

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

VIRGÍLIO DE ARAÚJO MENDES

OS CANDIDATOS POSSUEM O MESMO ESPAÇO NA MÍDIA?
UMA ANÁLISE DO VIÉS DA COBERTURA JORNALÍSTICA IMPRESSA
DOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA EM 2018 A PARTIR DA ANÁLISE DE
REDES

Belo Horizonte

2019

VIRGÍLIO DE ARAÚJO MENDES

**OS CANDIDATOS POSSUEM O MESMO ESPAÇO NA MÍDIA? UMA
ANÁLISE DO VIÉS DA COBERTURA JORNALÍSTICA IMPRESSA DOS
CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA EM 2018 A PARTIR DA ANÁLISE DE REDES**

Monografia apresentada à Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito para obtenção do título de bacharel em Ciências Sociais. Área de concentração: Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Nunes dos Santos

Belo Horizonte

2019

VIRGÍLIO DE ARAÚJO MENDES

**OS CANDIDATOS POSSUEM O MESMO ESPAÇO NA MÍDIA? UMA
ANÁLISE DO VIÉS DA COBERTURA JORNALÍSTICA IMPRESSA DOS
CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA EM 2018 A PARTIR DA ANÁLISE DE REDES**

Monografia apresentada à Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito para obtenção do título de bacharel em Ciências Sociais.

Área de concentração: Ciência Política

Data da defesa: 29 de novembro de 2019

Prof. Dr. Felipe Nunes dos Santos – UFMG – (Orientador)

Prof. Dr. Bruno P. W. Reis – UFMG – (Banca Examinadora)

Prof. Dr. Neylson Crepalde – Instituto Metodista Izabela Hendrix – (Banca Examinadora)

Belo Horizonte, 29 de novembro de 2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeira mão ao professor e mentor Felipe Nunes pela paciência, orientação e por todo o incentivo que se mostra recompensado neste trabalho. Agradeço também seu apoio e todo o suporte que me forneceu em minha trajetória acadêmica, seja em sala de aula, no Projeto Media Bias ou nos corredores da FAFICH.

Agradeço também aos colegas do Projeto Media Bias, pelas orientações e apoio nos momentos cruciais de minha trajetória. Em especial aos colegas Camila Montevechi, Pedro Amorim, Bárbara Salatiel, Ana Miranda e Marina Amorim.

Agradeço em especial ao meu amigo Rafael Oliveira por todo o apoio, suporte mútuo nas noites viradas e principalmente nas lutas diárias travadas nessa graduação que sem teu apoio não chegaria onde cheguei.

Agradeço também aos amigos Eduardo Tamaki e Victor Nascimento pela paciência e apoio nesse processo de aprendizado.

Agradeço ao mentor Neylson Crepalde por todos os auxílios, orientações e socorros metodológicos que possibilitaram este trabalho.

Agradeço aos meus pais, Hélio e Maria do Carmo, por acreditarem em meu potencial e por me educarem, sendo companheiros e meus eternos mestres! Aos meus irmãos, Artur e Heloísa, por me darem apoio e força para concluir esta etapa da minha vida.

Por último, e não menos importante, agradeço a todos que participaram da minha trajetória, seja na academia, no trabalho ou nos momentos mais diversos possíveis!

RESUMO

Este trabalho busca investigar se a mídia impressa nacional distribuiu sua cobertura igualmente entre os candidatos à presidência e se os jornais cobriram de forma mais positiva um candidato em comparação aos outros na corrida presidencial de 2018. Os meios de comunicação, em especial as mídias jornalísticas impressas, constituem um aspecto marcante para a delineação da opinião pública em uma democracia e, também, exercem papel de agentes no fluxo informacional nos processos eleitorais. Assim, a partir da distribuição de menções aos presidenciáveis, trabalho com as hipóteses de que (1) a cobertura realizada pela grande mídia não foi distribuída de forma igualitária entre os candidatos e de que (2) o candidato Jair Bolsonaro recebeu uma cobertura mais positiva atribuída a sua imagem em comparação aos outros. Utilizo o método de Análise de Redes Sociais (ARS) como ferramenta analítica para avaliar a distribuição da exposição dos candidatos no período eleitoral. E, em segunda análise, trabalho a imagem associada aos candidatos, para além da distribuição na cobertura realizada pelos jornais, verificando o efeito “facada” na corrida eleitoral a partir dos grafos de rede de um modo conjugados à uma análise qualitativa dos atributos de imagem dos personagens citados, possibilitando a mensuração do viés qualitativo nas notícias uma semana antes e uma semana depois do dia que houve a facada no candidato Bolsonaro.

Palavras – Chave: Viés de mídia; ARS; Eleições; Jornais Impressos.

ABSTRACT

This paper seeks to investigate whether national print media distributed its coverage equally among presidential candidates and whether newspapers more positively covered one candidate compared to others in the 2018 presidential race. The media, especially print media, constitute a striking aspect for the delineation of public opinion in a democracy and also play the role of agents in the informational flow in the electoral processes. Thus, from the distribution of mentions to presidential candidates, I work with the assumptions that (1) coverage by the mainstream media was not evenly distributed among candidates and (2) that candidate Jair Bolsonaro received more positive coverage. attributed to your image compared to others. I use the Social Network Analysis (ARS) method as an analytical tool to assess the distribution of candidate exposure during the election period. And, secondly, I work with the image associated with the candidates, in addition to the distribution in the coverage made by the newspapers, verifying the “stab” effect on the electoral race from the network graphs in a way combined with a qualitative analysis of the image attributes. cited characters, allowing the measurement of qualitative bias in the news a week before and a week after the day that stabbed the candidate Bolsonaro.

Keywords: Media bias; ARS; Elections; Printed newspapers.

LISTA DE TABELA

Tabela 1. Subdivisão dos frames por períodos	33
Tabela 2. Legenda para as siglas utilizadas na representação dos jornais	40
Tabela 3. Subdivisão dos frames por períodos (parte 2)	41
Tabela 4. Qualificação de atributo por número de notícias (frames 4 e 5)	45

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1 - Porcentagem de citações dos principais candidatos à presidência nas eleições de 2018.....	33
Gráfico 2 - Representação circular da rede (2-mode network) para o frame 1	36
Gráfico 3-Representação circular da rede (2-mode network) para o frame 2	38
Gráfico 4 - Representação circular da rede (2-mode network) para o frame 3	39
Gráfico 5 - Representação da rede (1-mode network) para o frame 4.....	42
Gráfico 6 - Representação da rede (1-mode network) para o frame 5	44

SUMÁRIO

1. Introdução	10
2. Mídia como elemento democrático	12
3. Estudos internacionais de mídia.....	15
3.1. Estudos brasileiros de mídia	19
3.2. Viés midiático, tipos e efeitos	21
4. Metodologia	24
5. Resultados.....	28
5.1 Análise descritiva dos resultados.....	29
5.2 ARS para redes two-mode: dinâmica da cobertura jornalística durante campanha eleitoral	33
5.3 ARS para redes one-mode: observando o efeito “facada” durante campanha eleitoral	40
APÊNDICE 1	50
APÊNDICE 2	51
APÊNDICE 3	52
APÊNDICE 4	54
APÊNDICE 5	55
APÊNDICE 6	56
APÊNDICE 7	57
APÊNDICE 8	59
APÊNDICE 9	60
APÊNDICE 10	61

1.Introdução

A mídia aparece ao longo da história como um dos elementos centrais do processo democrático, sendo tratada e revisitada desde os clássicos até o momento. No cenário sócio-político brasileiro de 2018 não foi diferente, desempenhando um papel central tanto na cobertura das eleições, como na formação da opinião pública em relação aos candidatos, a mídia se mostrou mais uma vez essencial para o processo democrático.

A literatura dedicada à cobertura midiática das eleições, tanto internacional quanto nacional, aponta para a existência de viés nos principais veículos de comunicação impressa, como mostram Kucinsky (1998), Lins da Silva (1990), Puglisi & Snyder (2010), Druckman & Parkin (2005), GENTZKOW *et al* (2011), Groseclose & Milyo (2005), Fonseca (2011), Mundim (2012, 2018) e Azevedo (2006). Apesar de ser consenso entre os autores a existência de uma cobertura midiática enviesada nos processos eleitorais, há muitas discussões e debates sobre o real efeito dos vieses nos processos eleitorais e seus devidos contextos.

Nesse sentido, trago discussões e investigações da literatura que fomentam este tema tão importante, já que é de vital importância a continuidade dos estudos sobre o tema. Nesse sentido, os processos eleitorais dão continuidade às eleições predecessoras e permeiam suas dinâmicas com outros aspectos das sociedades, isto é, mesclam elementos sociais, econômicos, culturais e outros na dinâmica eleitoral. Por isso, mesmo existindo trabalhos que demonstram o viés na cobertura do processo eleitoral, estudos do tipo são essenciais para a compreensão dos processos e continuidade da área de estudo.

O viés pode ser expresso de duas maneiras distintas e complementares, como aponta Mundim (2018, p. 10): o *viés quantitativo* e o *viés qualitativo*. O primeiro é determinado pela escolha editorial de um veículo, de cobrir ou não um evento ou cobri-lo de forma que o mesmo seja superexposto ou subexposto. O segundo, refere-se ao viés de

declaração, ou seja, como a imagem do ator político exposta na notícia é percebida pelo leitor.

Por outro lado, a inexistência de estudos sistemáticos sobre comportamento eleitoral e mídia voltados para o caso brasileiro¹ bem como a definição de viés explicitada, leva a formulação de algumas perguntas que direcionarão esta investigação: **a mídia impressa nacional distribuiu sua cobertura igualmente entre os candidatos à presidência? E mais, os jornais cobriram de forma mais positiva um candidato em comparação aos outros?** Para compreensão de como se deu a exposição da imagem de cada presidenciável durante o período eleitoral de 2018 é essencial explorar em que medida a cobertura realizada pelos jornais teve efeito sobre a avaliação da imagem dos candidatos. Com base na análise da distribuição de menções aos presidenciáveis, trabalho com as hipóteses de que (1) a cobertura realizada pela grande mídia não foi distribuída de forma igual para os candidatos e de que (2) o candidato Jair Bolsonaro recebeu uma cobertura mais positiva atribuída a sua imagem em comparação aos outros. Entendo por cobertura positiva toda e qualquer notícia veiculada, que por meio das informações presentes no corpo do texto, permita uma interpretação favorável à imagem do candidato em questão² (FERES JÚNIOR, 2016).

Os dados mostram que, a mídia distribuiu a exposição dos candidatos de maneira desigual, confirmando a existência do viés de seletividade. Sendo mais claro nos períodos pós-facada e no período compreendido entre o primeiro e segundo turno. Neste último período, houve superexposição do candidato Bolsonaro na cobertura da imprensa, o que

¹ RUBIM, A. A. C.; AZEVEDO, F. A., 1998. Mídia e política no Brasil. Textos e agenda de pesquisa. Lua Nova, São Paulo, n. 43, p. 189-216

² FERES JÚNIOR, João. Em defesa das valências: uma réplica. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 19, p. 277-298, 2016.

corroborar com a tese defendida por Feres Júnior e Sassara (2016), que mostra o viés antipetista por parte da mídia brasileira anterior às eleições de 2018.

A intenção ao investigar o viés e seus efeitos, é de mapear e dimensionar a rede de atores políticos e institucionais a partir da metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS). As análises apresentadas são resultado do trabalho a partir dos dados descritivos dos números de menções aos candidatos à presidência em uma série temporal e a partir de grafos de ARS de dois tipos, *two-mode network* para redes que contenham pessoas e instituições e *one-mode network* para redes de personagens apenas.

Para os grafos de redes two-mode, ao contrário do gráfico de porcentagem de citações, é possível identificar a distribuição de citações de cada candidato por jornal, já que a espessura da interação, é proporcional ao número de citações para redes de dois modos, portanto, quanto mais citado for um candidato por aquele veículo, mais espessa será a linha que conecta os dois nós na rede observada. De modo complementar, a interação na rede de um modo representa a proximidade com que os nós (unidos pela interação) são mencionados nas notícias. Neste último, a fim de analisar a imagem associada aos candidatos, para além da distribuição na cobertura realizada pelos jornais, faço uma análise verificando o efeito “facada” na corrida eleitoral a partir dos grafos de rede de um modo conjugados à uma análise qualitativa dos atributos de imagem dos personagens citados, possibilitando a mensuração do viés qualitativo nas notícias uma semana antes e uma semana depois do dia que houve a facada no candidato Bolsonaro.

2. Mídia como elemento democrático

A mídia aparece como um elemento essencial do processo democrático de maneira recorrente ao longo da história vinculada à estudos que envolvem a democracia e seus derivados, desde suas abordagens dos clássicos, como Robert Dahl (1971) e os Federalistas (1990), até releituras mais recentes das mídias de massa com Puglisi & Snyder (2010), Druckman & Parkin (2005), GENTZKOW *et al* (2011), Groseclose &

Milyo (2005), Fonseca (2011), Mundim (2012, 2018) e Azevedo (2006). Cada qual com suas perspectivas e particularidades, todos acabam por tratar a importância da mídia em uma democracia.

Dahl pontua, em sua obra *A Poliarquia* (1971), que a democratização tem como aspecto importante o desenvolvimento de um sistema político que permita oposição, entre o governo e sua oposição, colocando que democratização é distinta de desenvolver e possuir em um governo oposição política. Como afirma, a democracia tem “a contínua responsividade do governo às preferências de seus cidadãos” (DAHL, 1971, p. 25) que são politicamente iguais. Em meio ao processo democrático os cidadãos devem ter o direito de: (1) formular suas preferências; (2) expressar as preferências a seus representantes e ao governo por meio da ação, seja individual ou coletiva, de tal modo que consigam (3) “ter suas preferências igualmente consideradas na conduta do governo” (DAHL, 1971, p. 26). Nesse sentido, coloca que para a aplicação e manutenção destas três condições faz-se necessário a existência de oito garantias:

(1) Liberdade de formar e abrir organizações; (2) Liberdade de expressão; (3) Direito de voto; (4) Elegibilidade para cargos públicos; (5) Direito de líderes políticos disputarem apoio e votos; (6) Fontes alternativas de informação; (7) Eleições livres e idôneas; (8) Instituições para fazer com que as políticas governamentais dependam das eleições e de outras manifestações de preferência;

Entre elas, destaco a sexta garantia que concerne a esta investigação. A premissa de que para existir processo democrático do governo, responsivo às preferências de seus cidadãos, faz-se necessário também a existência de fontes alternativas de informação. Tais fontes, idealmente, independentes e imparciais seriam elementos fundantes do processo democrático.

Em abordagem semelhante, porém com foco analítico distinto, tanto de contexto histórico como de linha teórica, os federalistas (principalmente Hamilton e Madison) trazem para a dinâmica democrática uma releitura do ceticismo quanto à solidariedade

humana com a teoria dos “check and balances” (freios e contra-pesos) que visa controlar os detentores de poder culminando na divisão dos três poderes (já tratada por Locke no século XVI). Transpondo a lógica democrática para o caso americano, os federalistas abordam o papel da imprensa como a forma mais efetiva de informar os cidadãos e “democratizar” o controle informacional, pressupondo o mesmo que Dahl, uma imprensa independente e imparcial. Tal argumento coloca a mídia em uma posição extremamente estratégica nesta dinâmica política, ela seria colocada como um quarto poder, com funções “regulatória” e fiscalizadora do estado. Nos termos de Puglisi e Snyder, “the mass media have the potential to play a crucial role as watchdogs, informing citizens about any improper conduct by those in power” (2010, p. 1), argumento que fortalece a visão de uma mídia fiscalizadora e informativa propiciando o processo democrático.

