou exclusivo	33	42,31%
b) Comunicado ou press release	4	5,13%
c) Outros documentos	4	5,13%
d) Assembleias e Sessões	2	2,56%
e) Cerimônia oficial	4	5,13%
f) Inauguração	0	0,00%
g) Reunião e audiências	0	0,00%
h) Coletivas de imprensa	0	0,00%
i) Visitas e viagens	1	1,28%
j) Manifestações	4	5,13%
k) Outros	2	2,56%
l) Não identificável	19	24,36%
m) Congressos e colóquios	0	0,00%
n) Publicação e difusão	4	5,13%
o) Almoço e jantares	1	1,28%
p) Ação de campanha	0	0,00%
Total	78	

Anexo 2.5 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias - Grau de confidencialidade

Confidencialidade

	Confidencialidade	%
a) On the record	62	82,67%
b) On the background	13	17,33%
c) On the deep background	0	0,00%
Total	75	

Anexo 2.6 – Identificação das fontes - 2003 - Notícias - Atores x Confidencialidade

Atores X Confidencialidade

	On the record	%	On the background	%	On the deep background	%	Total	%
a) Presidente e Casa Civil	5	8,06%	0	0,00%	0	#DIV/0!	5	7,58%
b) Partido Político no poder	6	9,68%	2	15,38%	0	#DIV/0!	8	12,12%
c) Partido Político de oposição	1	1,61%	0	0,00%	0	#DIV/0!	1	1,52%
d) Organização Governamental	3	4,84%	0	0,00%	0	#DIV/0!	3	4,55%
e) ONG	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
f) Governo	17	27,42%	7	53,85%	0	#DIV/0!	24	36,36%
g) Poder Judicial	3	4,84%	0	0,00%	0	#DIV/0!	3	4,55%
h) Força Militar/Policial	1	1,61%	0	0,00%	0	#DIV/0!	1	1,52%
i) Sindicatos e Ordens	2	3,23%	1	7,69%	0	#DIV/0!	3	4,55%
j) Igrejas	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
k) Empresas	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
l) Outros	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
m) Não Identificável/Aplicável	1	1,61%	2	15,38%	0	#DIV/0!	3	4,55%
n) População	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
p) Universidade	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
q) Especialistas	5	8,06%	0	0,00%	0	#DIV/0!	5	7,58%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	1,61%	0	0,00%	0	#DIV/0!	1	1,52%
s) Saúde	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	5	8,06%	0	0,00%	0	#DIV/0!	5	7,58%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	3	4,84%	0	0,00%	0	#DIV/0!	3	4,55%
w) Finanças e Banca	0	0,00%	1	7,69%	0	#DIV/0!	1	1,52%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	3	4,84%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	6	9,68%	0	0,00%	0	#DIV/0!	0	0,00%
Total	62	85,48%	13	100,00%	0	#DIV/0!	66	100,00%

Atores X Atuação

105

Anexo 2.8 – Identificação por Formato - 2003

Formato

2003	Notícias	Reportagens/Especiais	Entrevistas	Breves	Total/Mês
Janeiro	110	2	5	10	127
Fevereiro	98	1	8	36	143
Março	76	0	3	34	113
Abril	89	0	7	24	120
Maior	85	0	6	37	128
Junho	84	4	6	48	142
Julho	105	0	2	22	129
Agosto	80	0	4	34	118
Setembro	87	0	4	58	149
Outubro	80	0	6	55	141
Novembro	106	2	0	48	156
Dezembro	51	0	5	27	83
Total/Formato	1051	9	56	433	1549

Anexo 3 – Tabelas de amostras preenchidas - 2007

Anexo 3.1 – Identificação das fontes - 2007 - Entrevistas

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	4	11,11%
b) Partido Político no poder	0	0,00%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	2	5,56%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	4	11,11%
g) Poder Judicial	4	11,11%
h) Força Militar/Policial	0	0,00%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	5	13,89%
k) Empresas/Empresários	0	0,00%
l) Outros	2	5,56%
m) Não identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	2	5,56%
q) Especialistas	3	8,33%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	1	2,78%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	1	2,78%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	6	16,67%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	2	5,56%
Total	36	

