



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO

VINÍCIUS DE LIMA MORESCO

**EDITORIA POLÍTICA X COLUNA POLÍTICA:  
Uma análise dos conteúdos da cobertura política no jornal Zero Hora nas  
eleições de 2014**

Porto Alegre  
2015

VINÍCIUS DE LIMA MORESCO

**EDITORIA POLÍTICA X COLUNA POLÍTICA:  
Uma análise dos conteúdos da cobertura política no jornal Zero Hora nas  
eleições de 2014**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Ritter dos Reis como monografia de conclusão do curso de Comunicação Social - Jornalismo.

Orientador: Prof. Es. Rodrigo Lopes.

Porto Alegre  
2015

VINÍCIUS DE LIMA MORESCO

**EDITORIA POLÍTICA X COLUNA POLÍTICA**  
**Uma análise dos conteúdos da cobertura política no jornal Zero Hora nas**  
**eleições de 2014**

Trabalho de Conclusão defendido e aprovado como requisito parcial a obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela banca examinadora constituída por:

---

Prof. Es. Rodrigo Lopes

---

Prof. Dr. Mariceia Benetti

---

Prof. Ms. Roberto Belmonte

PORTO ALEGRE  
2015

Aos meus pais, Sergio e Clarice,  
aos meus irmãos, Bianca, Daiane e Thiago.

Agradeço à Deus, pela proteção;  
à minha família, pela base;  
aos meus amigos, pelo companheirismo;  
aos meus mestres, pela sabedoria.

*“Enquanto eu tiver perguntas e não houver resposta  
continuarei a escrever”  
(Clarice Lispector)*

## RESUMO

A presente pesquisa busca identificar os gêneros jornalísticos aplicados à cobertura de Zero Hora nas eleições de 2014. Para tanto, buscamos analisar as notícias publicadas por esse jornal na editoria de Notícias, responsável por esse tipo de conteúdo, e a coluna da jornalista Rosane de Oliveira nos oito dias antes da eleição. O objetivo é tencionar as teorias sobre gêneros jornalísticos informativo, interpretativo e opinativo nessas seções.

**Palavras-chave:** Jornalismo político; colunismo político; jornal; gêneros jornalísticos; eleição.

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....                        | 9  |
| 1.1 RELEVÂNCIA DA PESQUISA .....                 | 9  |
| 1.2 OBJETIVOS .....                              | 10 |
| 1.3 HIPÓTESE .....                               | 10 |
| <b>2 JORNALISMO POLÍTICO</b> .....               | 12 |
| 2.1 COLUNISMO .....                              | 17 |
| <b>3 GÊNEROS JORNALÍSTICOS</b> .....             | 22 |
| 3.1 GÊNERO INFORMATIVO .....                     | 24 |
| 3.2 GÊNERO OPINATIVO .....                       | 26 |
| 3.3 JORNALISMO INTERPRETATIVO.....               | 28 |
| <b>4 ZERO HORA</b> .....                         | 30 |
| <b>5 METODOLOGIA</b> .....                       | 32 |
| <b>6 ANÁLISE</b> .....                           | 35 |
| <b>7 CONCLUSÃO</b> .....                         | 49 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....                         | 52 |
| <b>APÊNDICE A – Dados de identificação</b> ..... | 53 |
| <b>APÊNDICE B – Objetos de análise</b> .....     | 54 |



## 1 INTRODUÇÃO

O jornal Zero Hora, do Grupo RBS, conta com diferentes formas estruturais de trabalhar e analisar as informações. A política é um tema constantemente presente no jornal, devido a sua importância tanto em âmbito regional quanto nacionalmente. Suas informações permeiam os mais diversos limites de influência no cotidiano dos cidadãos.

Desde maio de 2014, os assuntos de política da publicação, por exemplo, são produzidos por repórteres da editoria de *Notícias* e através de duas colunistas: Rosane de Oliveira, que trata da política regional, e Carolina Bahia, que sinaliza com as informações oriundas de Brasília. Para este estudo, apenas o fator regional foi analisado. Assim sendo, objetivou-se saber:

Como os repórteres políticos do veículo tratam as informações? Como a colunista Rosane de Oliveira expõe os fatos sobre o mesmo tema?