A partir desse plano de fundo, temos a caracterização da imprensa em um contexto em que o modelo informacional tange uma realidade completamente distinta da observada hoje. Nesse sentido, busco atualizar estas perspectivas tocando nas principais discussões que tratam o papel da mídia em um *modus operandi* que prevalece o modelo comunicacional de veículos de massa, em que segundo Castells (2000, p. 376):

(...) a televisão, os jornais e o rádio funcionam como um sistema integrado, em que os jornais relatam o evento e elaboram análises, a televisão o digere e divulga ao grande público, e o rádio oferece a oportunidade de participação ao cidadão, além de abrir espaço a debates político-partidários direcionados sobre as questões levantadas pela televisão. (apud FONSECA, 2011, p. 44)

Diante de um cenário que apresenta um modelo comunicacional completamente distinto e inovador, acaba por surgir, novas discussões, abordagens, releituras e novos insights para um tema tão polêmico quanto este. Contudo, me limito à literatura que trata especificamente da cobertura jornalística impressa no processo eleitoral. Não que outras formas de mídia e períodos além campanha eleitoral não são relevantes ou não detenham importância para a dinâmica democrática, mas dado o enfoque exclusivo desta

investigação na mídia impressa, tais elementos que compõem o bloco da grande mídia não entram nas análises.

3. Estudos internacionais de mídia

Neste bloco, trato da relevância dos estudos internacionais e suas principais pautas, bem como resultados relevantes voltados à mídia impressa nos períodos eleitorais, em um contexto de uma mídia de massa que não atua em um cenário ideal, ou seja, de uma imprensa livre e imparcial, mas uma que está sujeita à influência de agentes governamentais ou privados seja por vieses diretos ou indiretos e discretos.

No processo de democratização dos estados a partir no século XX houve uma movimentação na literatura se voltando para mídia como um elemento que desempenha um papel central tanto na cobertura das eleições, como na formação da opinião pública sobre os candidatos. As abordagens que se dedicam ao tema direcionam as investigações para a análise de seus vieses e possíveis efeitos, principalmente no processo eleitoral, como mostra Kucinsky (1998). Apesar dos autores não serem unânimes sobre o real impacto que o *media bias* possui nos resultados eleitorais, há pouca discordância quanto à existência do viés na cobertura midiática, ou seja, a cobertura de um evento que privilegia um ator em detrimento de outro, seja partido ou candidato, pessoa ou instituição.

Gentzkow *et al* (2011) tratam de investigar os efeitos que as entradas e saídas (abertura e fechamento) de jornais impressos possuem na participação política, nos votos partidários e na competitividade eleitoral no período de 1869 a 2004 nos EUA³. Os autores encontram um efeito positivo dos jornais sobre a participação política, pontuando que o impacto persuasivo dos jornais partidários é limitado e argumentam que não há

³ GENTZKOW, Matthew; SHAPIRO, Jesse M.; SINKINSON, Michael. The effect of newspaper entry and exit on electoral politics. *American Economic Review*, v. 101, n. 7, p. 2980-3018, 2011. link: <http://www.nber.org/papers/w15544.pdf>

evidências de que esses jornais influenciam no apoio de um grande número de eleitores a um determinado partido. Os próprios autores definem a ideologia partidária dos jornais quando há um posicionamento declarado ou explícito do veículo e que possam servir de filtro para os eleitores na identificação do viés jornalístico. Desse modo, concluem que os resultados encontrados:

São consistentes com um modelo em que os jornais afetam o processo político principalmente fornecendo informações. Em um mercado sem jornais e sem fontes de mídia alternativas, o comparecimento está deprimido porque os eleitores têm informações limitadas sobre questões, candidatos e eleições. (Gentzkow *et al*, 2011, p. 33)

Druckman e Parkin (2005) também investigam o viés e seus efeitos na cobertura impressa, porém trabalhando com a inclinação editorial (*editorial slant*) de dois veículos americanos do estado de Minnesota, ponto (*editorial slant*) que Gentzkow *et al* (2011) trabalharam perifericamente. Eles definem *editorial slant* como a quantidade e o tom (positivo ou negativo) da cobertura de um candidato por um jornal que é influenciada pela posição editorial do veículo (este tendo efeito performativo na avaliação do candidato e na escolha de voto). O diferencial do trabalho de Druckman e Parkin se constitui em duas partes: a primeira, de que os principais estudos de inclinação editorial na cobertura midiática não exploram o impacto do *editorial slant* sobre os eleitores; e a segunda, de que os escassos estudos que trabalham o efeito do *editorial slant* sobre os eleitores não diferenciam campanhas publicitárias de anúncios, além dos diferentes mercados editoriais. Todavia, os autores trabalham uma única campanha pelo Senado americano, abarcado pelo mesmo mercado editorial e apenas com dois veículos jornalísticos competidores (editorialmente distintos).

Os resultados da pesquisa apontam que a hipótese investigada por eles, de que a inclinação editorial do jornal para um candidato tenha efeito positivo na perspectiva de

avaliação do eleitor sobre ele, se mostrou positiva. Sendo que a mesma possui maior efeito nos leitores frequentes do jornal.

Em outra abordagem, Puglisi e Snyder (2011) estudam a cobertura de escândalos políticos dos EUA por meio dos veículos jornalísticos americanos. A pesquisa propõe compreender a dinâmica da cobertura midiática dos escândalos políticos, em período eleitoral, envolvendo candidatos de um partido por um veículo jornalístico de espectro ideológico oposto ao candidato vinculado ao escândalo, para assim determinar se há viés político na cobertura jornalística realizada. Dito de outra maneira, propõe-se compreender e mensurar se a cobertura jornalística tende a ser imparcial em período eleitoral ou se adota posicionamento partidário, explicitando o viés político de sua cobertura. As hipóteses do estudo investigam se: (1) um jornal que apresenta posicionamento político determinado tende a cobrir de maneira negativa mais escândalos políticos de ideologia contrária; (2) o cenário de competitividade no mercado da mídia leva pluralidade e imparcialidade no viés da cobertura; (3) jornais que possuem públicos leitores mais plurais (ideologicamente mais heterogêneos) e mais extensos tendem a cobrir todos os escândalos, independente de posicionamento político partidário. Para além disso, os autores argumentam o fato de que a mídia, como principal detentora de informação e agente delineadora de opinião pública, em cenários específicos aparece como a única fonte de informação para a maioria dos leitores.

A principal conclusão alcançada, segundo os autores, é a de que “existe uma forte correlação entre a tendência partidária dos jornais, medida pelo seu comportamento de endosso, e o viés partidário na cobertura de escândalos políticos” (Puglisi & Snyder, 2011, p. 16). Especificamente no cenário americano, onde há polarização muito clara entre jornais partidários (Democratas e Republicanos), os jornais de tendência democrata cobrem significativamente mais escândalos de políticos republicanos do que democratas

e o contrário também se aplica, de modo que tais vieses não se limitam ao editorial jornalístico, mas também ao conteúdo noticiado no corpo das notícias. Observaram também que o efeito da cobertura enviesada nos veículos analisados é mais forte em cenários e escândalos locais, o que favorece, como argumentam os autores, a tendência partidária dos leitores. Em contrapartida, foi observado efeito positivo entre os jornais que possuem públicos leitores mais plurais e extensos e uma circulação mais sistemática sobre escândalos políticos:

Newspapers with higher circulation systematically devote more coverage to political scandals, at least in the news section. Further work is needed to distinguish between demand-driven and supply-led accounts for this relationship (Puglisi & Snyder, 2011, p. 17).

Outro estudo relevante para a literatura é o artigo de Lott e Hasset (2014) que busca criar uma mensuração objetiva de viés da cobertura midiática para as notícias vinculadas à economia no cenário americano. Tal estudo visa compreender como os jornais cobrem o tema economia, analisando quais tópicos são pautados e quais reportagens são direcionadas aos governos. Assim, há propriedade para afirmar se notícias dos governos republicanos e democratas são noticiados de forma diferente e se seus conteúdos levam a uma percepção pior do que a justificável segundo os indicadores econômicos.

A partir deste plano de fundo, os autores encontram um viés sistemático em favor dos democratas a partir da mensuração das notícias analisadas. Tal viés varia no tratamento das notícias econômicas e na articulação do conteúdo noticioso para com os partidos, sendo que majoritariamente os jornais abordam notícias de cunho econômico com um viés positivo mais facilmente quando um democrata ocupa o cargo de presidência. Outro ponto relevante encontrado foi de que as manchetes afetam a percepção do leitor sobre a economia e que este efeito observado não é contraposto com

outras fontes informacionais, o que agrava o viés sistemático partidário do jornal sobre a percepção do leitor.

Nesse sentido, a revisitação que trago com esta literatura elucida algumas das principais discussões acerca do *media bias* no cenário internacional de forma a preparar o campo para trabalhar as abordagens e os estudos brasileiros de mídia, onde a literatura ainda é insipiente e está em crescente avanço. Desta forma, apresentei como a mídia possui papel fundante em uma democracia, revisitando Robert Dahl e os Federalistas, e com discussões recentes sobre o efeito da mídia e seus vieses em democracias que operam com o modelo comunicacional de veículos de massa. Cabe agora trazer os principais estudos brasileiros de mídia, que apesar de novo cabe alguns apontamentos sobre sua relevância e achados que contribuem para minha investigação.

3.1. Estudos brasileiros de mídia

A literatura brasileira que faz uma releitura dos estudos de viés de mídia para o caso brasileiro, como já abordado, é recente e se estrutura no cenário acadêmico brasileiro a partir da década de 70 envolvendo os campos de comunicação e política (RUBIM & AZEVEDO, 1998). Rubim e Azevedo (1998), em seu artigo *Mídia e política no Brasil*, realizam um estudo cronológico sobre as pesquisas já desenvolvidas no Brasil envolvendo o tema a fim de estabelecer alguns panoramas e identificar tendências e agendas de pesquisas que possam contribuir para o campo de comunicação e política. A análise temporal que os autores realizam busca elucidar alguns dos principais acontecimentos que promoveram a mudança de paradigma e perspectivas no campo de comunicação e política dos estudos brasileiros a partir da década de 70, que compreende o cenário inicial para os estudos no Brasil.

Apesar do trabalho apresentar quais os temas já abordados pela ciência política brasileira no campo de pesquisa, os autores não estabelecem uma discussão teórica

envolvendo os pressupostos e paradigmas do campo, eles se limitam a uma descrição dos trabalhos e os contextualiza de forma cronológica, esclarecendo onde há mais estudos, porque e onde os estudos investigativos da ciência política brasileira se projetam. Traduzindo-se em uma tentativa que justifica o desenvolvimento tardio da ciência política a respeito do tema. Outro ponto de significativa importância abordado é a falta de uma interlocução mais sistemática e o descompasso na interação entre o campo da ciência política e a de comunicação e áreas afins (RUBIM & AZEVEDO, 1998).

O limitado repertório de trabalhos acadêmicos, segundo os autores, culminou em sete dimensões analíticas no Brasil, sendo elas: (1) Comportamento eleitoral e mídia; (2) Discursos políticos midiáticos; (3) Estudos produtivos da mídia; (4) Ética, política e mídia; (5) Mídia e reconfiguração do espaço público; (6) Sociabilidade contemporânea, mídia e política; (7) Políticas públicas de comunicação. Apesar do estudo não contabilizar a produção científica após 1998, ainda é útil dimensionar os estudos atuais do campo trabalhando as dimensões apresentadas.

Trago esta contextualização sobre os estudos de mídia e política no Brasil a fim de direcionar minha investigação para a dimensão de comportamento eleitoral e mídia, que Rubim e Azevedo descrevem. Esta dimensão dos estudos brasileiros vem ganhando relevância após o período de redemocratização e incorpora temas que “articulam as mídias e vários aspectos do processo político, que inclui a propaganda eleitoral, formação de agenda das mídias e a agenda pública, o impacto da imprensa e da televisão na decisão do voto, etc” (RUBIM & AZEVEDO, 1998, p. 202). Ademais, ela se adequa perfeitamente à investigação aqui proposta, que visa testar se os veículos de comunicação impressa cobriram de forma desigual os candidatos nas eleições presidenciais de 2018, o que caracterizaria a existência de viés na cobertura jornalística analisada.

Seguindo o delineamento proposto, de focar nos estudos que tratam especificamente do viés de cobertura dos veículos jornalísticos, observo que mesmo que a existência de viés na cobertura midiática das eleições seja ponto de concordância entre os autores, julgo necessário trazer novos estudos que atualizam as discussões pautadas pelo universo acadêmico na medida que novas eleições forem se concretizando. Dessa forma, os estudos acompanharão a dinâmica midiática e suas mudanças nas mais variadas esferas e contextos corroborando para uma ciência política brasileira mais sistemática e capaz de explicar cada vez mais as dinâmicas eleitorais.

3.2. Viés midiático, tipos e efeitos

Estudos voltados para análise de viés midiático no Brasil são recentes quando comparados à vasta bibliografia internacional que tratam do tema. Vários estudos buscam estimar e compreender a dinâmica midiática a partir de índices ideológicos das escolhas editoriais ou participação política na construção tendências que influem na competitividade eleitoral e no compartilhamento de votos a partidos ou candidatos, como elucidam Gentzkow (2011) *et al*, Groseclose & Milyo (2005) e Druckman & Parkin (2005). Com exemplos representativos de uma vasta literatura, procuro elucidar as principais discussões e contribuições da literatura nacional e internacional que tratam o viés de mídia como um elemento performativo e, consequentemente, importante na dinâmica democrática.

A definição de viés que trabalho é constituída de duas dimensões, como apresentado na introdução, o quantitativo e o qualitativo. O primeiro traduzo como o *viés de seletividade* de atores imersos na esfera eleitoral, sendo representado pela escolha editorial de cobrir ou não um dado ator político e a quantidade ou espaço dedicado ao mesmo no conteúdo noticiado. O segundo, por sua vez, se caracteriza pela qualificação

do conteúdo noticiado, podendo transmitir uma imagem positiva ou negativa associada ao ator envolvido na notícia em questão, o *viés qualitativo*, como definem D'Alessio e Allen (2000, p. 137), seria o “ ‘viés de declaração’, que ocorre quando, para um determinado evento midiático, há uma ‘preponderância de declarações favoráveis para um lado’ da história” (apud MUNDIM, 2018, p. 10) .

No texto, Mundim (2018), busca responder a três questionamentos principais: (1) houve um viés sistemático nas disputas? (2) os jornais tiveram um tom mais negativo sobre um candidato do que em relação aos demais? (3) o viés da cobertura variou entre as eleições e entre os veículos? (D’ALESSIO e ALLEN, 2000, apud MUNDIM, 2018, p. 8/9). Assim, usando os três maiores jornais de circulação impressa (Estado de S. Paulo, O Globo-RJ e Folha de S. Paulo) Mundim refuta a hipótese de que a imprensa agiria como uma “grande mídia”, ou seja, um bloco coeso e uniforme, argumentando que:

Embora os dados mostrem a ocorrência de viés na cobertura política da imprensa, especialmente no chamado conteúdo opinativo dos jornais (colunas, editoriais e artigos), na eleição presidencial de 2006 não foi encontrado um padrão claro e sistemático de preferência por determinado candidato nas páginas da Folha, Estadão e O Globo. Independentemente do tipo de análise estatística aplicada, os resultados dos testes rejeitaram a hipótese de um comportamento homogêneo dos três jornais analisados (MUNDIM, 2018, p. 11).

Em sentido consonante com o escopo da minha investigação, Mundim argumenta que o viés midiático pode se manifestar com a omissão ou supressão da informação, seja de um ator ou candidato específico ou de algum evento relevante. Da mesma forma, tal mídia pode, por viés de seletividade, performar opiniões políticas em certos níveis informações, mas não pode fabricá-las por completo.

Suas conclusões são de fato relevantes, consta que os três jornais analisados se mantiveram dentro do limite aceitável de noticiabilidade, considerando o conteúdo informativo dos mesmos para o período das eleições nos três anos observados. Houve divergência em suas coberturas e em nível de criticidade para com os candidatos, porém

a conclusão que chega é a de que apesar de apresentar um certo viés, este não é determinado apenas pela ideologia ou posicionamento do veículo (MUNDIM, 2018, p. 38) . Observa também que,

Ao cobrirem as eleições presidenciais os jornais brasileiros adotaram como critério de visibilidade a posição ocupada pelos candidatos na disputa em termos de intenção de votos e a sua importância política. Ou seja, ao menos em termos de visibilidade, o critério de noticiabilidade dos jornais está mais próximo de um jornalismo comercial do que de um posicionamento motivado por razões ideológicas dos proprietários dos veículos (MUNDIM, 2018, p. 28).