Anexo 3.2 – Identificação das fontes - 2007 - Reportagens/Especiais

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	1	2,94%
b) Partido Político no poder	0	0,00%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	1	2,94%
e) ONG	1	2,94%
f) Governo	3	8,82%
g) Poder Judicial	3	8,82%
h) Força Militar/Policial	2	5,88%
i) Sindicatos e Ordens	1	2,94%
j) Igrejas	7	20,59%
k) Empresas/Empresários	0	0,00%
l) Outros	4	11,76%
m) Não Identificável/Aplicável	2	5,88%
n) População	3	8,82%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	2	5,88%
q) Especialistas	0	0,00%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	2,94%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	1	2,94%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	2	5,88%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	0	0,00%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	34	

Seite 1

Anexo 3.3 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	7	7,95%
b) Partido Político no poder	4	4,55%
c) Partido Político de oposição	1	1,14%
d) Organização Governamental	0	0,00%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	19	21,59%
g) Poder Judicial	18	20,45%
h) Força Militar/Policial	2	2,27%
i) Sindicatos e Ordens	2	2,27%
j) Igrejas	2	2,27%
k) Empresas/Empresários	5	5,68%
l) Outros	3	3,41%
m) Não Identificável/Aplicável	1	1,14%
n) População	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	2	2,27%
p) Universidade	0	0,00%
q) Especialistas	5	5,68%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	1,14%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	5	5,68%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	1	1,14%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	2	2,27%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	6	6,82%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	2	2,27%
Total	88	

Seite 1

Anexo 3.4 – Identificação das fontes - 2007 - Onde as fontes atuam

Atuação

	Meio onde fontes atuam	%
a) Direto ou exclusivo	34	36,56%
b) Comunicado ou press release	5	5,38%
c) Outros documentos	19	20,43%
d) Assembleias e Sessões	4	4,30%
e) Cerimônia oficial	4	4,30%
f) Inauguração	0	0,00%
g) Reunião e audiências	1	1,08%
h) Coletivas de imprensa	1	1,08%
i) Visitas e viagens	1	1,08%
j) Manifestações	0	0,00%
k) Outros	3	3,23%
l) Não identificável	15	16,13%
m) Congressos e colóquios	0	0,00%
n) Publicação e difusão	5	5,38%
o) Almoço e jantares	1	1,08%
p) Ação de campanha	0	0,00%
Total	93	

Anexo 3.5 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias - Grau de confidencialidade

Confidencialidade

	Confidencialidade	%
a) On the record	75	91,46%
b) On the background	7	8,54%
c) On the deep background	0	0,00%
Total	82	

Anexo 3.6 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias - Atores x Confidencialidade

Atores X Confidencialidade

	On the record	On the background	On the deep background	Total
a) Presidente e Casa Civil	7	0	0	7
b) Partido Político no poder	6	0	0	6
c) Partido Político de oposição	1	0	0	1
d) Organização Governamental	0	0	0	0
e) ONG	0	0	0	0
f) Governo	15	3	0	18
g) Poder Judicial	11	0	0	11
h) Força Militar/Policial	2	0	0	2
i) Sindicatos e Ordens	2	0	0	2
j) Igrejas	2	0	0	2
k) Empresas	3	2	0	5
l) Outros	2	1	0	3
m) Não Identificável/Aplicável	0	1	0	1
n) População	0	0	0	0
o) Governo Estrangeiro	2	0	0	2
p) Universidade	0	0	0	0
q) Especialistas	5	0	0	5
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	0	0	1
s) Saúde	0	0	0	0
t) Poder Estadual/Municipal no poder	3	0	0	3
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	1	0	0	1
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0	0	0
w) Finanças e Banca	0	0	0	0
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0	0	0
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0	0	0
aa) Desporto	0	0	0	0
bb) Meio artístico e cultural	0	0	0	0
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0	0	0
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0	0	0
ee) Institutos de Pesquisa	2	0	0	2
ff) Deputado Federal/Senador no poder	6	0	0	0
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	2	0	0	0
Total	73	7	0	72