### 1.1 RELEVÂNCIA DA PESQUISA

Atualmente, a sociedade e os veículos de informação passam por uma reestruturação na forma de vislumbrar o mundo. Assuntos que antes eram apenas debatidos por poucas pessoas em rodas de amigos, passaram a fazer parte de grandes discussões nas redes sociais, geralmente oriundas de matérias jornalísticas.

Entre os diversos temas que ganharam mais notoriedade da população, a política é um dos mais evidenciados. Presente no dia a dia dos cidadãos, os assuntos que permeiam o âmbito político interferem na vida de todos brasileiros.

Desta forma, esta pesquisa teve o objetivo de analisar semelhanças e diferenças nos conteúdos jornalísticos publicados na cobertura informativa dos acontecimentos políticos em comparação com a análise interpretativa de sua colunista no jornal Zero Hora. Também se buscou identificar os métodos jornalísticos utilizados no processo de tratamento das informações.

Esta pesquisa foi importante tanto para os acadêmicos de jornalismo quanto para os professores da área uma vez que pretende conhecer de forma mais detalhada o dia a dia do fazer jornalístico, as ferramentas utilizadas e o método de trabalho empregado num dos principais veículos de comunicação do país.

A motivação para o desenvolvimento da pesquisa permeia boa parte de nossa formação superior. A análise de conteúdo e fatos sempre foi a grande motivadora no âmbito jornalístico. Acreditamos que, com o desenvolver de novas ferramentas, como redes sociais e aplicativos, o jornalista deverá ser muito mais do que um transmissor de informação, deverá analisar o contexto dos fatos e passar ao público uma visão interpretativa do ocorrido. Sendo assim, esta pesquisa concretiza um desejo de quatro anos de estudo na área.

## 1.2 OBJETIVOS

### **Geral:**

- Analisar as semelhanças e diferenças entre os assuntos de política tratados pela editoria de *Notícias* e a coluna *Política +*.

### **Específicos:**

- Demonstrar aproximações, tensões e disparidades de tratamento da informação entre a editoria de Notícias e a colunista política Rosane de Oliveira.
- Compreender em que medida há acréscimos de informações entre o material produzido na editoria de *Notícias* e o conteúdo da colunista.
- Identificar características dos gêneros interpretativo, informativo e opinativo nas duas seções e suas hibridizações.

## 1.3 HIPÓTESE

Os repórteres da editoria de Notícias, seção na qual são publicados os assuntos relacionados à cobertura política, tratam os acontecimentos incumbidos apenas de relatos, de informações concretas, de maneira que as matérias jornalísticas sejam reproduções do cotidiano político do Estado e do país. Com isso, diferenciam-se da coluna pela forma com que os relatos são repassados aos cidadãos.

Por sua vez, a colunista Rosane de Oliveira trabalha com o cenário político, usufruindo de informações de bastidores e especulações para compor seus conteúdos. Tida como a principal jornalista política do Estado, Rosane tem a liberdade de atuação para veicular informações independentes da editoria. Suas informações e

interpretações influenciariam a cobertura diária da editoria? Esta é uma das hipóteses que buscou-se identificar no presente trabalho.

Este projeto vislumbra ainda analisar as técnicas jornalísticas utilizadas pelos profissionais da área, utilizando-se como base os conceitos defendidos por Nelson Traquina, no que se refere à análise da utilização dos preceitos do jornalismo; Roberto Seabra com seu olhar sobre a aplicação do jornalismo no dia a dia; Franklin Martins, amplo conhecedor e estudioso do jornalismo político; e José Marques de Mello, um dos postuladores da questão dos gêneros jornalísticos no Brasil.

## 2 JORNALISMO POLÍTICO

Em um veículo de informação, conforme seus princípios, todos os temas de interesse público deverão estar representados e atualizados. Assim o meio cumpre seu papel social de informar a sociedade. Os temas esses, que são oriundos da vida e da realidade da cidade, do estado e do país de todos nós.

Dessa forma, política, economia, lazer, cultura e esporte são os principais temas abordados nos meios de comunicação. O primeiro, não por acaso, é a política, principal influenciador da vida cotidiana de todos os cidadãos. As decisões tomadas pelos diferentes poderes norteiam o dia a dia e a realidade da vida como um todo. Desta maneira, o assunto é, na maioria dos casos, destaque na imprensa como um todo.