Desta forma, mesmo frisando que a bibliografia brasileira sobre o tema é recente, traz pontuações importantes que contribuem para a compreensão de aspectos do comportamento da mídia jornalística nas eleições. Apesar haver de limitações, principalmente envolvendo o *viés qualitativo* dos candidatos em circunstâncias em que o equilíbrio na visibilidade do candidato não traduziu necessariamente no equilíbrio da cobertura (MUNDIM, 2018, p. 30), o trabalho ganha dinamismo e relevância para a literatura ao tratar de duas dimensões que compõem o viés de forma consistente. De forma complementar, busco elucidar o comportamento dos três veículos impressos que Mundim estuda (além do Estado de Minas) para a eleição presidencial de 2018, que apresenta um cenário político polarizado, instabilidade econômica no país e eventos particulares que possam ter tido efeito significativo na construção das imagens dos candidatos na perspectiva do eleitor, como abordarei nas análises.

Apesar de neste trabalho as duas formas de vieses serem trabalhadas em abordagens separadas, os dois tipos de vieses esclarecidos acima são complementares. O *viés quantitativo*, trabalhará a perspectiva de como a mídia impressa distribuiu a exposição dos candidatos durante o período de campanha eleitoral. O viés qualitativo abordará a qualificação de imagem dos personagens políticos na cobertura jornalística exclusivamente para mensuração do efeito “facada”, onde é crucial a compreensão das imagens de cada candidato antes e depois do evento.

4. Metodologia

As análises produzidas e apresentadas são resultado da coleta de notícias veiculadas nas capas de 4 jornais impressos. Os quatro jornais foram selecionados por suas médias de tiragens, ou seja, média de exemplares circulantes e sua relevância em conteúdo informativo relacionados aos temas de peso desta investigação, como economia, política e temas que possuem efeito no delineamento da opinião pública sobre a política. Apesar de serem coletadas notícias durante o período compreendido entre 1 de junho e 30 de novembro de 2018, realizei o recorte temporal para apenas as notícias veiculadas entre o início da campanha eleitoral (31 de agosto) e o final do segundo turno das eleições (28 de outubro).

Os quatro jornais de circulação nacional trabalhados são: Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, o Globo (RJ) e o Estado de Minas. Assim, a partir de quais jornais impressos compõe parte da base de dados, foi definido que apenas o conteúdo de suas capas será utilizado como fonte dos dados. Os dados utilizados neste trabalho foram coletados manualmente por colaboradores do projeto de pesquisa Media Bias, que é coordenado pelo professor Felipe Nunes, do Departamento de Ciência Política da UFMG. Os dados provenientes das capas dos jornais foram processados e organizados em um banco próprio, composto tanto de dados textuais das notícias quanto de características não textuais, sendo as de maior relevância para esta investigação: manchete, veículo da notícia, texto da notícia, tema da notícia, nível de governo associada a ela e personagens citados (pessoas ou instituições).

O critério para a definição das notícias veiculadas nas capas dos jornais como base de análise justifica-se pelo fato de que a análise completa do conteúdo jornalístico das edições não seria tangível de execução, sendo necessário impor esta limitação aos dados trabalhados. Por sua vez, as capas e seus elementos, textuais ou não, são tratados na

literatura como substitutos representativos das edições completas na análise do conteúdo dos mesmos. Apesar de apresentar limitações como apontado, tal escolha metodológica se provou confiável em uma análise voltada aos aspectos mais relevantes e centrais da cobertura, como demonstram Althaus, Edy e Phalen (2001).

O que fundamenta a escolha pelas capas seria o argumento de que elas funcionam como uma “vitrine” das publicações contidas em cada edição (Ferreira Júnior, 2003). Elas atraem e seduzem os leitores no intuito de incentivar a aquisição de um exemplar (Travassos, 2010), e também sumarizam e sintetizam as principais matérias ali presentes, desta maneira, podem ser encaradas como representativas do conteúdo que compõe cada edição, como tratam Peake (2007) e de Feres Júnior *et al* (2014) em suas investigações que trabalham a perspectiva da análise das capas jornalísticas para mensuração de viés midiático.

Ademais, a importância das capas não se limita apenas à estes fatores. Como argumenta Ecker *et al* (2014), as capas para além de atrair a atenção dos leitores, também ditam o “tom editorial” das matérias, que de maneira retroativa podem afetar a maneira como são compreendidas e lembradas pelos leitores.

Para o escopo delineado neste trabalho de conclusão de curso, em que se busca investigar os possíveis vieses na distribuição da cobertura jornalística durante a eleição presidencial de 2018, o uso das capas das edições jornalísticas se mostrou confiável e suficiente. Ressalto que o método proposto para a execução das análises é falseável, ou seja, é um método científico que é passível de reprodução e contestação. De tal modo que, por escolha metodológica, a investigação sobre o viés da mídia traz uma análise descritiva que compara como um candidato é citado em relação aos outros e vice-versa. Esta limitação propõe uma análise relacional de como os jornais de veiculação impressa

cobrem os eventos relacionados à campanha eleitoral e seus atores envolvidos (em seu cerne estão os candidatos à presidência).

A primeira análise apresentada é de cunho descritivo, o grafo de série temporal para os percentuais relativos de menções de cada um dos cinco principais candidatos, sendo mensuradas a partir das citações diretas permitindo a visualização da distribuição das menções no tempo, aglutinadas em semanas. Dentro desta perspectiva será realizado três recortes temporais para avaliar a distribuição de notícias das capas de cada veículo para cada um dos candidatos, cada qual representando a cobertura midiática sobre os eventos ocorridos em cada período em questão.

O que é fundamental para minha análise é: quem são os veículos de cada notícia e quem são os personagens citados em tais notícias. Tal distinção é essencial, visto que a investigação não trata sobre quantidade de observações em números absolutos para todos os temas de notícias veiculadas nos jornais, mas de forma direcionada apenas às pertencentes ao tema de política e eleições. Ou seja, os dados contabilizados para um personagem são elaborados e dimensionados em comparação com todos os outros envolvidos na dinâmica estudada.

A intenção ao incorporar esses recursos, é mapear e dimensionar a rede de atores políticos e institucionais a partir da metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS). O método de ARS como argumentado por Wasserman e Faust (1994) possibilita “ao pesquisador verificar a forma com que atores e entidades estão relacionados e, ainda, constatar que as entidades criam ligações entre os atores e, por sua vez, os atores criam ligações entre as entidades” (apud TOMAÉL & MARTELETO, 2013, p. 251). Para além disso o ARS permite dois tipos de investigação distintos:

- (1) A afiliação individual a entidades provê ligações diretas entre atores e essas entidades. Tal tipo de estudo é o mais comum. A motivação para esse estudo está no fato de a afiliação de atores a entidades constituir uma ligação direta, quer entre

os atores por meio de associações com entidades, quer entre as entidades por meio de membros comuns (TOMAÉL & MARTELETO, 2013, p. 249/250).

(2) A importância da interação entre atores e entidades como um único sistema social, que pode ser representado por um modelo de relacionamento entre atores e entidades como um sistema completo (total). Assim, pode-se estudar a estrutura e as propriedades do sistema social composto pelas afiliações de atores com acontecimentos e entidades, como um todo (TOMAÉL & MARTELETO, 2013, p. 249/250).

Assim, volto meus esforços para o método de ARS à luz de como a cobertura da imprensa dimensionou os eventos relacionados à eleição presidencial, colocado de maneira mais clara, se cada um dos veículos jornalísticos, que por pressuposto democrático deveriam ser imparciais e dar chances iguais de exposição e cobertura midiática dos candidatos durante as eleições, seguiram esse princípio⁴.

Para que o agrupamento das notícias em períodos temporais seja pragmático e consiga extrair mais efetivamente possíveis efeitos de viés sobre um dado evento, delimitei quatro marcos temporais. O primeiro se inicia junto à campanha gratuita de rádio e tv (marcando o início da corrida eleitoral) até o evento em que o candidato Jair Bolsonaro (PSL) sofre um atentado e é esfaqueado durante a campanha. O segundo frame temporal, compreende um dia após o evento da facada até o primeiro turno das eleições e, por último, o terceiro compreendendo o período após o primeiro turno até o segundo turno das eleições de 2018. Tem-se, dessa maneira um agrupamento das notícias para o período de campanha onde o foco é investigar a distribuição de menções dos veículos jornalísticos aos atores políticos por meio das citações diretas aos mesmos, constituindo análises para redes sociais do tipo *two-mode* (onde constam e participam das relações instituições e pessoas) .

Em análise posterior, específica para o evento da facada que sofre o candidato Bolsonaro, tem-se um recorte temporal de duas semanas (uma anterior à facada e outra

⁴ sendo tal resultado aceitar ou refutar a hipótese de a cobertura realizada pela grande mídia não foi distribuída de forma igual para os candidatos

posterior) buscando testar a hipótese, de que a cobertura realizada pela grande mídia não foi distribuída de forma igual para os candidatos. E, deste modo, identificando se houve viés de seletividade no evento. Porém, a ARS trabalhada é limitada apenas aos personagens das notícias. Ou seja, o foco é entender a centralidade do papel e importância que é dada a cada um destes atores, o que configura minha análise de redes para o tipo *one-mode*. De forma complementar, trago uma análise textual panorâmica das 154 notícias (referente às duas semanas analisadas) onde complemento as atribuições dadas a cada um dos atores envolvidos e como suas imagens são apresentadas, a fim de testar a segunda hipótese de que o candidato Jair Bolsonaro recebeu uma cobertura mais positiva atribuída a sua imagem em comparação aos outros.

5. Resultados

Neste tópico, apresento os resultados e suas respectivas análises direcionadas à cobertura midiática do processo eleitoral presidencial de 2018 no Brasil. Divido a apresentação em momentos: (1) descritivo, referente às citações dos principais candidatos à presidência nas eleições em uma série temporal; (2) focado no método de ARS em que trabalho de forma relacional a rede dos atores envolvidos na cobertura estudada, distinguida em dois tipos de atores (instituições jornalísticas, os jornais de circulação impressa) e pessoas (os principais atores/candidatos à presidência da república na eleição de 2018); (3) também fazendo uso da ARS para compreender a cobertura jornalística a partir do evento da facada no candidato Bolsonaro. Apesar da segunda e terceira análises partirem da ARS, são abordagens distintas e com recortes temporais diferentes, a segunda busca mapear a rede de citações diretas aos personagens mencionados, bem como ter uma noção sobre o volume de citações que cada veículo de mídia estudado apresenta para cada um deles, construídos a partir análises *two-mode* e, a terceira, trata apenas dos personagens citados nas notícias buscando investigar os

principais personagens envolvidos nas notícias a partir de redes unimodais. Pontuo que para a última análise bem como para uma melhor compreensão do viés de seletividade, foi realizada uma análise textual panorâmica acerca de como as imagens dos personagens são trabalhadas nos conteúdos noticiosos, enriquecendo a leitura dos dados com a qualificação do atributo da imagem do personagem a ser apresentada de forma positiva ou negativa em relação aos outros presentes nas mesmas notícias, permitindo a mensuração do *viés de declaração* da cobertura sobre os candidatos.

5.1 Análise descritiva dos resultados

O contexto por detrás do cenário eleitoral brasileiro de 2018 foi algo distinto das últimas corridas eleitorais para presidência, nelas dois partidos centralizaram a dinâmica eleitoral, sendo quatro últimas eleições para presidente foram polarizadas pelo PT e o PSDB. Em contrapartida, o ano de 2018 foi precedido por alguns elementos chaves que valem a pena contextualizar, entre eles estão: um cenário econômico com baixas perspectivas para o país com reflexos de uma crise econômica; o governo de continuidade petista se mostrou desgastado após escândalos envolvendo os atores políticos - tendo um efeito substancialmente negativo na imagem petista, principalmente com a Operação Lava-Jato; em consonância, houve mudanças nas regras eleitorais e de financiamento eleitoral dos partidos; e o processo de impeachment da ex-presidente Dilma (PT). Não é o foco analisar cada um destes processos, bem como mensurar os seus efeitos na corrida eleitoral de 2018, mas é de extrema importância trazer este panorama que cobre uma contextualização do cenário político brasileiro. Tais elementos conjugados com uma crescente desconfiança das instituições políticas trouxeram um processo eleitoral incerto e propenso à uma polarização política no país, assim, com este panorama, início a

exposição das análises que cobrem o recorte temporal das notícias dos veículos jornalísticos impressos.

A partir dessa breve análise de conjuntura, apresento o gráfico de série temporal que cobre todo o período eleitoral veiculado nos jornais, aglutinado em semanas para melhor visualização. O gráfico dimensiona uma linha temporal em que o *eixo x* consta as semanas compreendidas no período avaliado e no *eixo y* a porcentagem relativa das citações aos cinco principais candidatos à presidência. Observo que, como a quantidade de notícias veiculadas em cada um dos jornais ao longo do tempo não é constante, foi optado por trabalhar com as porcentagens relativas das citações por semana, de modo que os valores semanais discriminados por cada candidato possam ser comparados entre si.

Aponto que o gráfico em questão, limitado aos cinco principais candidatos ao pleito, é separado por quatro linhas pontilhadas no *eixo x*, essas linhas marcam eventos que julgo relevantes para a compreensão do comportamento dos jornais nos períodos referenciados. A primeira linha tracejada representa o início da campanha eleitoral, a segunda demarcada no gráfico sobre a coluna da semana de número 36, identifica o episódio em que o então candidato ao pleito pelo PSL, Jair Bolsonaro, recebe uma facada em um comício de campanha eleitoral na cidade de Juiz de Fora (MG), em 06/09/2018. Na semana em que o candidato Bolsonaro sofre a facada, observo que o mesmo teve 45,8% da cobertura, ou seja 45,8% das notícias apresentadas nas capas dos jornais citavam o candidato. Friso que a partir de uma análise meramente descritiva esta semana representou uma mudança de paradigma na cobertura das eleições, já que a partir dela o candidato Jair Bolsonaro (PSL) tem um ganho na cobertura noticiada pelos veículos, ele passou a ser o candidato com maior cobertura daí em diante. Até a data desse episódio, Lula (PT) vinha sendo o candidato com maior número de citações diretas, mesmo após sua candidatura ser barrada pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), no dia 31/09/2018,

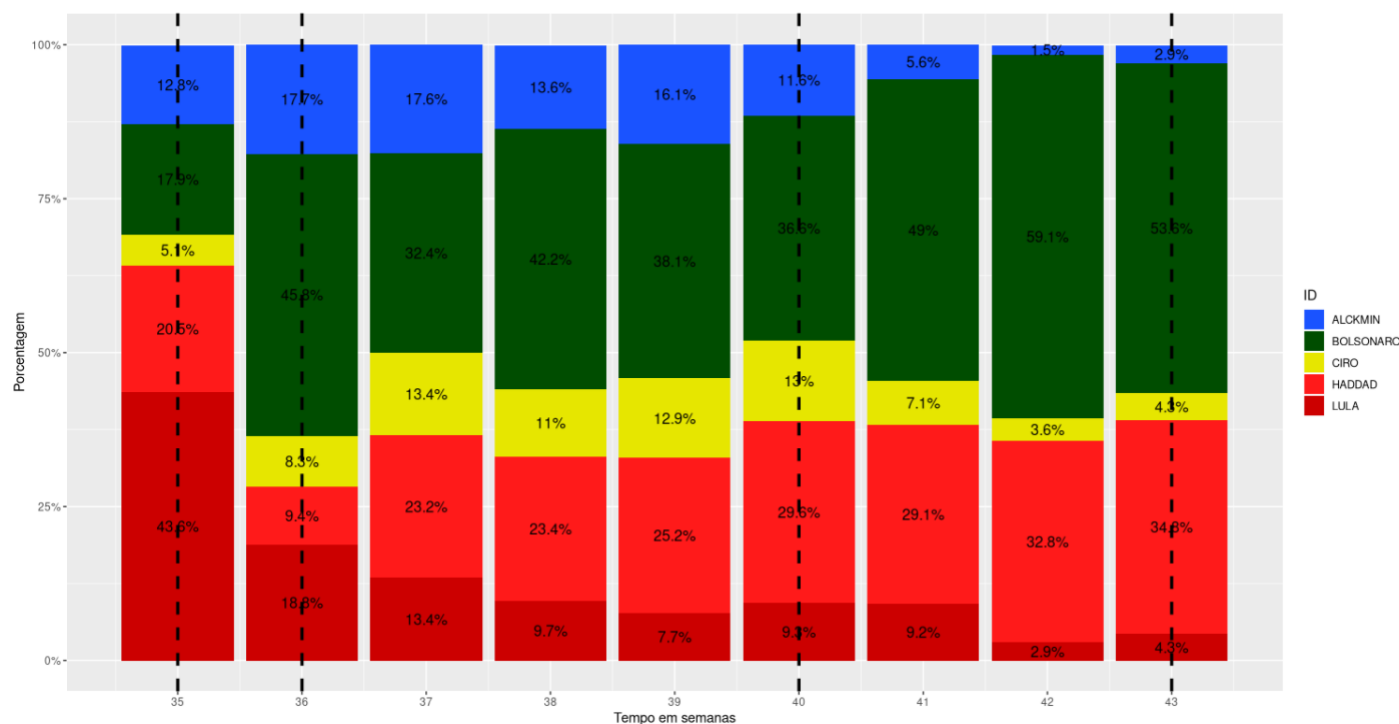
sendo referenciado por 84,6%⁵ da cobertura na semana 26, valor este que só foi batido por Bolsonaro após o fim do segundo turno das eleições presidenciais. Substituindo Lula em sua candidatura, Haddad (PT) foi oficialmente declarado como candidato pelo PT no dia 11/09/2019 (no gráfico é identificado pela semana de número 37), quando teve pela primeira vez nesta série temporal expressividade e protagonismo na cobertura, representando 23,2% das citações contabilizadas na semana, ao passo que Lula perdia espaço na cobertura (sendo perceptível a transferência de cobertura de Lula para Haddad, que faz todo o sentido, já que Lula deixa de ser candidato e Haddad busca se descolar da imagem de seu predecessor). A terceira linha tracejada marca o primeiro turno das eleições presidenciais, datada em 07/10/2018, enquanto a quarta representa o segundo turno, em 28/10/2018.