Anexo 3.7 – Identificação das fontes - 2007 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam

Atores X Atuação

	a) Direto ou exclusivo	b) Comunicado ou press release	c) Outros documentos	d) Assembleias e sessões	e) Cerimônia oficial	f) Inauguração	g) Reunião e audiência	h) Coletivas de imprensa	i) Vistas e viagens	j) Manifestações	k) Outros	l) Não identificável	m) Congressos e colóquios	n) Palestras e encontros	o) Almooço e jantares	p) Atos de campanha
1) Presidente da Câmara	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	2	0	0	0	0
2) Presidente do Senado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3) Presidente do STF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4) Presidente do STJ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5) Presidente do TCU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6) Presidente do TSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7) Presidente do TST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
39) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
48) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
49) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
54) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
62) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
63) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
64) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
66) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
84) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
85) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
86) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
87) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
88) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
92) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
93) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
94) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
95) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
96) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
97) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
98) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
99) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100) Presidente do TRF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	37	5	21	4	4	0	1	1	1	0	2	10	0	4	1	0

Anexo 3.8 – Identificação por Formato - 2007

Formato

2007	Notícias	Reportagens/Especiais	Entrevistas	Breves	Total/Mês
Janeiro	69	1	1	64	135
Fevereiro	68	0	3	36	107
Março	68	0	6	45	119
Abril	69	1	2	54	126
Maio	72	0	6	36	114
Junho	72	1	2	32	107
Julho	52	0	1	18	71
Agosto	66	1	3	32	102
Setembro	80	0	2	39	121
Outubro	72	0	7	26	105
Novembro	60	0	1	32	93
Dezembro	44	1	2	18	65
Total/Formato	792	5	36	432	1265

Anexo 4 – Tabelas de amostras preenchidas - 2011

Anexo 4.1 – Identificação das fontes - 2011 - Entrevistas

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	0	0,00%
b) Partido Político no poder	0	0,00%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	0	0,00%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	3	25,00%
g) Poder Judicial	0	0,00%
h) Força Militar/Policial	1	8,33%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas/Empresários	1	8,33%
l) Outros	1	8,33%
m) Não identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	1	8,33%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	1	8,33%
q) Especialistas	1	8,33%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	1	8,33%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	1	8,33%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	1	8,33%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	12	

Anexo 4.2 – Identificação das fontes - 2011 - Reportagens/Especiais

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	0	0,00%
b) Partido Político no poder	3	15,79%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	3	15,79%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	0	0,00%
g) Poder Judicial	2	10,53%
h) Força Militar/Policial	0	0,00%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas/Empresários	0	0,00%
l) Outros	0	0,00%
m) Não Identificável/Aplicável	2	10,53%
n) População	2	10,53%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	2	10,53%
q) Especialistas	0	0,00%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	2	10,53%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	1	5,26%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	1	5,26%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	1	5,26%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	19	

Seite 1

Anexo 4.3 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	3	3,37%
b) Partido Político no poder	2	2,25%
c) Partido Político de oposição	1	1,12%
d) Organização Governamental	3	3,37%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	25	28,09%
g) Poder Judicial	1	1,12%
h) Força Militar/Policial	0	0,00%
i) Sindicatos e Ordens	2	2,25%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas	2	2,25%
l) Outros	1	1,12%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	1	1,12%
o) Governo Estrangeiro	1	1,12%
p) Universidade	5	5,62%
q) Especialistas	8	8,99%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	1	1,12%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	2	2,25%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca	10	11,24%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	8	8,99%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	10	11,24%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	3	3,37%
Total	89	

Seite 1

Anexo 4.4 – Identificação das fontes - 2011 - Onde as fontes atuam

Atuação

	Meio onde fontes atuam	%
a) Direto ou exclusivo	47	50,00%
b) Comunicado ou press release	2	2,13%
c) Outros documentos	13	13,83%
d) Assembleias e Sessões	0	0,00%
e) Cerimônia oficial	7	7,45%
f) Inauguração	0	0,00%
g) Reunião e audiências	1	1,06%
h) Coletivas de imprensa	1	1,06%
i) Visitas e viagens	0	0,00%
j) Manifestações	4	4,26%
k) Outros	1	1,06%
l) Não identificável	15	15,96%
m) Congressos e colóquios	0	0,00%
n) Publicação e difusão	3	3,19%
o) Almoço e jantares	0	0,00%
p) Ação de campanha	0	0,00%
Total	94	

