

MÍDIA E ELEIÇÃO: O AGENDAMENTO MIDIÁTICO REALIZADO PELOS JORNAIS DIÁRIO POPULAR E DIÁRIO DA MANHÃ DURANTE AS ELEIÇÕES MUNICIPAIS NA CIDADE DE PELOTAS

JULIANA RÖSSLER RAMIRES¹
MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO²

¹Acadêmica de Jornalismo – CLC/UFPEl – jujuramires6@gmail.com

²Profª. Drª. no curso de Jornalismo – CLC/ UFPEl – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Desde o início do século XX muito se tem estudado sobre as influências dos meios de comunicação sobre os indivíduos e suas consequências. Diversas teorias foram desenvolvidas e analisadas com o intuito de responder qual seria o verdadeiro poder da mídia na sociedade.

O desenvolvimento deste trabalho baseia-se nas eleições municipais da cidade de Pelotas do ano de 2016. E têm como propósito central abordar o agendamento midiático realizado pelos jornais Diário Popular e Diário da Manhã, durante o período das eleições municipais, tendo como objeto único a disputa pela prefeitura do município. Sua finalidade principal é demonstrar o agendamento realizado pelos veículos de comunicação impressos, a partir das categorias analíticas da Hipótese de Agenda, buscando contextualizar e relacionar as principais pautas desta eleição.

De acordo Pena (2010, p.142)

“A teoria do agendamento defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam as nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos.”

Barros (2001, p.157) afirma que a *agenda setting* é uma hipótese sobre a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de notícias vem determinar os temas sobre quais o público falará e discutirá.

Assim, o trabalho possui como fundamentação teórica conteúdos que sintetizam política, formação da opinião pública, imagem pública, jornalismo político, além da conceituação da própria Hipótese de Agenda.

Os períodos eleitorais são muito importantes para a manutenção da democracia brasileira e para atividade jornalística, analisar o processo nos ajudará a entender a delicada relação entre mídia e eleição.

“Os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, como desejava a teoria hipodérmica, são capazes de, a médio e longo prazos, influenciar sobre o que pensar e falar, e é isso que motiva o batismo desta hipótese de trabalho.” (HOHLFELDT, 2010, p.191).”

2. METODOLOGIA

O trabalho está sendo construído sobre o método dialético, que permite a contraposição de ideias para construção de novos significados, a aplicação da metodologia será baseada nos conceitos norteadores de Konder (1998). A fundamentação teórica apresenta como característica predominante a pesquisa bibliográfica para formação dos conceitos que contextualizaram a pesquisa e ajudaram a entender os resultados obtidos. Para estruturação da pesquisa bibliográfica será consultada a autora Stumpf (2011).

Os métodos referentes aos agendamentos realizados pelos veículos de comunicação Diário Popular e Diário da Manhã será a análise de conteúdo, que será realizada a partir das categorias analíticas da Hipótese de Agenda, durante o período de duas semanas, antes da votação do primeiro turno, que será no dia 2 de outubro do ano de 2016. De acordo com Bardin (1977, p.31)

“Análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem como finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. Não se tratando de um instrumento, mas um leque de apetrechos, com maior rigor trata-se de um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto como; a comunicação.”

Para realizar análise de conteúdo, será utilizado as categorias analíticas da Hipótese de Agenda, porém devido as características do trabalho não serão todas utilizadas, para fins deste estudo serão analisadas: acumulação, onipresença, centralidade, tematização e focalização.

De acordo com Hohlfeldt (2010, p.201-202) podemos conceituar as categorias da Hipótese de Agenda da seguinte forma: a) *acumulação* – capacidade que a mídia tem de dar relevância a um determinado tema; b) *onipresença* – um acontecimento que transformado em notícia, ultrapassa os espaços tradicionalmente a ele determinado se torna onipresente; c) *centralidade* – capacidade que as mídias têm de colocar como algo importante determinado assunto, dando-lhe não apenas relevância quanto hierarquia e significado; d) *tematização* – capacidade de dar destaque a um assunto determinado; e) *focalização*: a maneira pela qual a mídia aborda um determinado assunto, apoiando-o, contextualizando-o, assumindo determinada linguagem, tomando cuidados especiais para a sua editoração.