É importante notar a disputa de espaço na cobertura jornalística impressa entre os candidatos Jair Bolsonaro (PSL) e Geraldo Alckmin (PSDB), já que ambos adotaram posicionamento anti-PT em seus pleitos. Fato curioso foi dominância que Bolsonaro teve sobre Alckmin a partir da semana de número 32 e que a partir daí apenas se tornou mais discrepante. Alckmin que vinha com sucesso da aliança do PSDB com o “Centrão”, que o lançou na HGPE (horário gratuito de propaganda eleitoral) com mais de 6 minutos na TV enquanto Bolsonaro se limitou a poucos segundos, teve um desempenho na cobertura cada vez pior a partir da semana de número 32. Nesse sentido, é visível que o candidato Bolsonaro absorveu parte da cobertura noticiosa que antes se destinava à Alckmin na mídia impressa, podendo este fato representar um viés de seletividade por parte dos jornais ao escolher como protagonista do posicionamento anti-PT, o então candidato Jair Bolsonaro.

⁵ Informação presente no gráfico de linha temporal dos quatro jornais analisados para o período de junho a novembro de 2018 apresentado no ANEXO I.

Outro ponto de análise, também referente aos dados apresentados em série temporal, é o período entre o primeiro e segundo turno, respectivamente 07 de outubro de 2018 e 28 de outubro de 2018. Esse período referenciado pela segunda e terceira linhas tracejadas são as semanas de número 41 e 42. Elas contribuem para a análise porque no momento apenas os candidatos Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL) estavam disputando a presidência, o que facilita a análise, já que em vez da cobertura pautar os 10 candidatos agora foca apenas nos dois que passaram para o segundo turno. Na semana 41, logo após o primeiro turno Bolsonaro recebe 49% das citações referentes às eleições e Haddad 29,1%. Na semana seguinte, faltando apenas uma semana para o segundo turno, Bolsonaro teve uma cobertura que representa 59,1% das capas da semana, enquanto Haddad apenas 32,8%. Para estas duas últimas semanas é válido destacar o crescimento entre a diferença na distribuição da cobertura entre os dois candidatos que cresce de 19,9% para 26,3% na semana de número 42.

Gráfico 1 - Porcentagem de citações dos principais candidatos à presidência nas eleições de 2018



Fonte: elaboração própria.

5.2 ARS para redes two-mode: dinâmica da cobertura jornalística durante campanha eleitoral

Nesta etapa analítica, apresento os resultados produzidos a partir do método de ARS para *two-modes network*. As análises envolvem grafos que plotam as redes de atores geradas a partir dos veículos jornalísticos e dos candidatos à presidência para cada um dos três recortes temporais realizados e apresentados como *frames* mostrados a seguir:

Tabela 1. Subdivisão dos frames por períodos

Two-modes Network	
Frames	Período analisado
1	31/08 a 06/09
2	07/09 a 07/10
3	08/10 a 28/10

Fonte: elaboração própria.

O método de Análise de Redes Sociais utilizado permite mensurar os laços entre os atores (sejam instituições ou pessoas) a partir de suas representações em rede. No caso, utilizo redes de dois modos já que sua composição permite agregar pessoas, organizações, coletivos/agregados (comunidades, estados-nação, municípios, etc.). Ainda no sentido de suas características, este tipo de rede pode possuir os seguintes tipos de relações, como defendem Silvio Salej Higgins e Antônio Carlos Ribeiro no livro *Análise de redes em Ciências Sociais* (2018, p. 91):

- Formas de filiação voluntária a diversos tipos de organizações.
- Transações ou transferência de recursos materiais: comprar, vender, tomar emprestado de, emprestar a etc.
- Transferência de recursos não materiais: enviar ou receber informação.
- Interações: ajudar a, controlar a etc.
- Movimento: físico (migrar para), social (mudar de status).

Nesse sentido, as redes mostradas a seguir representam dois tipos de atores, seus elementos de composição e as relações entre eles. Nela os candidatos são identificados em vermelho e os veículos jornalísticos em azul, além dos laços entre eles, que é representado pelas mediações das setas entre os atores. O sentido na qual a seta está direcionada indica o sentido do fluxo de informação, dito de outra maneira, apresenta o sentido da relação entre o jornal e o personagem - quem cita e quem é citado nas notícias. Nesse caso, os jornais representam a parte emissora, enquanto os políticos citados, os receptores.

A partir desta construção, as redes permitem a análise do fluxo de informação para os períodos retratados, de modo que também seja representativo à intensidade da relação entre o jornal e personagem citado nas notícias. Em sentido análogo, a intensidade da interação para as redes de dois modos pôde ser mensurada a partir de um peso aplicado a cada relação e seus pares (de emissor e receptor). O peso aplicado à cada interação é

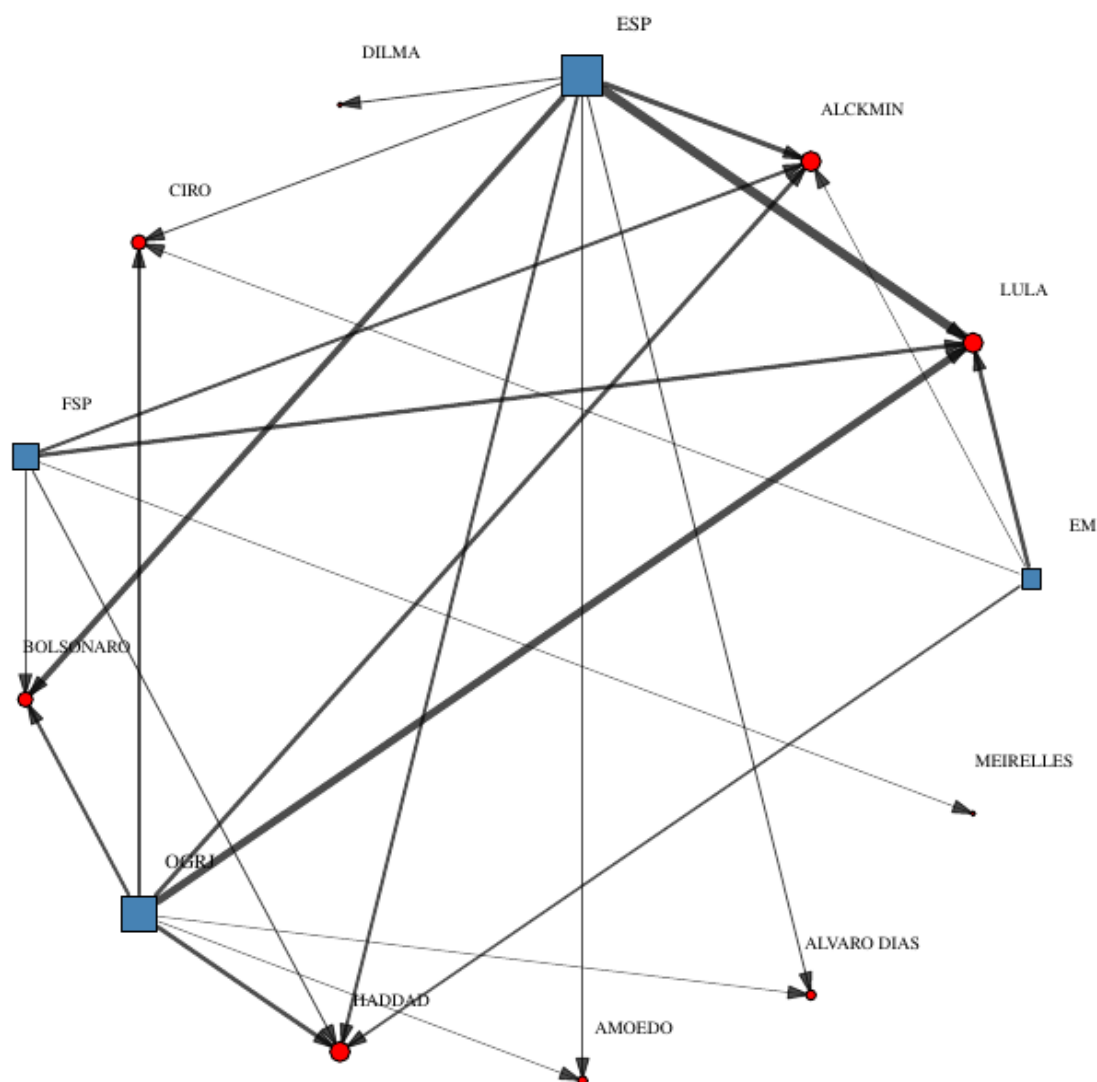
responsivo à cobertura que o jornal deu ao candidato, sendo este mensurado de maneira relacional e não em frequência absoluta de citações, de forma que quanto mais cobertura um jornal der a um candidato mais espessa será a representação da interação que parte do emissor (veículo jornalístico) e segue para o receptor da interação (candidato).

O grafo para o primeiro frame, que contabiliza notícias veiculadas do dia de início da campanha eleitoral até o dia que houve a facada no candidato Bolsonaro, apresenta uma derivação do grafo original com uma visualização circular. Tal disposição facilita a visualização dos dados apresentados e permite uma melhor compreensão da cobertura dos personagens no período. A partir da disposição dos personagens e dos veículos jornalísticos, se identifica um maior número de notícias sobre eleições e política veiculados pelo jornal Estado de São Paulo (representado por ESP), seguido por O Globo do Rio de Janeiro (OGRJ), Folha de S. Paulo (FSP) e do jornal Estado de Minas (EM).

No período destacado, o principal personagem da cobertura jornalística entre todos os quatro jornais investigados é o candidato Lula (antes de sua candidatura ser barrada). Concentrando as interações em Lula, Bolsonaro e Alckmin, observa-se que a rede prioriza a exposição do ex-presidente Lula em vez de cobrir o protagonismo do candidato pelo PT, Fernando Haddad (tido no momento como vice de Lula). Fato importante mostra que mesmo com possibilidade de ficar inapto para concorrer ao pleito, a imagem de Lula tem uma cobertura relevante entre os veículos apresentados, podendo ter duas leituras possíveis para o caso, ambas confirmando a hipótese de que a cobertura não foi igual entre os candidatos. A primeira, pensando em um viés de seletividade, os veículos impressos priorizam notícias do ex-presidente Lula em detrimento de notícias de seu vice Haddad e, a segunda, que o candidato Haddad não teve uma expressividade na cobertura jornalística superior ao Lula por não conseguir desvincular sua imagem a de um substituto à sombra do ex-presidente. Estes são os dois cenários possíveis que coloco

em pauta e lembro que por captar apenas a dimensão quantitativa da cobertura não disponho de dados qualitativos para uma assertividade maior sobre o evidenciado.

Gráfico 2 - Representação circular da rede (2-mode network) para o frame 1

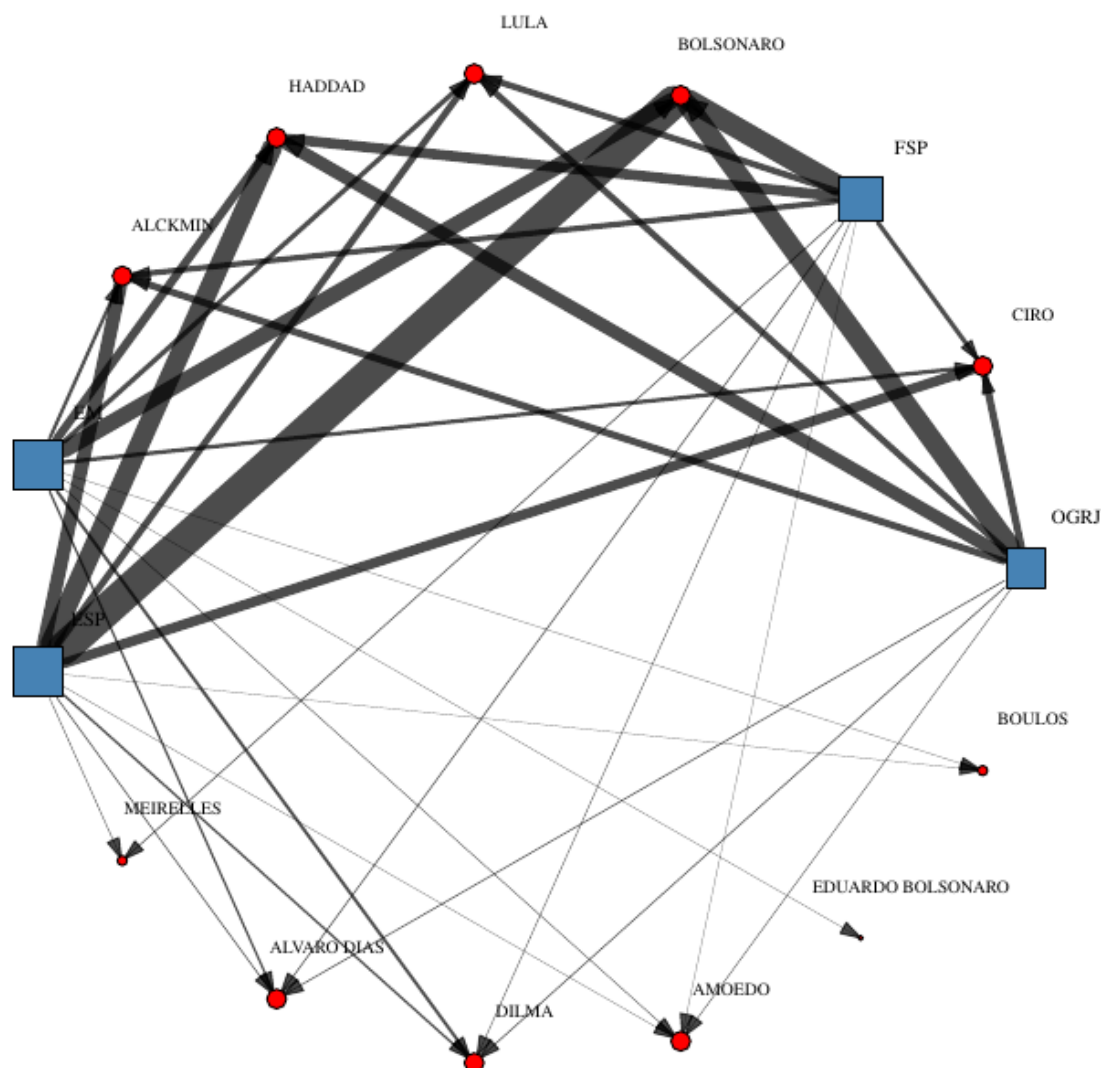


Fonte: elaboração própria.