Anexo 4.5 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias - Grau de confidencialidade

Confidencialidade

	Confidencialidade	%
a) On the record	88	92,63%
b) On the background	7	7,37%
c) On the deep background	0	0,00%
Total	95	

Anexo 4.6 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias - Atores x Confidencialidade

Atores X Confidencialidade

	On the record	On the background	On the deep background
a) Presidente e Casa Civil	3	0	0
b) Partido Político no poder	7	0	0
c) Partido Político de oposição	1	0	0
d) Organização Governamental	3	0	0
e) ONG	0	0	0
f) Governo	20	4	0
g) Poder Judicial	0	0	0
h) Força Militar/Policial	0	0	0
i) Sindicatos e Ordens	2	0	0
j) Igrejas	0	0	0
k) Empresas	2	0	0
l) Outros	1	0	0
m) Não Identificável/Aplicável	0	0	0
n) População	1	0	0
o) Governo Estrangeiro	0	0	0
p) Universidade	5	0	0
q) Especialistas	8	0	0
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0	0
s) Saúde	0	0	0
t) Poder Estadual/Municipal no poder	1	0	0
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	2	0	0
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0	0
w) Finanças e Banca	10	0	0
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0	0
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0	0
aa) Desporto	0	0	0
bb) Meio artístico e cultural	0	0	0
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0	0
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0	0
ee) Institutos de Pesquisa	8	0	0
ff) Deputado Federal/Senador no poder	9	1	0
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	3	0	0
Total	86	5	0

Anexo 4.7 – Identificação das fontes - 2011 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam

Atores X Atuação

	a) Direto ou exclusivo	b) Comunicado ou press release	c) Outros documentos	d) Assessoria e Sócios	e) Cerimônia oficial	f) Inauguração	g) Reunião e audiência	h) Coluna de imprensa	i) Visitas e viagens	j) Manifestação	k) Outros	l) Não identificável	m) Congressos e colóquios	n) Publicação e afiliação	o) Almoço e jantar	p) Ação de campanha
a) Presidente e Casa Civil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
b) Partido Político da oposição	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
c) Organismo Governamental	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
d) ONG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
e) Congresso	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
f) Força Militar/Policial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
g) Academia e Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
h) Imprensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
i) Empresas	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
j) Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
k) Cientistas/Acadêmicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
l) População	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
m) Governo Estrangeiro	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
n) Organizações internacionais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
o) Especialistas	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
p) Outros Orgãos da Comunicação Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
q) Saúde	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
r) Poder Executivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s) Poder Legislativo	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
t) Poder Judiciário	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
u) Poder Executivo/Estadual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
y) Candidatos presidenciais no poder	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z) Candidatos legislativos de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aa) Legislativos e culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ab) Legislativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ac) Candidatos Autarquia no poder	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ad) Candidatos Autarquia no poder	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ae) Deputados Federal/Senador no poder	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
af) Deputados Federal/Senador no poder	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ag) Deputados Federal/Senador de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	48	1	15	0	7	0	1	1	0	4	0	15	0	3	0	0

Anexo 4.8 – Identificação por Formato - 2011

Formato

2011	Notícias	Reportagens/Especiais	Entrevistas	Breves	Total/Mês
Janeiro	66	1	1	25	93
Fevereiro	54	0	2	34	90
Março	55	0	1	35	91
Abril	47	2	1	26	76
Maio	48	1	1	23	73
Junho	62	0	2	57	121
Julho	47	0	0	26	73
Agosto	52	0	1	30	83
Setembro	50	1	0	28	79
Outubro	50	0	1	46	97
Novembro	57	0	1	27	85
Dezembro	38	1	1	25	65
Total/Formato	626	6	12	382	1026