Roberto Seabra e Vivaldo de Sousa, no livro *Jornalismo Político – teoria, história e técnicas* (2006) reúnem artigos de diferentes estudiosos da área para compreender e pensar a maneira em que o jornalismo aborda a política no seu cotidiano. Na abertura da obra, os autores destacam a presença dos assuntos políticos nos veículos (2006),

Ao se deparar com um grande jornal diário ou uma revista semanal de informação, o leitor atual encontra uma variedade de notícias e de temas que abrangem desde a chamada *hard news* (política, economia, cidade) até os assuntos comportamentais, passando, obrigatoriamente, pelos esportes, artes e espetáculos, meio ambiente, informática etc. Ou seja, praticamente tudo o que diz respeito à civilização humana neste início de século aparece de uma forma ou de outra nas páginas da imprensa, no noticiário televisivo, radiofônico e nos sites da internet (SEABRA; SOUZA, 2006, p. 7).

Mas devemos salientar que a realidade não foi sempre essa. Cinquenta anos atrás, por exemplo, os cadernos editoriais não existiam com tamanha força quanto hoje em dia. Onde o esporte era prioridade nos periódicos. Anteriormente, a imprensa se preocupava com outro detalhe: a rotina e os fatos da cidade. O cotidiano das diferentes localidades era o principal enfoque do meio. Porém, nos primórdios do jornalismo, somente um tema compunha as informações publicadas pelos veículos: a política.

O surgimento da imprensa no Brasil, no começo do século XIX, se confunde com a história do jornalismo político no país, já que, no momento de seu início das atividades, o Brasil preparava-se para se separar de Portugal, conforme demonstram Seabra e Souza (2006, p. 112):

À opção descentralizadora das capitanias hereditárias segue-se a centralização do Governo Geral. À monarquia parlamentarista segue-se uma ‘*República das Espadas*’, que por sua vez cede espaço a uma Política dos Governadores, etc. Tal dicotomia marcou o caráter da política nacional e influenciou certamente o tipo de jornalismo forjado no país a partir de 1808, quando da vinda da Família Real para cá e a criação da Imprensa Régia. Se antes dessa data havia organização política no Brasil, não existiam, entretanto, poder constituído e condições materiais que permitissem aos poucos letrados da Colônia produzirem alguma coisa que poderia ser chamada de jornalismo político ou mesmo uma imprensa que relatasse os fatos políticos ocorridos nessas terras.

Na época em que surge no território nacional, o jornalismo passa a ser apresentado por dois jornais: o *Correio Braziliense*, registrado como o primeiro periódico do país, e o *Gazeta do Povo*, veículo do governo. Carolina Matos (2008, p. 29) relata que o jornalismo brasileiro se construiu com particularidades literárias europeias e determinadas influências políticas. Mesmo surgir no Brasil cerca de 200 anos depois do jornalismo se expandir na Europa e nos Estados Unidos.

A imprensa brasileira emergiu em conjunção com o estabelecimento da família Real portuguesa em 1808. O primeiro jornal brasileiro foi o *Correio Braziliense*. Saiu em 1808 e foi editado por Hipólito José da Costa, em Londres, por causa das restrições importadas pela família Real em relação à publicação e à circulação de jornais no Brasil. Entre 1808 e 1822, o único jornal que podia ser publicado era o diário oficial do governo, o *Gazeta do Povo*. Depois da independência do Brasil, 1822, quando a imprensa foi autorizada a operar livremente, uma série de jornais políticos e radicais começou a aparecer (MATOS, 2008, p. 29).

A independência do Brasil foi um marco na história do jornalismo praticado nas nossas dependências. O ato permitiu que diversos veículos surgissem e comesçassem a encher os cidadãos de novas opiniões, já que eram, na sua maioria, “tribuna estendida”, como menciona Matos (2008) parafraseando Benjamin Constant.

O aumento do número dos veículos brasileiros foi consolidado com o avanço da política nacional. Assim como o Brasil passou a se governar sem a vigência portuguesa, a liberdade de expressão abriu lacuna para que personalidades da época passassem a colocar suas palavras nos jornais e transmitir seus pensamentos ao público. Os conflitos políticos invadiram os jornais.