A partir da apresentação dos dados obtidos para o primeiro período analisado, aponto para a presença de Lula como o personagem que toma centralidade na cobertura para o frame 1. Em contrapartida, no segundo período analisado que consta do dia em 07 de setembro a 07 de outubro, a dinâmica na cobertura da imprensa se mostra completamente distinta da observada no primeiro período. O período analisado evidencia uma cobertura

majoritariamente voltada ao candidato Bolsonaro. A centralidade e o sucesso que Bolsonaro teve após a facada na cobertura da imprensa, leva a crer que a mídia (como um todo) favoreceu o candidato dedicando grande parte de sua cobertura exclusivamente a ele, o que corrobora para a ideia do viés anti-petista e sentimentalista que marca as eleições presidenciais de 2018. De modo complementar, observo que a cobertura ao ex-presidente Lula (agora não mais candidato) sofre uma queda significativa, já que não concorre mais à presidência e que todos os quatro jornais analisados seguem o mesmo padrão na distribuição de suas coberturas: todos cobriram mais o candidato Bolsonaro, seguido do candidato Haddad, Alckmin e Ciro, nesta ordem.

Gráfico 3-Representação circular da rede (2-mode network) para o frame 2

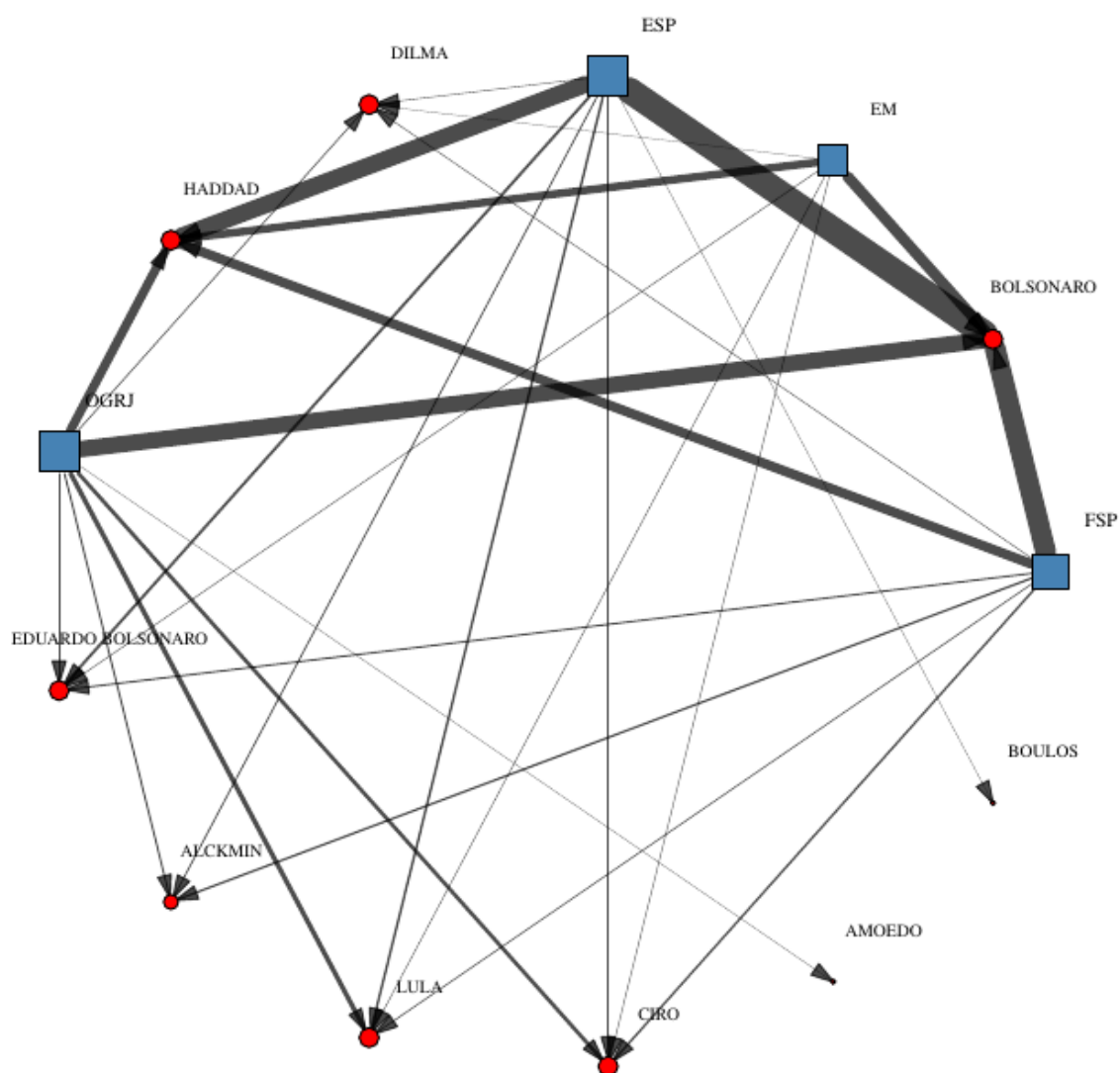


Fonte: elaboração própria.

No terceiro momento analisado, consta o grafo número 4, em que se apresenta a rede de dois modos para o frame 3. Nele a distribuição da cobertura dedicada às notícias de política e eleições são polarizadas pelos candidatos Bolsonaro (PSL) e Haddad (PT). Todos os personagens que são relevantes nas outras redes, nesta fase, são componentes periféricos da rede, o que comprova de certo modo a cobertura dedicada aos dois candidatos que foram para o segundo turno das eleições presidenciais. O gráfico contabiliza notícias referentes ao período de 08 de outubro a 28 de outubro. Nele, mesmo com a polaridade dos personagens por conta do segundo turno das eleições, Bolsonaro se

mantém com maior parte da distribuição da cobertura dos veículos. Este fato pode ter duas interpretações possíveis, a primeira de que o candidato Haddad não conseguiu desvincular sua imagem à sombra de Lula e, conseqüentemente, não alcançando protagonismo na rede e, a segunda, de que houve um viés de seletividade anti-petista na cobertura dos jornais impressos, que resultou na maior cobertura ao candidato Bolsonaro, confirmando a hipótese da distribuição desigual entre os candidatos nas notícias.

Gráfico 4 - Representação circular da rede (2-mode network) para o frame 3



Fonte: elaboração própria.

Tabela 2. Legenda para as siglas utilizadas na representação dos jornais

Jornal	Sigla
Estado de Minas	EM
Estado de São Paulo	ESP
Folha de São Paulo	FSP
O Globo (RJ)	OGRJ

Fonte: elaboração própria.

5.3 ARS para redes one-mode: observando o efeito “facada” durante campanha eleitoral

Neste tópico abordo os resultados dos modelos de ARS para *one-mode network*. As análises foram produzidas a partir da conversão das *two-mode networks* dos dois períodos citados a seguir em duas redes do tipo *one-mode network*, o que antes era uma rede de personagem-por-veículo aqui foi criado duas redes, veículo-por-veículo e personagem-por-personagem. Acrescento que irei analisar apenas a rede de um modo de personagem-por-personagem, já que a investigação foca em como os jornais distribuíram sua cobertura entre os candidatos e não entra os próprios jornais. Este tipo de rede pode constituir os seguintes tipos de relações, como defendem Silvio Salej Higgins e Antônio Carlos Ribeiro no livro *Análise de redes em Ciências Sociais* (2018, p. 91):

- Avaliações individuais: amizade, respeito, autoridade etc.
- Transações ou transferência de recursos materiais: comprar, vender, tomar emprestado de, emprestar a etc.
- Transferência de recursos não materiais: enviar ou receber informação
- Interações: ajudar a, controlar a etc.
- Movimento: físico (migrar para), social (mudar de status)
- Parentesco: estar casado com, descender de etc.
- Pessoas
- Subgrupos

Os grafos que plotam as redes de atores geradas foram subdivididas em dois *frames* mostrados a seguir:

Tabela 3. Subdivisão dos frames por períodos (parte 2)

One-modes Network	
Frames	Período analisado
4	31/08 a 06/09
5	07/09 a 13/09

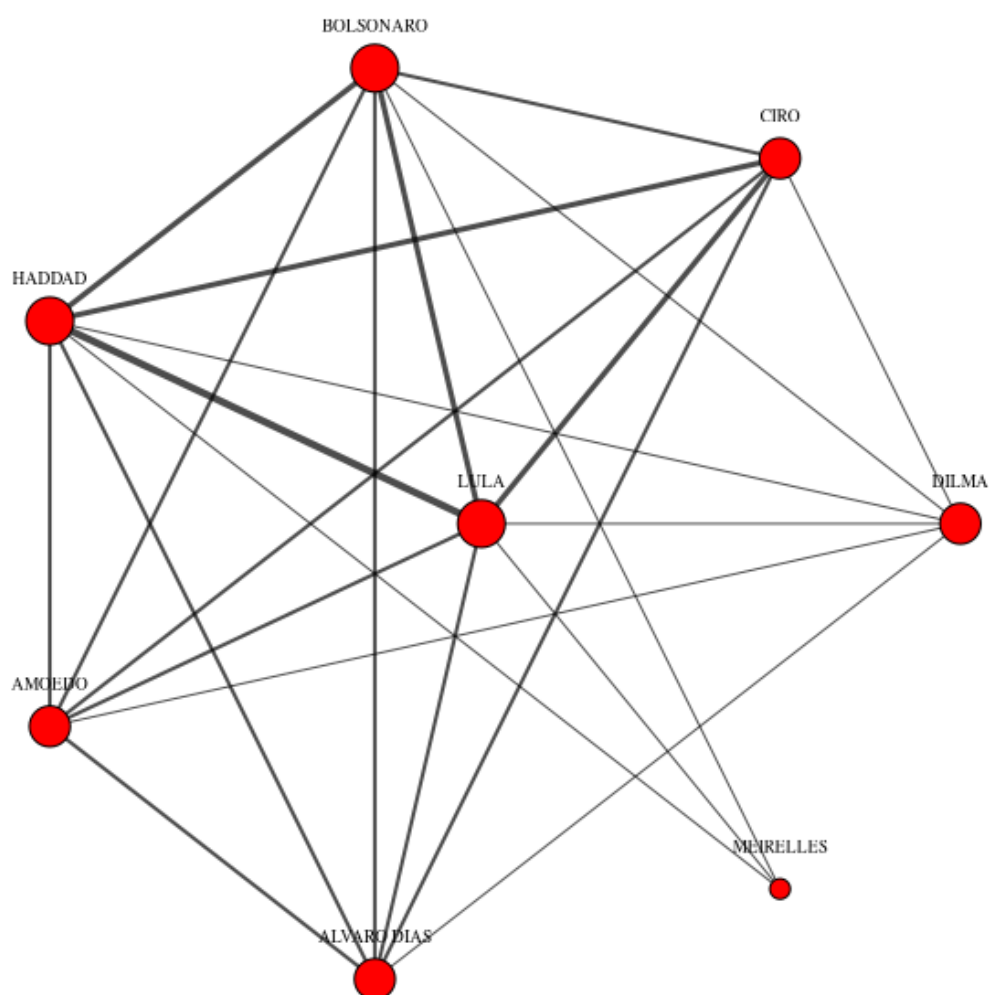
Fonte: elaboração própria.

O primeiro grafo one-mode de personagens para o frame 4, apresenta um cenário na cobertura noticiosa que toma como elemento central a imagem de Lula. Para além deste elemento, também são apresentados como os personagens mais relevantes da rede Alckmin, Haddad e Ciro, onde todos eles possuem uma forte interação com Lula. A interação nesse modelo não representa o número de citações em que um candidato foi citado pelo jornal, como na rede *two-mode*, mas a proximidade com os dois nós, interligados pela interação, são citados ou cobertos pelas notícias. Exemplo disso é a proximidade com que Lula e Haddad são citados, sendo a maior interação observada neste gráfico, em seguida vem a interação entre Lula e Alckmin e posteriormente Lula e Ciro⁶. Dessa forma, tem-se dimensionado que uma semana antes da facada, na rede construída entre os personagens, o ex-presidente Lula é o personagem central da cobertura impressa tendo sua cobertura muito associada às imagens de Haddad, Alckmin e Ciro. Tais associações, como trabalhadas anteriormente, são relacionais e não expressaram as atribuições de imagens para cada um dos candidatos citados, se foram citados mais

⁶ Apresento o grafo de rede *one-mode* com os componentes principais em anexo onde mostra os personagens mais relevantes da rede.

positivamente ou negativamente, apenas posicionou a relação entre eles, discriminando se foram citados muito nas mesmas notícias ou de forma separada.

Gráfico 5 - Representação da rede (1-mode network) para o frame 4



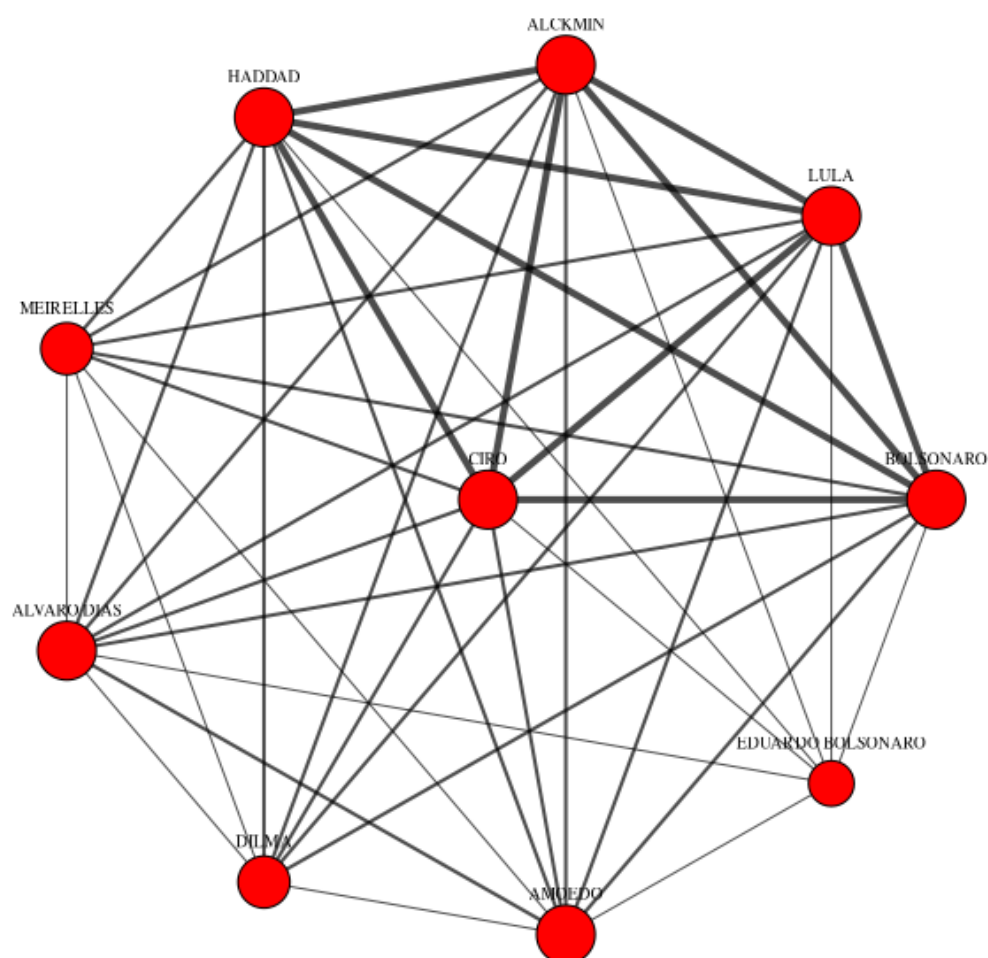
Fonte: elaboração própria.