Anexo 5 – Tabelas de amostras preenchidas - 2015

Anexo 5.1 – Identificação das fontes - 2015 - Entrevistas

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	2	9,09%
b) Partido Político no poder	1	4,55%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	1	4,55%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	1	4,55%
g) Poder Judicial	1	4,55%
h) Força Militar/Policial	0	0,00%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	2	9,09%
k) Empresas/Empresários	2	9,09%
l) Outros	1	4,55%
m) Não identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	1	4,55%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	3	13,64%
q) Especialistas	2	9,09%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	1	4,55%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	1	4,55%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	1	4,55%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	2	9,09%
Total	22	

Anexo 5.2 – Identificação das fontes - 2015 - Reportagens/Especiais

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	0	0,00%
b) Partido Político no poder	5	9,43%
c) Partido Político de oposição	1	1,89%
d) Organização Governamental	1	1,89%
e) ONG	2	3,77%
f) Governo	2	3,77%
g) Poder Judicial	3	5,66%
h) Força Militar/Policial	4	7,55%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas/Empresários	0	0,00%
l) Outros	2	3,77%
m) Não Identificável/Aplicável	2	3,77%
n) População	22	41,51%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	2	3,77%
q) Especialistas	1	1,89%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	3	5,66%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	3	5,66%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	0	0,00%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	53	

Seite 1

Anexo 5.3 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	3	3,26%
b) Partido Político no poder	18	19,57%
c) Partido Político de oposição	2	2,17%
d) Organização Governamental	0	0,00%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	14	15,22%
g) Poder Judicial	11	11,96%
h) Força Militar/Policial	2	2,17%
i) Sindicatos e Ordens	1	1,09%
j) Igrejas	0	0,00%
k) Empresas	10	10,87%
l) Outros	7	7,61%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	1	1,09%
p) Universidade	0	0,00%
q) Especialistas	1	1,09%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	1,09%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	2	2,17%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	14	15,22%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	5	5,43%
Total	92	

Seite 1

Anexo 5.4 – Identificação das fontes - 2015 - Onde as fontes atuam

Atuação

	Meio onde fontes atuam	%
a) Direto ou exclusivo	31	31,31%
b) Comunicado ou press release	6	6,06%
c) Outros documentos	9	9,09%
d) Assembleias e Sessões	6	6,06%
e) Cerimônia oficial	5	5,05%
f) Inauguração	0	0,00%
g) Reunião e audiências	8	8,08%
h) Coletivas de imprensa	4	4,04%
i) Visitas e viagens	0	0,00%
j) Manifestações	3	3,03%
k) Outros	4	4,04%
l) Não identificável	20	20,20%
m) Congressos e colóquios	2	2,02%
n) Publicação e difusão	1	1,01%
o) Almoço e jantares	0	0,00%
p) Ação de campanha	0	0,00%
Total	99	

Anexo 5.5 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias - Grau de confidencialidade

Confidencialidade

	Confidencialidade	%
a) On the record	79	82,29%
b) On the background	17	17,71%
c) On the deep background	0	0,00%
Total	96	

Anexo 5.6 – Identificação das fontes - 2015 - Notícias - Atores x Confidencialidade

Atores X Confidencialidade

	On the record	On the background	On the deep background	Total
a) Presidente e Casa Civil	3	0	0	3
b) Partido Político no poder	15	6	0	21
c) Partido Político de oposição	1	1	0	2
d) Organização Governamental	0	0	0	0
e) ONG	0	0	0	0
f) Governo	7	7	0	14
g) Poder Judicial	9	1	0	10
h) Força Militar/Policial	0	1	0	1
i) Sindicatos e Ordens	1	0	0	1
j) Igrejas	0	0	0	0
k) Empresas	7	0	0	7
l) Outros	7	0	0	7
m) Não Identificável/Aplicável	0	0	0	0
n) População	0	0	0	0
o) Governo Estrangeiro	1	0	0	1
p) Universidade	0	0	0	0
q) Especialistas	1	1	0	2
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	0	0	1
s) Saúde	0	0	0	0
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0	0	0
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0	0	0
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0	0	0
w) Finanças e Banca	0	0	0	0
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0	0	0
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0	0	0
aa) Desporto	0	0	0	0
bb) Meio artístico e cultural	0	0	0	0
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0	0	0
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0	0	0
ee) Institutos de Pesquisa	2	0	0	2
ff) Deputado Federal/Senador no poder	14	0	0	0
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	5	0	0	0
Total	74	17	0	72