Segundo Seabra e Souza (2006, p. 116), a separação do país de Portugal exigia uma imprensa mais atuante:

Entretanto, forças antagônicas, tendo de um lado o grupo de Bonifácio de Andrada e, de outro, o de Gonçalves Ledo, forçaram uma guerra ideológica que transformou os jornais da época em verdadeiras trincheiras. Foi um período violento, marcado por agressões físicas a donos de jornais, queda do gabinete Andrada e dissolução da Assembleia Constituinte convocada por D. Pedro I.

A Constituição de 1824 colabora com a afirmação da imprensa brasileira. Problemas políticos de D. Pedro I levaram os depoimentos e as brigas das tribunas para os jornais. Situação que se estendeu até o fim do reinado de D. Pedro I.

A expansão dos jornais passou a se disseminar pelo país, saindo do centro do poder. Momento em que as revoluções surgem, movimentos que contam com a participação da imprensa para ganhar volume e narrar os acontecimentos difundidos pelo território nacional, conforme descreve Seabra e Souza (2006, p. 119) “As revoltas provinciais mais importantes (Cabanagem, no Pará; Sabinada, na Bahia; e a Farroupilha, no Rio Grande do Sul) tiveram a participação de uma imprensa revolucionária.”.

O desenvolvimento industrial passa a tomar conta da imprensa nacional. O paralelo entre a abordagem dos veículos como negócios, o que contribuiu para o surgimento de famílias de detentores de veículos, atua junto com o momento político do país, dividido entre conservadorismo e liberalismo. Assim houve outro movimento na imprensa local: o advento dos escritores. Ao identificar a oportunidade, os escritores passaram a compor os jornais e encontraram espaço para difundir suas obras e seus pensamentos.

A ascensão dos militares, a partir de 1894 até 1930, provocou nova turbulência no jornalismo nacional. A censura à imprensa é imposta e, novamente, dois grandes grupos passam a ser expressos através de jornais: o *País*, tradicional e ligado à elite agroexportadora, e o *Correio da Manhã*, representante da camada média da sociedade e opositor à política “café com leite”. Os problemas políticos enfrentados pela Nação eram retratados e vividos pelo jornalismo também. A Revolução de 30, onde Getúlio Vargas e os tenentes chegaram ao poder, limita o trabalho da imprensa. Até que, em 1939 é criado o Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP. Conforme Seabra e Souza (2006, p. 127), “nesse período o

jornalismo político, mantido sob controle nas décadas anteriores, praticamente deixará de existir”.

Se no período de domínio militar os jornais brasileiros passaram por apuros, no regime de exceção, que durou de 1945 até 1964, a imprensa viveu seu melhor momento. O desenvolvimento econômico, social e cultural traz nova realidade para o jornalismo local, implantando o *lead* e aumentando a cobertura política. Até surgir, em 1951, o jornal *Última Hora*, de Samuel Wainer. Seabra e Souza (2006, p. 128) destaca a revolução causada pelo veículo de Wainer:

A ideia é simples e genial: fazer um jornal com conteúdo político em linguagem popular, com diagramação inovadora e grandes nomes do jornalismo nacional, pagos a peso de ouro, e que divulgasse sem oficialismo as realizações do governo Vargas. Dois anos antes Carlos Lacerda havia lançado a *Tribuna da Imprensa*, que fazia forte oposição ao getulismo. Esses dois jornais representaram durante um período da história do Brasil o que havia de melhor e de pior no jornalismo político brasileiro.

O surgimento do *Última Hora* e do *Tribuna da Imprensa* faz com que os outros jornais brasileiros obriguem a se reformular. Tudo para poder competir com o novo formato do veículo. É nesse período, também, que surgem grandes nomes da crônica política brasileira, como Heráclio Assis de Salles e Carlos Cartello Branco, conhecido como Castelinho, tido como o maior repórter político brasileiro de todos os tempos.