Por fim, o último grafo para as redes *one-mode*, apresenta os dados referentes à uma semana após o evento da facada ocorrido em um comício de campanha eleitoral na cidade de Juiz de Fora (MG) em 06/09/2018. A distribuição das notícias provenientes das capas de jornais a primeira vista realizam uma cobertura bem distribuída entre os candidatos, um tanto quanto contra-intuitivo, já que após um evento desta magnitude espera-se que Jair Bolsonaro tenha uma cobertura majoritária quando comparado aos outros candidatos

- afinal, foi o personagem com ligação direta ao evento. No entanto, ao analisar a dinâmica e a distribuição da rede mais cautelosamente há uma grande interação de todos os candidatos com Jair Bolsonaro, o que permite inferir que todos agem publicamente contra o ato (da facada) e em defesa de um processo eleitoral democrático, o que beneficia Bolsonaro sendo colocado como vítima do atentado e por seus apoiadores como um “mártir” ou herói.

Nessa análise, por cobrir apenas uma semana após o evento, não se pode identificar um efeito mais perene da facada na cobertura do candidato. O que se pode afirmar é que a lógica da cobertura eleitoral sofre uma disrupção: até então seguia com Lula e PT em posição de centralidade na mídia, mas a partir deste evento Bolsonaro reclama o palco das eleições. Como apresentado nas redes *two-mode* e no gráfico de série temporal, após a semana da facada, Bolsonaro segue ganhando mais cobertura da mídia, colocando o efeito “facada” como essencial para sua virada na cobertura midiática e, possivelmente um efeito, não mensurado neste trabalho, nas intenções de voto. Determinando assim, a importância deste evento para a cobertura feita sobre o candidato no período de campanha eleitoral.

Gráfico 6 - Representação da rede (1-mode network) para o frame 5



Fonte: elaboração própria.

A distribuição da cobertura na semana em questão não permite avaliar nenhum tipo de viés de seleção, já que espera-se uma maior cobertura do tema mesmo em um contexto onde a mídia tende a ser imparcial. Um evento significativo como este, para a corrida eleitoral, traz nova dinâmica ao contexto. Uma possibilidade para a investigação do viés, seria avaliar o viés de declaração⁷, nas palavras de D'Alessio e Allen (2000, p. 137, apud MUNDIM, 2018, p. 10). Mesmo não sendo a principal análise desta investigação, apresentarei um panorama que mostra os principais atributos de imagens

⁷ “ ‘viés de declaração’, que ocorre quando, para um determinado evento midiático, há uma ‘preponderância de declarações favoráveis para um lado’ da história” (MUNDIM, 2018, p. 10).

para os os candidatos Lula/Haddad (PT) e Bolsonaro (PSL) nessas duas semanas, a fim de tentar identificar as principais nuances vinculadas às imagens dos mesmos, como mostrado na tabela 4.

Tabela 4. Qualificação de atributo por número de notícias (frames 4 e 5)

Atributos para os candidatos uma semana antes do evento (frame 4)			
Lula/Haddad		Bolsonaro	
Positiva	3	Positiva	26
Negativa	26	Negativa	1
Neutra	5	Neutra	7
Atributos para os candidatos uma semana depois do evento (frame 5)			
Lula/Haddad		Bolsonaro	
Positiva	11	Positiva	86
Negativa	81	Negativa	7
Neutra	28	Neutra	27

Fonte: elaboração própria.

As tabelas apresentam a quantidade de notícias qualificadas como menções positivas, negativas ou neutras às imagens dos personagens em questão. Foram analisadas no total 154 notícias apenas relacionadas às eleições e políticas e vinculadas às eleições presidenciais. Uma semana antes do evento o número de notícias dedicadas às eleições e política era de 35 para toda a semana, após a facada o número total passou para 120. Com isso, mostro a importância que o evento teve na dinâmica da cobertura eleitoral em 2018. Para além disso, as menções ao Lula e Haddad (PT), em sua maioria, foram sem dúvidas de aspecto negativo, no frame de número 4 as imagens associadas a eles são: “TSE barra Lula na eleição e dá 10 dias para PT trocar candidato” e “TSE proíbe propaganda com

Lula como protagonista”. Na semana seguinte, há uma superexposição de notícias vinculadas ao candidato Bolsonaro, que se for positiva a ele, consequentemente assumo ser negativa à Lula e Hadad (salvo exceções), mas ainda há notícias de ataque à imagem de Lula com denúncias da Lava-Jato e propinas e a imagem de comparação: “Bolsonaro, para eleitores se iguala a Lula como mártir”.

De outro lado, Bolsonaro, no frame 4, se beneficia com o posicionamento anti-PT da mídia sofrendo poucas menções negativas diretamente à sua imagem. Porém, quando analisado os dados para a semana logo após a facada, identifica-se um domínio quase que total da imagem positiva associada ao candidato Bolsonaro, tendo associações de sua imagem à heroísmo e de mártir. Em consonância ao exposto, muitas notícias cobriram falas e defesas dos candidatos se colocando em posição de solidariedade para com Bolsonaro e ao processo democrático, como na manchete: “Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado”.

Nesta semana foram veiculadas 86 notícias que favoreciam o candidato e todas estão relacionadas ao evento. Observando assim, que a superexposição à imagem negativa de Lula e à imagem positiva de Bolsonaro contabilizam um viés de declaração compartilhado entre os quatro jornais analisados, confirmando as duas hipóteses: a cobertura realizada pela grande mídia não foi distribuída de forma igual e o candidato Jair Bolsonaro recebeu uma cobertura mais positiva entre os candidatos.

6. Conclusão

A partir dos dados analisados, concluímos que a cobertura jornalística das mídias impressas estudadas não foi isenta de viés. Em um primeiro momento, mais distante da eleição, Lula vinha recebendo bastante destaque na distribuição da cobertura. Em um segundo momento, até sua candidatura ser barrada sua imagem esteve associada de forma negativa à escândalos e corrupção. Sua presença foi gradualmente caindo, até o momento

que Haddad assume o protagonismo na chapa petista com a oficialização de sua candidatura. Outra conclusão, foi a centralidade do efeito “facada” atribuiu à candidatura de Bolsonaro, que a partir daí a diferença entre sua cobertura em comparação com outros candidatos só cresceu até o final do segundo turno. Com a ARS foi possível ter duas conclusões possíveis, a primeira de que o candidato Haddad não conseguiu desvincular sua imagem à sombra de Lula que estava com uma imagem desgastada na cobertura midiática, e a segunda, de que houve um viés de seletividade anti-petista na cobertura dos jornais impressos, que resultou na maior cobertura ao candidato Bolsonaro.

Concluo dois pontos principais: (1) o crescimento da cobertura dedicada à Bolsonaro e o viés da mídia poderia ser justificado pelo evento da facada, que naturalmente, atraiu muita atenção e dominou os noticiários nas semanas subsequentes; (2) a semana que antecede a votação é essencial na conclusão do pleito e, nessa semana, houve uma diferença entre a cobertura dedicada ao Bolsonaro e ao Haddad sendo de 26,3% pontos percentuais. Além disso, a partir dos dados referentes a semana após a facada, concluo que, as hipóteses foram confirmadas, que houve viés de seletividade na cobertura da mídia a favor de Bolsonaro, o que garantiu visibilidade a ele e que também se identificou um viés de declaração na semana pós-facada com uma cobertura anti-PT aliada a uma imagem positiva do candidato.

Referências Bibliográficas:

ALTHAUS, S., EDY, J., & PHALEN, P. (2001). Using Substitutes for Full-Text News Stories in Content Analysis: Which Text Is Best? *American Journal of Political Science*, 45(3), 707-723. doi:10.2307/2669247

ANSOLABEHERE, S.; LESSEM, R.; SNYDER JR., J.M. The Orientation of Newspaper Endorsements in U.S. Elections, 1940–2002. *Quarterly Journal of Political Science*, vol 1p. 393–404, 2016.

AZEVEDO, Fernando Antônio, 2006. Mídia e democracia no Brasil. Relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *OPINIÃO PÚBLICA*, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril-Maio, 2006, p. 88-113.

BIROLI, F.; MIGUEL, L. F.; MOTA, F. F. Mídia, eleições e pesquisas de opinião no Brasil(1989-2010)_ um mapeamento da presença das pesquisas na cobertura eleitoral. *Compolítica*

CALTELLS, Manuel. 2000. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra.

CREPALDE, Neylson. Disponível em: <http://neylsoncrepalde.github.io/>. Acesso: 30 de outubro de 2019.

DAHL, Robert. 1972. *Polyarchy: participation and opposition*. New Haven: Yale University.

DRUCKMAN, James N., and Michael Parkin. “The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters.” *The Journal of Politics*, vol. 67, no. 4, 2005, pp. 1030–1049. JSTOR, JSTOR.

FERES JÚNIOR, João, SASSARA, Luna de Oliveira; BARBABELA, Eduardo; MIGUEL, Lorena; CÂNDIDO, Marcia Rangel; SILVA, Thyago de Simas. A (in)clemente mídia das eleições. *Insight Inteligência*, n. 67, p. 46-59, 2014.

FÉRES JUNIOR, João; SASSARA, Luna. O cão que nem sempre late: o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998. *Revista Compolítica*, v. 6, n. 1, p. 30-63. 2016.

FERES JÚNIOR, João. Em defesa das valências: uma réplica. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 19, p. 277-298, 2016.

GENTZKOW, Matthew; SHAPIRO, Jesse M.; SINKINSON, Michael. The effect of newspaper entry and exit on electoral politics. *American Economic Review*, v. 101, n. 7, p. 2980-3018, 2011.

GERBER, A. S.; KARLAN, D.; BERGAN, D. Does the media matter? A field experiment measuring the effect of newspapers on voting behavior and political opinions. *American Economic Journal: Applied Economics*, v. 1, n. 2, p. 35-52, 2009.

GROSECLOSE, Tim, and Jeffrey MILYO. "A measure of media bias." *The Quarterly Journal of Economics* 120.4 (2005): 1191-1237.

HIGGINS, Silvio Salej; ANDRADE RIBEIRO, Antonio Carlos. *Análise de redes em Ciências Sociais – Brasília: Enap*, 2018, p. 91. ISBN: 978-85-256-0092-9

KUCINSKI, Bernardo. *A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro*. [S.l: s.n.], 1998.

LAZEGA, E., & Higgins, S. S. (2014). *Redes sociais e estruturas relacionais*. Belo Horizonte, MG: Fino Traço.

LOTT JR., John R.; HASSET, Kevin A., 2014. Is newspaper coverage of economic events politically biased? *Public Choice*, v. 160, p. 65-108, 2014.

MUNDIM, Pedro Santos. IMPRENSA E VOTO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2002 E 2006. *Rev. Sociol. Polít.*, Curitiba, v. 20, n. 41, p. 123-147, fev. 2012

MUNDIM, Pedro Santos. O viés da cobertura política da imprensa nas eleições presidenciais brasileiras de 2002, 2006 e 2010. *Revista Brasileira de Ciência Política*, no 25. Brasília, janeiro - abril de 2018, pp 7-46. DOI: 10.1590/0103-335220182501

MURPHY, Phil & KNAPP, Brendan. Disponível em: <https://rpubs.com/pjmurphy/317838>. Acesso: 09 de novembro de 2019.

OGNYANOVA, Katya. Disponível em: <https://kateto.net/network-visualization>. Acesso: 23 de outubro de 2019.

PUGLISI, Riccardo, and James M. SNYDER Jr. "Newspaper coverage of political scandals." *The Journal of Politics* 73.3 (2011): 931-950.

R Core Team (2017). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL: <https://www.R-project.org/>

RUBIM, A. A. C.; AZEVEDO, F. A., 1998. *Mídia e política no Brasil. Textos e agenda de pesquisa*. Lua Nova, São Paulo, n. 43, p. 189-216

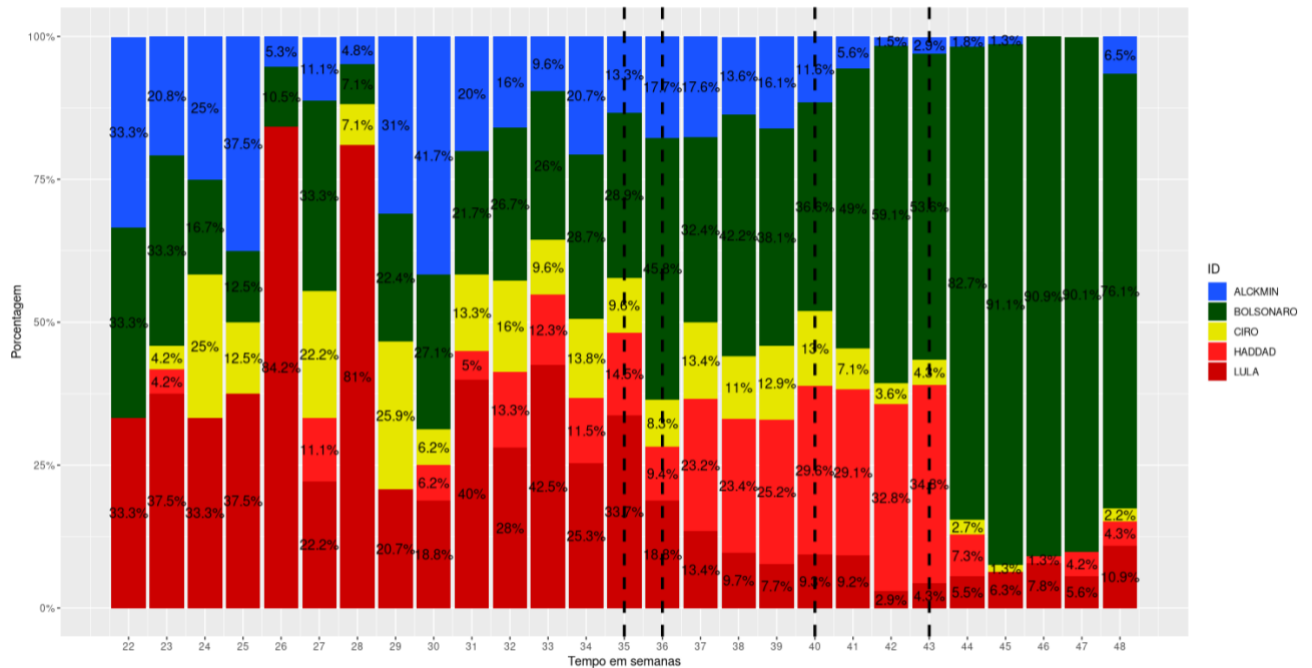
TOMAÉL, Maria Inês & MARTELETO, Regina Maria. *Redes sociais de dois modos: aspectos conceituais*. *TransInformação*, Campinas, 25(3):245-253, set./dez., 2013.

URBINATI, Nadia. O que torna a representação democrática? *Lua Nova* [online]. 2006, n.67, pp.191-228.

WEFFORT, Francisco (org.). 1990. "Federalistas". *Os clássicos da política*. Vol. 1. São Paulo: Ática.