AtoresXAtuação

129

Anexo 5.8 – Identificação por Formato - 2015

Formato

2015	Notícias	Reportagens/Especiais	Entrevistas	Breves	Total/Mês
Janeiro	41	0	1	15	57
Fevereiro	48	3	1	24	76
Março	57	2	5	29	93
Abril	46	0	2	16	64
Maio	42	0	2	14	58
Junho	48	0	4	20	72
Julho	45	0	0	27	72
Agosto	47	2	1	25	75
Setembro	54	0	1	31	86
Outubro	58	0	1	23	82
Novembro	55	0	3	18	76
Dezembro	32	1	1	13	47
Total/Formato	573	8	22	255	858

Anexo 6 – Tabelas de amostras preenchidas - 2016-17

Anexo 6.1 – Identificação das fontes - 2016-17 - Entrevistas

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	0	0,00%
b) Partido Político no poder	1	3,13%
c) Partido Político de oposição	2	6,25%
d) Organização Governamental	1	3,13%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	5	15,63%
g) Poder Judicial	3	9,38%
h) Força Militar/Policial	1	3,13%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	1	3,13%
k) Empresas/Empresários	1	3,13%
l) Outros	1	3,13%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	0	0,00%
q) Especialistas	4	12,50%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	3	9,38%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	1	3,13%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	8	25,00%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	0	0,00%
Total	32	

Anexo 6.2 – Identificação das fontes - 20016-17- Reportagens/Especiais

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	2	3,17%
b) Partido Político no poder	0	0,00%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	7	11,11%
e) ONG	1	1,59%
f) Governo	4	6,35%
g) Poder Judicial	5	7,94%
h) Força Militar/Policial	0	0,00%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	4	6,35%
k) Empresas/Empresários	1	1,59%
l) Outros	4	6,35%
m) Não Identificável/Aplicável	2	3,17%
n) População	15	23,81%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	8	12,70%
q) Especialistas	3	4,76%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	2	3,17%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	1	1,59%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	3	4,76%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	0	0,00%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	1	1,59%
Total	63	

Seite 1

Anexo 6.3 – Identificação das fontes - 2016-17 - Notícias

Formato

2016-2017	Notícias	Reportagens/Especiais	Entrevistas	Breves	Total/Mês
Junho 2016	66	0	0	30	96
Julho 2016	42	0	4	15	61
Agosto 2016	47	2	0	18	67
Setembro 2016	59	2	7	26	94
Outubro 2016	39	1	2	22	64
Novembro 2016	40	1	5	15	61
Dezembro 2016	33	1	2	17	53
Janeiro 2017	29	0	2	10	41
Fevereiro 2017	49	1	1	10	61
Março 2017	47	2	3	15	67
Abril 2017	49	1	3	15	68
Mai 2017	52	1	3	16	72
Total/Formato	552	12	32	209	805

Anexo 7 – Tabelas de amostras preenchidas - 2019

Anexo 7.1 – Identificação das fontes - 2019 - Entrevistas

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	2	7,14%
b) Partido Político no poder	0	0,00%
c) Partido Político de oposição	1	3,57%
d) Organização Governamental	1	3,57%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	0	0,00%
g) Poder Judicial	2	7,14%
h) Força Militar/Policial	0	0,00%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	1	3,57%
k) Empresas/Empresários	0	0,00%
l) Outros	1	3,57%
m) Não identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	0	0,00%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	7	25,00%
q) Especialistas	0	0,00%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	0	0,00%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	2	7,14%
y) Poder Associativo/Estudantil	1	3,57%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	2	7,14%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	0	0,00%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	6	21,43%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	2	7,14%
Total	28	