A imprensa viveu nos próximos vinte anos de liberdade, onde sentenciou o suicídio de Getúlio, o período JK, o surgimento de Brasília, governo Jânio Quadros e João Goulart. Até o golpe militar de 1964, onde todos veículos de informação que não concordavam com o governo foram boicotados. Então foi estabelecida uma forma indiscriminada de censura, definida pelo AI-5, estabelecido em 1968. A censura prévia à imprensa e espetáculos estava decretada, segundo Seabra e Souza (2006, p. 131):

O jornalismo político sofreu um duro golpe nesse período. Tornou-se proibido escrever ou falar sobre qualquer coisa que tivesse relação com aqueles que faziam oposição à ‘Revolução’. O país crescia a taxas médias de 11% ao ano e para que o milagre brasileiro fosse completo era preciso calar os adversários do regime. Jornais como a *Última Hora*, por exemplo, foram minguando até desaparecer. Outros, que souberam respeitar a nova ordem, conseguiram atravessar a procela e sobreviver.

A repressão aos jornais fez com que uma nova postura fosse adotada pelos meios: o foco na economia. Os termos técnicos passaram a compor as páginas e os conteúdos se tornaram mais financeiros. Entre as décadas de 70 e 80 o Brasil voltou

a ter abertura política, encerrando o ciclo de presidentes militares. Tudo acompanhado de perto pela imprensa, que cumpriu papel essencial no movimento.

Seabra e Souza (2006, p. 134) relatam o comprometimento do jornalismo com a oposição no período militar:

Sufocado durante anos, o jornalismo político retoma sua importância ao denunciar os equívocos da Ditadura e de seus aliados, mas também ao dar voz a uma nascente oposição. Primeiro, acompanhando os passos dos anistiados políticos que começaram a voltar ao Brasil a partir de 1979, com a aprovação da Lei da Anistia. Depois em 1984, quando milhões de pessoas tomaram as ruas das grandes cidades para pedir eleições diretas para presidente. A imprensa, inicialmente apenas alguns jornais, em especial a *Folha de S. Paulo*, mas depois praticamente toda ela, anunciou o grande movimento *Diretas Já*. Um ano depois, essa mesma imprensa assumiu disfarces a preferência por Tancredo Neves na disputa com Paulo Maluf pelos votos do Colégio Eleitoral que elegeu o primeiro presidente civil depois de 21 anos de regime militar.

A partir de 1985 o jornalismo político brasileiro passa por outros momentos importantes, com a morte de Tancredo Neves, a Assembleia Nacional Constituinte, a primeira eleição direta para presidente e o primeiro impeachment de um presidente eleito pelo voto do povo. O Plano Real, em 1994, fez os profissionais se reciclarem para acompanhar as novidades da economia. A cobertura da eleição de 2002, onde Lula foi eleito presidente, foi a mais equilibrada pela imprensa segundo Seabra e Souza (2006, p. 136):

Em quase dois séculos de história, o pleito de 2002 foi a primeira vez em que vimos uma coincidência total entre política e jornalismo. Pois, antes, se havia equilíbrio político, como em 1955, na acirrada disputa vencida por JK, havia também uma imprensa posicionada e que agia claramente em defesa de grupos.

No momento, os cidadãos tiveram acesso a um volume de informações e opiniões muito maior do que o par de notícias do governo e independentes, mas vindas de fora, que havia anteriormente.

Sebastião Breguez (2000) descreve três fases do jornalismo impresso brasileiro a partir de então, como menciona Matos (2008, p. 30):

a) a ideológica ou opinativa (1900-20); b) o estilo informativo e a tendência dos manuais de jornalismo (1920-45); e c) o jornalismo interpretativo (1945-



80). Em meio à competição das rádios e televisões, a fase interpretativa foi considerada o período do jornalismo moderno, quando técnicas tradicionais de jornalismo como o *lead* clássico foram relaxadas e estilos mais pessoais começaram a aparecer. Durante os anos 50, o jornalismo brasileiro foi construído finalmente como um empreendimento comercial, apesar de a imprensa continuar a ser partidária e assim permanecer por algum tempo.

A etapa a seguir aborda e conceitua sobre o colunismo.

## 2.1 COLUNISMO

A partir do século XIX, os jornais começaram a modernizar suas publicações e incorporar novas formas, pois os veículos ligados a grupos políticos ou sociais perderam força para aqueles tidos como independentes. O contexto histórico foi o principal motivador para a transformação. A Revolução Industrial<sup>1</sup> induz o lado comercial dos jornais, onde a publicidade passa a subsidiar a sustentação do veículo, proporcionando uma liberdade política para as páginas editoriais.