APÊNDICE 1

Gráfico - Porcentagem de citações dos principais candidatos à presidência nas eleições de 2018 para período de junho a novembro (para os jornais OGRJ, FSP, ESP e EM)

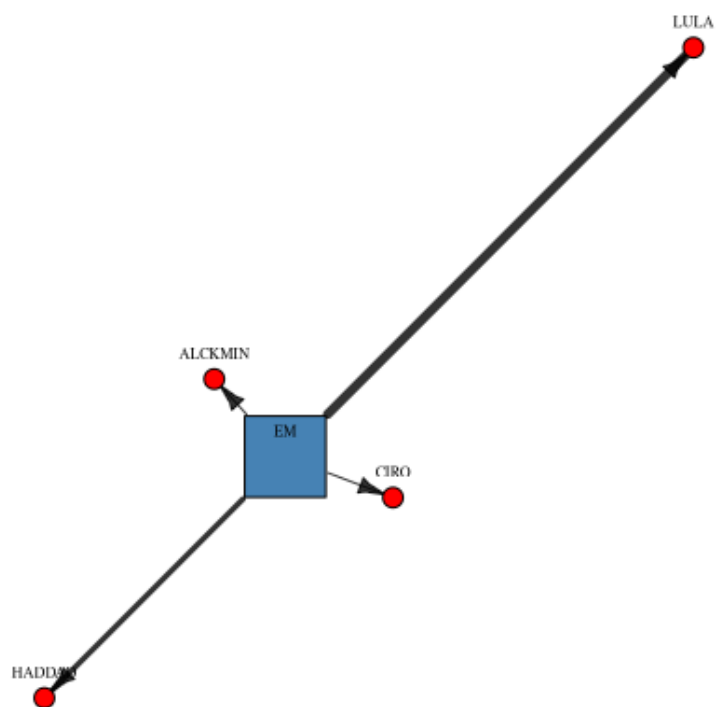


Fonte: elaboração própria.

APÊNDICE 2

Frame 1 - Gráficos de distribuição de citações por cada veículo

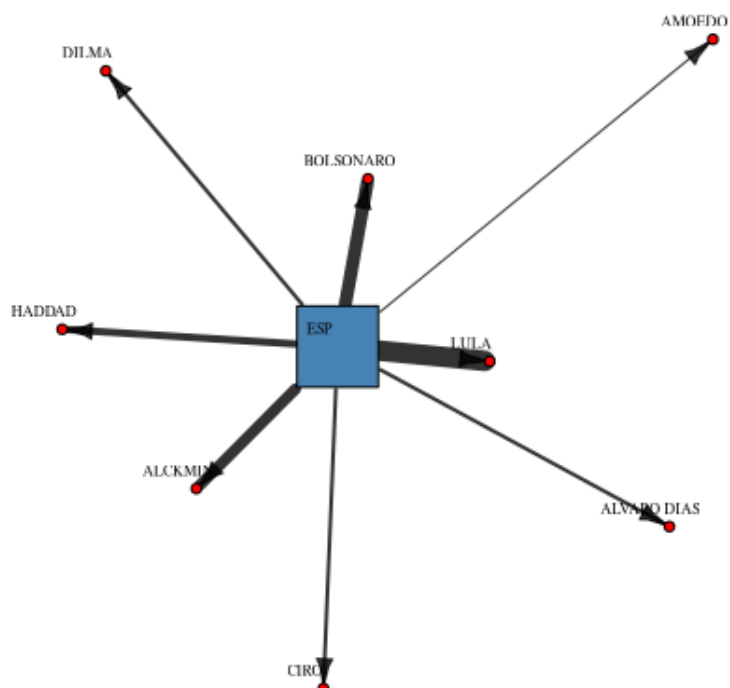
Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Estado de Minas



Fonte: elaboração própria.

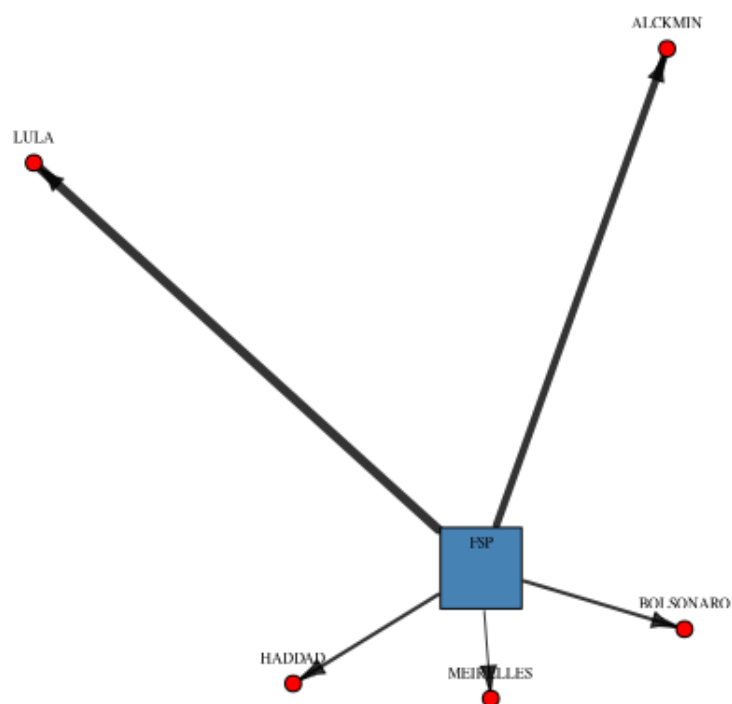
APÊNDICE 3

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Estado de São Paulo



Fonte: elaboração própria.

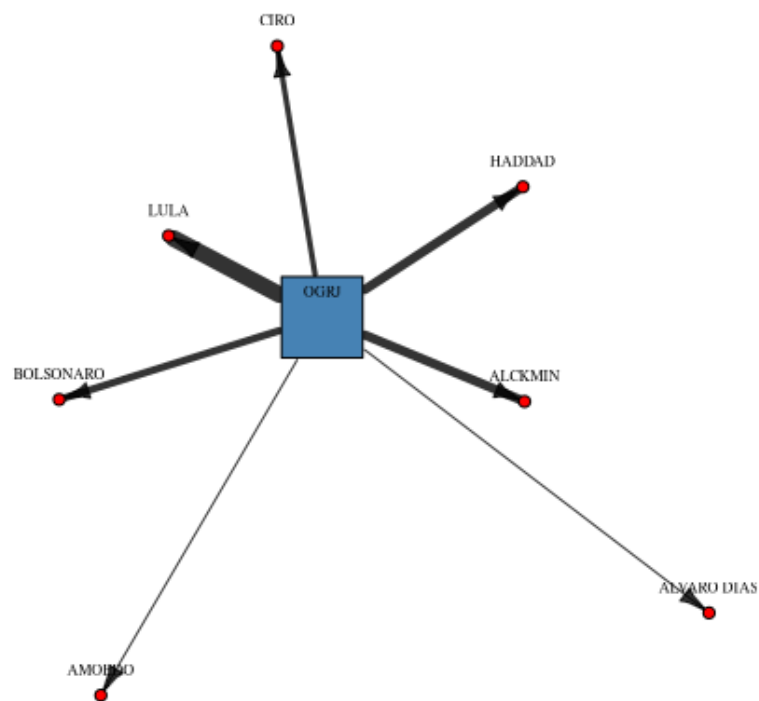
Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Folha de São Paulo



Fonte: elaboração própria.

APÊNDICE 4

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo O Globo (RJ)

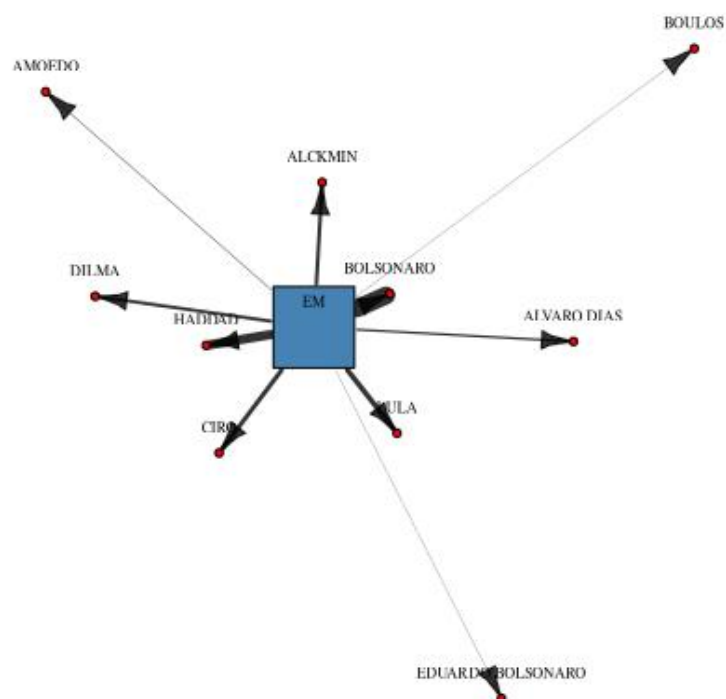


Fonte: elaboração própria.

APÊNDICE 5

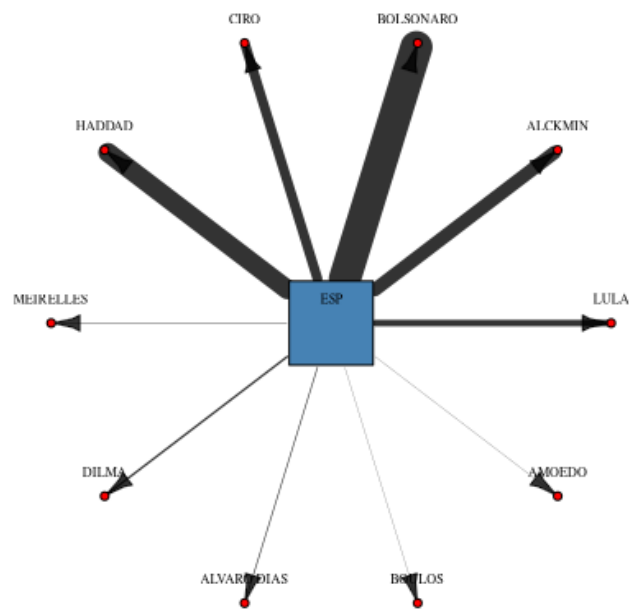
Frame 2 - Gráficos de distribuição de citações por cada veículo

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Estado de Minas



Fonte: elaboração própria.

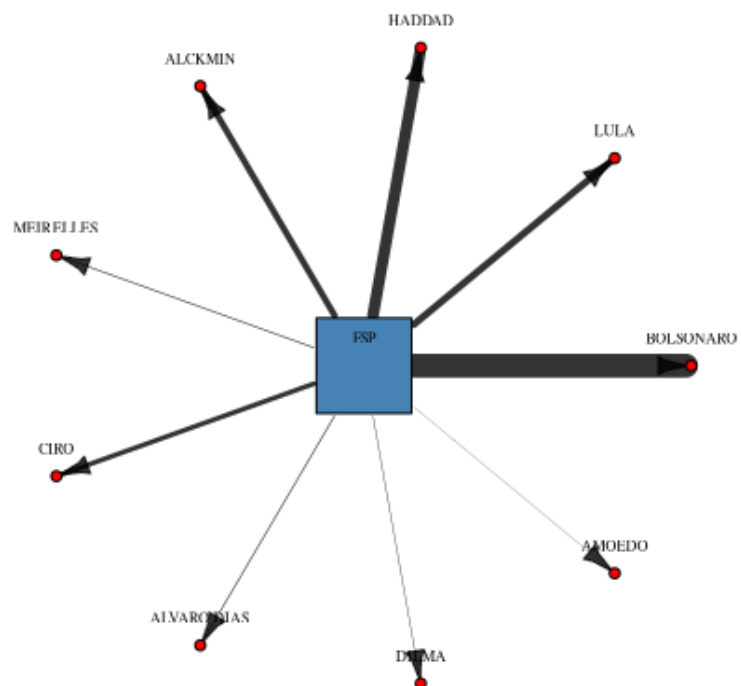
Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Estado de São Paulo



Fonte: elaboração própria.

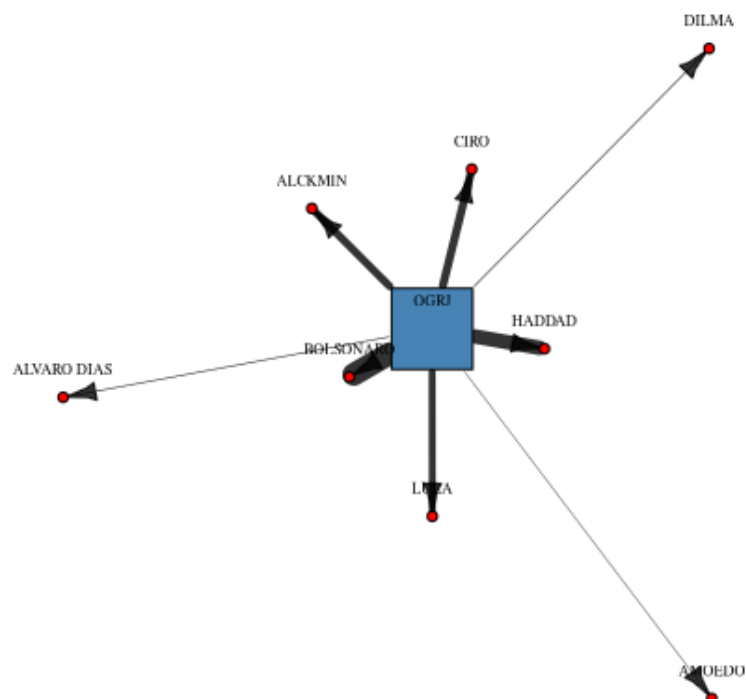
APÊNDICE 6

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Folha de São Paulo



Fonte: elaboração própria.

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo O Globo (RJ)

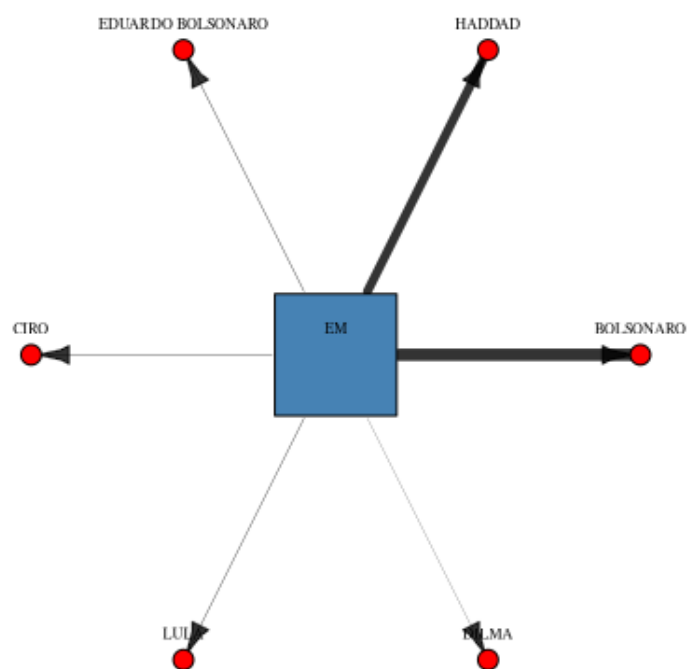


Fonte: elaboração própria.

APÊNDICE 7

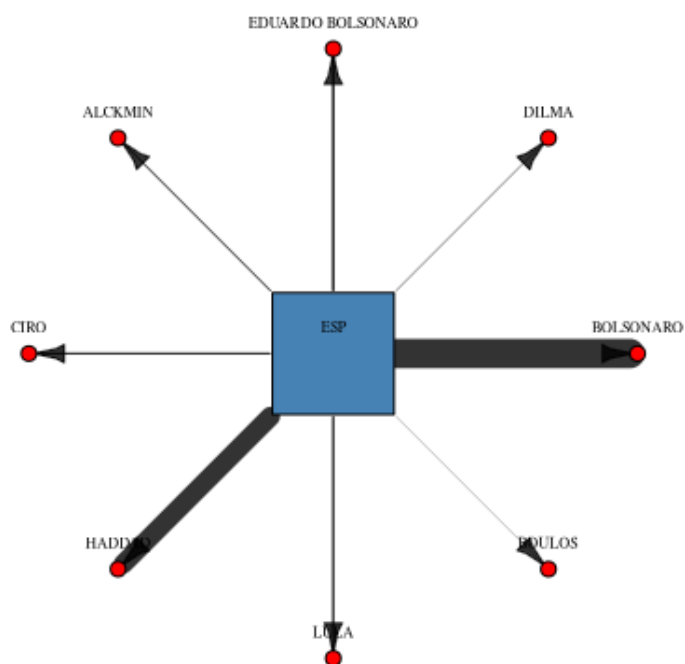
Frame 3 - Gráficos de distribuição de citações por cada veículo

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Estado de Minas



Fonte: elaboração própria.