Anexo 7.2 – Identificação das fontes - 2019 - Reportagens/Especiais

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	6	11,11%
b) Partido Político no poder	0	0,00%
c) Partido Político de oposição	0	0,00%
d) Organização Governamental	1	1,85%
e) ONG	0	0,00%
f) Governo	5	9,26%
g) Poder Judicial	3	5,56%
h) Força Militar/Policial	1	1,85%
i) Sindicatos e Ordens	0	0,00%
j) Igrejas	1	1,85%
k) Empresas/Empresários	2	3,70%
l) Outros	4	7,41%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	22	40,74%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	0	0,00%
q) Especialistas	0	0,00%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	1	1,85%
s) Saúde	1	1,85%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	0	0,00%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	1	1,85%
y) Poder Associativo/Estudantil	0	0,00%
w) Finanças e Banca (Fazenda)	0	0,00%
x) Candidatos presidenciais de oposição	0	0,00%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	2	3,70%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	1	1,85%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	3	5,56%
Total	54	

Seite 1

Anexo 7.3 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias

Atores

	Atores	%
a) Presidente e Casa Civil	18	14,29%
b) Partido Político no poder	4	3,17%
c) Partido Político de oposição	3	2,38%
d) Organização Governamental	0	0,00%
e) ONG	1	0,79%
f) Governo	11	8,73%
g) Poder Judicial	24	19,05%
h) Força Militar/Policial	1	0,79%
i) Sindicatos e Ordens	1	0,79%
j) Igrejas	1	0,79%
k) Empresas	1	0,79%
l) Outros	2	1,59%
m) Não Identificável/Aplicável	0	0,00%
n) População	3	2,38%
o) Governo Estrangeiro	0	0,00%
p) Universidade	2	1,59%
q) Especialistas	13	10,32%
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	7	5,56%
s) Saúde	0	0,00%
t) Poder Estadual/Municipal no poder	4	3,17%
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0,00%
y) Poder Associativo/Estudantil	4	3,17%
w) Finanças e Banca	1	0,79%
x) Candidatos presidenciais de oposição	1	0,79%
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0,00%
aa) Desporto	0	0,00%
bb) Meio artístico e cultural	0	0,00%
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0,00%
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0,00%
ee) Institutos de Pesquisa	4	3,17%
ff) Deputado Federal/Senador no poder	15	11,90%
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	5	3,97%
Total	126	

Seite 1

Anexo 7.4 – Identificação das fontes - 2019 - Onde as fontes atuam

Atuação

	Meio onde fontes atuam	%
a) Direto ou exclusivo	62	48,44%
b) Comunicado ou press release	13	10,16%
c) Outros documentos	13	10,16%
d) Assembleias e Sessões	7	5,47%
e) Cerimônia oficial	4	3,13%
f) Inauguração	0	0,00%
g) Reunião e audiências	1	0,78%
h) Coletivas de imprensa	0	0,00%
i) Visitas e viagens	0	0,00%
j) Manifestações	0	0,00%
k) Outros	4	3,13%
l) Não identificável	9	7,03%
m) Congressos e colóquios	2	1,56%
n) Publicação e difusão	10	7,81%
o) Almoço e jantares	3	2,34%
p) Ação de campanha	0	0,00%
Total	128	

Anexo 7.5 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias - Grau de confidencialidade

Confidencialidade

	Confidencialidade	%
a) On the record	22	75,86%
b) On the background	7	24,14%
c) On the deep background	0	0,00%
Total	29	

Anexo 7.6 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias - Atores x Confidencialidade