Durante o período das análises de conteúdo, também, será realizada uma análise comparativa das matérias veiculadas a fim de observar como os mesmos assuntos são abordados pelos veículos de comunicação distintos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pelotas é uma das cidades mais antigas do Rio Grande do Sul, sua relevância histórica e política são indiscutíveis no cenário brasileiro. No que se refere, às últimas eleições municipais para prefeitura da cidade, as mesmas têm sido acirradas. Desde o ano de 1996 a escolha do gestor público só é decidida no segundo turno. O que demonstra uma tendência de politização por parte da

população, sobre o processo eleitoral, como algo fundamental para aquisição e manutenção dos direitos conquistados.

A sociedade também entende que a atividade jornalística é fundamental para o processo, pois é por meio dela que a população poderá se informar sobre os múltiplos aspectos da eleição, e saberá sobre possíveis fraudes e irregularidades nas campanhas dos candidatos.

Os veículos de comunicação que serão utilizados para realização do trabalho são os jornais Diário Popular e Diário da Manhã, os mesmos foram escolhidos devido as suas representatividades na região. O que se espera dessa análise é o retrato fiel das eleições municipais pelotenses e dos atores políticos que compõem o processo.

Analisar como a mídia pauta as notícias das eleições e as agendas dos candidatos é a tarefa principal deste trabalho. Como o mesmo ainda está em andamento as análises ainda não foram realizadas, porém é importante ressaltar alguns aspectos da Hipótese de Agenda que impactará nos resultados.

É importante enfatizar que ela é uma hipótese de trabalho e não uma teoria. Essa classificação é utilizada devido a uma teoria ser um paradigma fechado, um modo acabado e infenso a complementações ou conjugações, como afirma Hohlfeldt (2010,p.189). Para analisar o agendamento também deveremos levar em consideração os pressupostos da hipótese. Hohlfeldt (2010, p.190-191) destaca os principais para um melhor entendimento do processo:

a) *o fluxo contínuo da informação* – o intenso fluxo informacional gera o *efeito de enciclopédia*, que pode ser provocado pela mídia com os chamados *box* que revistas e jornais utilizam junto as reportagens, visando atualizar o leitor sobre determinado fato. Esse feito ajuda explicar casos em que agimos de determinada forma não por experiência, mas por memória.

b) *os meios de comunicação influenciam sobre o receptor não a curto prazo, mas sim a médio e longo prazos* – é mediante a observação de períodos mais longos que podemos perceber a influência da mídia sobre o receptor.

c) *os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar, a médio e longo prazos pode influenciar sobre o que pensar e falar* – ou seja, dependendo dos assuntos abordados pela mídia, o público termina a médio e longo prazo por incluir as pautas nas suas preocupações quotidianas.

Somente com esses pressupostos em mente é possível entender e classificar o agendamento realizado pela mídia e seus reais efeitos na sociedade. Pretende-se através da fundamentação teórica, análise de conteúdo com as categorias com as categorias analíticas, análise comparativa com os veículos de comunicação pretende-se analisar e discutir a influência da mídia no processo eleitoral, enfatizando o jornalismo político como agente construtor das pautas da sociedade nesse período. Observando as peculiaridades dessa eleição, que tem como plano de fundo o processo de *impeachment* da presidente eleita Dilma Rousseff.

4. CONCLUSÕES

Considerando que o trabalho está em andamento, convém ressaltar que busca-se com as análises as marcas do agendamento midiático nas eleições municipais de Pelotas do ano de 2016, por meio dos veículos de comunicação impressos mais consumidos do município. Enfatizando a importância da atividade jornalística para a manutenção da democracia. Buscando ao mesmo tempo fazer um registro das peculiaridades desse processo eleitoral, ressaltando de fato, os temas que ajudarão a entender as características da política pelotense.

A importância deste trabalho também está focada na atual conjuntura política. Espera-se um desse processo um debate político que inclua as questões recentes de corrupção e transgressões jurídicas que estão acontecendo no cenário brasileiro. Analisar as eleições municipais em uma cidade como Pelotas, que apresenta forte presença partidária, com certeza, resultará em pautas que movimentarão a vida política do município, que por consequência impactará na vida da população nos próximos quatro anos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, C.F. **Ética na Comunicação**. 6 ed – São Paulo: Summus, 2008. p 157-179.

KONDER, L. **O que é Dialética**. 28 ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.

HOHLFELDT, A. Hipóteses Contemporâneas em Teoria da Comunicação. In: HOHLFELDT, A; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V.V (org.) **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p 187-203.

STUMPF, I. R. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006. p.280-304.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2010. 235. p.142-146.