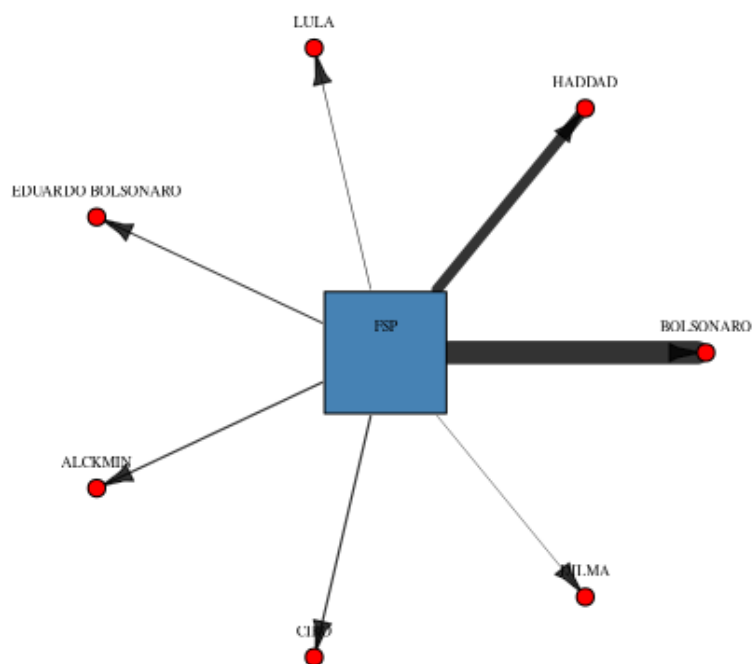
Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Estado de São Paulo



Fonte: elaboração própria.

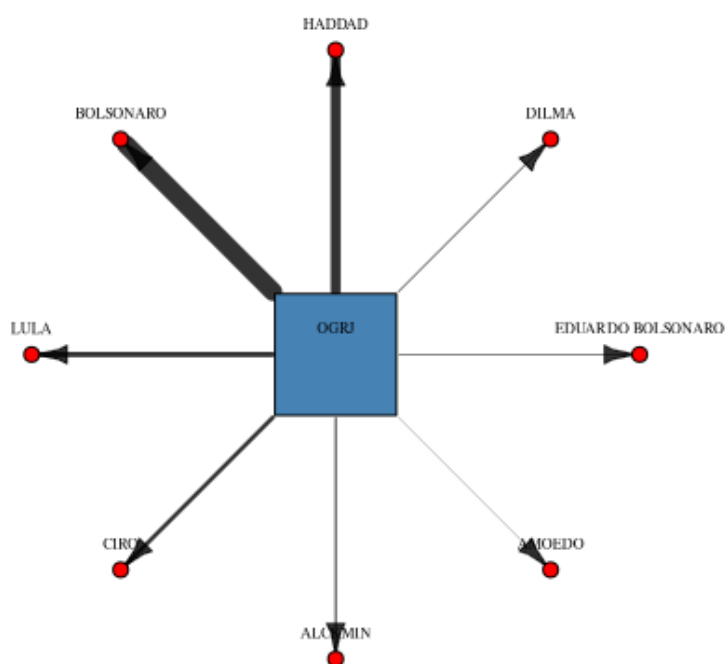
APÊNDICE 8

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo Folha de São Paulo



Fonte: elaboração própria.

Gráfico - Distribuição de citações dos personagens pelo O Globo (RJ)



Fonte: elaboração própria.

APÊNDICE 9

Tabela de atributos de imagem (31/08 a 06/09)		
Manchetes	Lula (PT)	Bolsonaro (PSL)
Lula fora das eleições	Negativa	Positiva
Ataques e promessas no primeiro dia de TV	Neutra	Neutra
Partidos vão à Justiça contra conduta do PT	Negativa	Positiva
TSE suspende propagandas do PT no rádio e na tv com Lula como candidato	Negativa	Positiva
TSE proíbe nova propaganda de Lula no horário eleitoral	Negativa	Positiva
Alckmin é denunciado pelo MP e cobrado por Temer	Positiva	Neutra
TSE barra Lula na eleição e dá 10 dias para PT trocar candidato	Negativa	Positiva
Juiza manda Lula pagar R\$ 31 milhões	Negativa	Positiva
Tribunal deixa disputa mais clara, dizem candidatos	Negativa	Positiva
Após decisão do TSE, PT afronta o Judiciário e insiste em Lula	Negativa	Positiva
Siglas vão à Justiça contra propaganda do PT com Lula	Negativa	Positiva
Onda anticorrupção é o que mais impulsiona Bolsonaro	Negativa	Positiva
TSE proíbe propaganda com Lula como protagonista	Negativa	Positiva
STF deve discutir registro de Lula	Negativa	Positiva
Na TV, Lula é tema em propaganda de aliados e rivais	Negativa	Positiva
País caminha para pior ciclo de crescimento em cem anos	Neutra	Neutra
Em sabatina, Ciro diz não ser dessa esquerda boboca	Negativa	Neutra
Marina faz ataque ao discurso fácil durante campanha	Neutra	Neutra
MDB sacrifica seu candidato e aposta em PT e Bolsonaro	Neutra	Neutra
BOLSONARO CHUTA PIXULECO EM ATO NO DF	Negativa	Positiva
TSE PODE DECIDIR CASO LULA	Negativa	Positiva
Adversários amplificam ofensiva contra Bolsonaro	Positiva	Negativa
TSE barra candidatura de Lula	Negativa	Positiva
Bolsonaro recorre à Justiça para tirar do ar vídeo de Alckmin	Positiva	Positiva
Com Lula barrado, PT confronta Justiça Eleitoral	Negativa	Positiva
Candidatos vão em busca de eleitor ideal em rede social	Neutra	Neutra
Sem 'prende-solta' e 'pode-não-pode' Lula não teria 39 % em pesquisas	Negativa	Positiva
Enquanto o TSE barrava Lula, Haddad confraternizava com 'golpistas'	Negativa	Positiva

Adversários vão ao TSE contra petista na TV	Negativa	Positiva
TSE suspende programa do PT que exhibe Lula como candidato	Negativa	Positiva
Chapa do PT é chamada de 'sítio de Atibaia'	Negativa	Positiva
MP anuncia Haddad, acusado de corrupção	Negativa	Positiva
Bolsonaro mantém a liderança, e disputa pelo 2 lugar se acirra	Negativa	Positiva
PT vai ao Supremo contra decisão do TSE sobre Lula	Negativa	Positiva

APÊNDICE 10

Tabela de atributos de imagem (31/08 a 06/09)		
Manchetes	Lula (PT)	Bolsonaro (PSL)
Sangue na campanha Atentado contra Bolsonaro acentua tensão nas eleições	Negativa	Positiva
Sangue na campanha Autor do ataque: "Quem mandou foi Deus"	Negativa	Positiva
Sangue na campanha Candidatos suspendem atividades	Negativa	Positiva
Sangue na campanha "Ficou explícita a fragilidade da nossa democracia, em que a violência se tornou banal e contaminou a política"	Negativa	Positiva
Sangue na campanha "O caso Bolsonaro em Minas Gerais ganhou o mundo. É o retrato atual do Brasil no exterior"	Negativa	Positiva
Sangue na campanha "O fato criou um ponto de inflexão na campanha (parecido com a morte de Eduardo Campos), que terá tom diferente agora"	Negativa	Positiva
Sangue na campanha "O atentado a Bolsonaro vai prejudicar sua campanha do ponto de vista físico, mas eleitoralmente ainda é uma grande incógnita"	Negativa	Positiva
Depois do atentado, segurança reforçada	Negativa	Positiva
"Estou bem e me recuperando"	Negativa	Positiva
Campanha baixa o tom	Neutra	Neutra
Medo no local do ataque	Negativa	Positiva
Médicos explicam ausência de sangue na roupa e na faca	Negativa	Positiva
Para analistas de mercado, eleições recomeçam agora	Neutra	Neutra
Quatro advogados e um esfaqueador Defensores do agressor de Bolsonaro se contradizem sobre quem os contratou. Um deles viajou para Juiz de Fora com avião próprio. Familiares teriam sido orientados a não responder perguntas	Negativa	Positiva
Quatro advogados e um esfaqueador Campanha explora visibilidade	Negativa	Positiva
Quatro advogados e um esfaqueador PF reforça segurança	Negativa	Positiva

Quatro advogados e um esfaqueador "Eleição curta, Lula fora, facada, o que mais ainda será que pode acontecer a partir de agora?"	Negativa	Positiva
Quatro advogados e um esfaqueador É bom que a PF esclareça como um sujeito pobre de marré-marré conseguiu a assistência de quatro advogados	Negativa	Positiva
Ministro do TSE enquadra PT	Negativa	Positiva
Pente fino nas imagens (atentado)	Negativa	Positiva
Debate anti-radicalismo	Neutra	Positiva
A vida pregressa do esfaqueador	Negativa	Positiva
A vida pregressa do esfaqueador	Negativa	Positiva
A vida pregressa do esfaqueador	Negativa	Positiva
O desafio de Haddad	Negativa	Positiva
"Ameaçado"	Neutra	Positiva
Bolsonaro passa por cirurgia de emergência	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado, passa por cirurgia e está na UTI	Negativa	Positiva
Agressor pediu 'pena de morte' para o candidato	Negativa	Positiva
Candidatos mudam estratégia de campanha	Neutra	Neutra
Ministro da Defesa diz que teme 'intolerância'	Neutra	Neutra
Geraldo Alckmin (PSDB)	Neutra	Neutra
Presidenciáveis repudiam ato de violência	Neutra	Neutra
Após ataque, candidatos adotam tom conciliador	Neutra	Neutra
Agressor afirma à Polícia Federal que agiu sozinho	Negativa	Positiva
Bolsonaro não vai mais fazer ato de rua, diz filho	Negativa	Positiva
Disputa ainda mais emocional	Neutra	Neutra
Democracia vive em risco	Neutra	Neutra
Emoção rebaixa o debate	Neutra	Neutra
O atentado contra Bolsonaro	Negativa	Positiva
Legitimidade do eleito pode ser contestada, teme chefe do Exército	Neutra	Neutra
Presidenciáveis fazem debate com menos ataques e mais propostas	Neutra	Neutra
Barroso ameaça vetar propaganda do PT	Negativa	Positiva
Adversários retomam tom crítico a ideias de Bolsonaro	Positiva	Negativa
Palocci diz que Lula atuava em pedido de propina	Negativa	Positiva
Bolsonaro sobe e chega a 26%; disputa por 2º lugar segue embolada	Negativa	Positiva
Empatados, adversários vão à luta	Neutra	Neutra
Palocci: Lula pedia vantagens a empresas	Negativa	Positiva
O candidato posticho	Negativa	Positiva

Bolsonaro passa por nova cirurgia de emergência	Negativa	Positiva
Adversários pregam voto útil em busca do 2º turno	Neutra	Neutra
Risco Brasil dobra com incerteza do quadro eleitoral	Neutra	Neutra
A 'Paixão' de Lula	Positiva	Positiva
2ª cirurgia fragiliza campanha de Bolsonaro	Positiva	Negativa
Villas Bôas não falou nenhum impropério', diz Alckmin	Neutra	Neutra
Mourão defende nova Constituição sem eleitos	Negativa	Negativa
O desastre antecipado	Neutra	Neutra
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado	Negativa	Positiva
Bolsonaro migrará sua campanha para as redes	Negativa	Positiva
Transferido para SP, candidato ainda corre risco, mas quadro é estável	Negativa	Positiva
Comportamento agitado preocupava família de agressor	Negativa	Positiva
SETE DE SETEMBRO É ESVAZIADO APÓS ATAQUE A CANDIDATO	Negativa	Positiva
Estelionato e violência compõem quadro político	Neutra	Neutra
Por que há tanta antipatia pelos partidos políticos?	Neutra	Neutra
Bolsonaro não é ameaça à democracia, diz professor	Negativa	Positiva
Considerada discreta, presidente do TSE é firme nas posições	Neutra	Neutra
PF aumentará segurança de candidatos	Neutra	Neutra
Uso de imagem de Bolsonaro internado divide seus aliados	Positiva	Negativa
Atentado não deve render votos ao candidato do PSL	Positiva	Negativa
Após ataque, Bolsonaro tem 24%, e quatro empatam em segundo lugar	Negativa	Positiva
Deputado continua rejeitado por mais pobres e mulheres	Positiva	Negativa
Usar foto de Moro é homenagem, diz Alvaro Dias	Neutra	Neutra
Após a facada	Negativa	Positiva
Candidato, Haddad tentará em 26 dias herdar votos de Lula	Positiva	Neutra
Corregedoria vai investigar ações contra candidatos	Neutra	Neutra
Alckmin diz ser único antipetista entre candidatos	Negativa	Positiva
Por 3 a 2, STF rejeita denúncia de racismo contra Bolsonaro	Negativa	Positiva
Quem Haddad será?	Negativa	Positiva

Meirelles afirma ser o verdadeiro candidato do centro	Negativa	Positiva
POLITICOS PRECISAM COMBATER O CLIMA DE INTOLERÂNCIA	Negativa	Positiva
Cirurgia estanca hemorragia de intestinos e veia lesionados	Negativa	Positiva
Adélio Bispo de Oliveira diz que agiu 'a mando de Deus'	Negativa	Positiva
Bolsonaro, para eleitores se iguala a Lula como mártir	Negativa	Positiva
Efeitos políticos do ato são imprevisíveis	Negativa	Positiva
Você, eleitor, não odeie o adversário	Negativa	Positiva
STF rejeita pedidos de Lula para se manter na disputa	Negativa	Positiva
A luta de Haddad para se viabilizar	Negativa	Positiva
Com Bolsonaro fora de perigo, vice e filhos assumem a linha de frente	Negativa	Positiva
Perda de 40% do sangue, 4 cirurgiões e horas de tensão	Negativa	Positiva
Nas visitas à família, Adélio se isolava por dias em quarto escuro	Negativa	Positiva
Ataque melhorou a imagem de Bolsonaro	Negativa	Positiva
Campanhas reveem tática após ataque a Bolsonaro	Negativa	Positiva
Barroso ameaça tirar propaganda do PT do ar	Negativa	Positiva
Em debate, candidatos pedem pacificação do país	Neutra	Neutra
O INVENTÁRIO DA VIOLÊNCIA NA POLÍTICA	Negativa	Positiva
Bolsonaro tem leve anemia, mas quadro evolui	Negativa	Positiva
Bolsonaro tem 24% e quatro empatam em segundo lugar	Negativa	Positiva
Adversários vão amenizar os ataques	Neutra	Positiva
Palocci acusa Lula de negociar e receber propinas	Negativa	Positiva
Prazo se esgota com Haddad bem no Datafolha	Positiva	Positiva
Facada não atingiu o eleitor	Positiva	Positiva
Após 17 recursos à Justiça, PT lança Haddad	Negativa	Positiva
Marina diz ver Lula como corrupto e desafia petistas	Negativa	Positiva
No Ibope, Bolsonaro lidera com 26%	Negativa	Positiva
Haddad é tão pesado quanto foi a Dilma	Positiva	Positiva
Denúncia contra Bolsonaro é arquivada pelo STF	Positiva	Negativa
Haddad: tutelado a partir de uma cela em Curitiba	Negativa	Positiva
Para Ciro Gomes, 'o país não aguenta outra Dilma'	Negativa	Positiva
Bolsonaro é submetido a nova cirurgia para corrigir obstrução	Negativa	Positiva
Marina se liberta da submissão ao 'pai' Lula	Negativa	Positiva
Questão agora é saber quem vai vencer Bolsonaro	Negativa	Positiva
Alckmin e Marina esperam a reta final	Neutra	Neutra
Alckmin ataca 'varios tons de vermelho' de seus adversários	Negativa	Neutra