Atores X Confidencialidade

	On the record	On the background	On the deep background	Total
a) Presidente e Casa Civil	18	0	0	18
b) Partido Político no poder	3	0	0	3
c) Partido Político de oposição	3	0	0	3
d) Organização Governamental	0	0	0	0
e) ONG	0	0	0	0
f) Governo	5	6	0	11
g) Poder Judicial	23	0	0	23
h) Força Militar/Policial	1	0	0	1
i) Sindicatos e Ordens	1	0	0	1
j) Igrejas	0	2	0	2
k) Empresas	1	0	0	1
l) Outros	2	0	0	2
m) Não Identificável/Aplicável	0	0	0	0
n) População	3	0	0	3
o) Governo Estrangeiro	0	0	0	0
p) Universidade	2	0	0	2
q) Especialistas	12	1	0	13
r) Outros Órgãos de Comunicação Social	6	0	0	6
s) Saúde	0	0	0	0
t) Poder Estadual/Municipal no poder	4	0	0	4
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0	0	0
y) Poder Associativo/Estudantil	4	0	0	4
w) Finanças e Banca	1	0	0	1
x) Candidatos presidenciais de oposição	1	0	0	1
z) Candidatos presidenciais no poder	0	0	0	0
aa) Desporto	0	0	0	0
bb) Meio artístico e cultural	0	0	0	0
cc) Candidatos Autarquia de oposição	0	0	0	0
dd) Candidatos Autarquia no poder	0	0	0	0
ee) Institutos de Pesquisa	4	0	0	4
ff) Deputado Federal/Senador no poder	15	0	0	0
gg) Deputado Federal/Senador de oposição	7	0	0	0
Total	116	9	0	103

Anexo 7.7 – Identificação das fontes - 2019 - Notícias - Atores x Onde as fontes atuam

Atores X Atuação

	a) Presidente e Casas Cúlis	b) Direto na redação	c) Comunidade ou press releases	d) Outros documentos	e) Assessoria e Secretarias	f) Cerimônia oficial	g) Imunização	h) Reuniões e audiências	i) Colunas de imprensa	j) Vídeos e imagens	k) Manifestações	l) Outros	m) Não identificadas	n) Compromissos e coleções	o) Publicações oficiais	p) Menores jornais	q) Atos de campanha
b) Partido Político no poder	14	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
c) Organização Governamental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
e) ONG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
g) Poder Judicial	2	0	1	8	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	1	0	0
h) Forças Militares	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
i) Sindicatos e Outros	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
j) Empresas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
k) Outras	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
l) Outras	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
m) Identificação	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
n) População	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
o) Governo Estrangeiro	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
p) Especialistas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
q) Outros	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
r) Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s) Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
t) Poder Estadual/Municipal no poder	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
u) Poder Estadual/Municipal de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
v) Finanças e Bancos	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
w) Finanças e Bancos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
x) candidatos presidenciais ao poder	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
y) candidatos presidenciais de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z) Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aa) Meio artístico e cultural	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
bb) Candidatos a uma vaga de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
cc) Candidatos a uma vaga de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
dd) Candidatos a uma vaga de oposição	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ee) Instituto de Pesquisas	14	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
ff) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
gg) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
hh) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ii) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
jj) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
kk) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ll) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mm) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
nn) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
oo) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pp) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
qq) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rr) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ss) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tt) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
uu) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
vv) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ww) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xx) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
yy) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
zz) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aaa) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
bbb) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ccc) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ddd) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
eee) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
fff) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ggg) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
hhh) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
iii) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
jjj) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
kkk) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
lll) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mmm) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
nnn) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ooo) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ppp) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
qqq) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rrr) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sss) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ttt) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
uuu) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
vvv) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
www) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xxx) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
yyy) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
zzz) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aaa) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
bbb) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ccc) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ddd) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
eee) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
fff) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ggg) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
hhh) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
iii) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
jjj) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
kkk) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
lll) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mmm) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
nnn) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ooo) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ppp) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
qqq) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rrr) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sss) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ttt) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
uuu) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
vvv) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
www) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xxx) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
yyy) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
zzz) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aaa) Instituto de Pesquisas	0	0	0	0	0												

Anexo 7.8 – Identificação por Formato - 2019

Formato

2019	Notícias	Reportagens/Especiais	Entrevistas	Breves	Total/Mês
Janeiro	42	3	3	8	56
Fevereiro	38	0	2	18	58
Março	40	0	2	4	46
Abril	40	0	1	6	47
Maio	35	0	3	9	47
Junho	45	0	4	11	60
Julho	41	0	1	13	55
Agosto	43	0	1	9	53
Setembro	49	3	1	10	63
Outubro	49	1	3	8	61
Novembro	47	0	3	5	55
Dezembro	37	0	2	5	44
Total/Formato	506	7	26	106	645