Nesse momento os meios passaram a utilizar as informações e os conteúdos de maneira institucional, sendo assinados pela redação. Porém a postura criou uma nova necessidade entre os leitores: a identificação. Como as informações não tinham mais uma fonte declarada de dentro do jornal, os veículos acreditaram que era hora de aproximar determinados jornalistas com os leitores, assim surgem as colunas de opinião. Nelas eram abordados temas como moda, turfe, economia, política e esportes.

Os jornais brasileiros foram contar com a configuração muito mais tarde. No artigo *A sedução do colunismo: uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat* (2005), o jornalista Rogério Martins de Souza destaca a chegada dos avanços jornalísticos no país.

Nas palavras de Souza (2005),

A notícia em pequenas notas caracterizou por muito tempo as colunas chamadas de sociais. Seu auge foi durante a década de 1950, durante o governo de Juscelino Kubitscheck. O período de euforia desenvolvimentista,

---

<sup>1</sup> Originado na Inglaterra, o período transcorrido no século XVIII se caracterizou pelo avanço tecnológico, que criou a indústria e a produção mecanizada. O marco da revolução foi a invenção da máquina a vapor por James Watt, em 1760. A utilização de máquinas no sistema de produção viabilizou as largas escalas, acelerando o desenvolvimento dos meios de transportes para escoar as mercadorias. O período também se caracterizou pelo estabelecimento das cidades.

estimulado por slogans como *50 anos em 5!*, o estímulo às importações e a chegada das multinacionais fizeram muita gente acreditar que O Brasil se tornaria uma país desenvolvido como as grandes potências da época. Durante este período, surgem as primeiras tentativas relevantes de modernização no jornalismo brasileiro (SOUZA, 2005, p. 2).

O novo cenário do jornalismo nacional possibilita a criação de colunas nos jornais. O objetivo era ir contra à impessoalização das informações, legitimadas pelo anonimato nas redações. As colunas teriam o foco inverso, favorecendo o nome e a posição de seus titulares e colaborando com a subjetividade.

No início da caracterização no país, os acontecimentos sociais eram o destaque. Notas de festas de celebridades, assim como notícias ligadas aos representantes da alta classe preenchiam as colunas, e com o passar do tempo a postura de distribuição do conteúdo através das colunas passou a integrar outros assuntos. Como relata Souza, a política também apareceu nas colunas:

Durante a ditadura militar o colunismo social passa a politizar: o jornalista Ibrahim Sued, que possuía ligações com os setores ligados ao regime, publicava pequenas notas em sua coluna sobre o que acontecia nos bastidores do governo. Assim, enquanto a imprensa era submetida à censura prévia, o leitor ficava sabendo, ainda que a conta-gotas, do que se passava (SOUZA, 2005, p. 4).

As colunas davam ao jornalismo maior notoriedade, seja pela força das informações que ali eram publicadas ou pela exposição do profissional que produziu o conteúdo. Assim a política passou a integrar os jornais através das colunas, aumentando a notoriedade das publicações.

O principal destaque das colunas no meio jornalístico é a opção da interpretação das informações. A opção de analisar o contexto e a realidade através das informações e veiculá-las em seu nome garante o destaque da editoria. Franklin Martins, no livro *Jornalismo político* (2013), garante a dimensão das colunas políticas nos jornais.

De acordo com Martins (2013),

As colunas são os espaços mais nobres da interpretação do noticiário político. Às vezes são também espaços têm grande número de fontes e boa capacidade de análise, as colunas tornaram-se tão importantes para o leitor que a maioria dos jornais geralmente publica mais de uma. Seus formatos, estilos e embocaduras variam, mas todas elas, de alguma forma, buscam cumprir a mesma função: ancorar o noticiário, tomar a temperatura do dia e farejar possíveis desdobramentos (MARTINS, 2013, p.23).

E com a postura de interpretar os fatos políticos que os primeiros colunistas surgiram no país, sendo eles: Carlos Castelo Branco (Jornal do Brasil), Rafael de Oliveira (Correio da Manhã), Murilo Mello Filho (revista Manchete). Eles marcaram a o tempo e a categoria de colunismo pela maneira que transmitiam suas informações: em textos assinados por eles, através de sua coluna.

O artigo *Do Raio X à Página 10: uma história do colunismo político gaúcho* (2003), do jornalista Marco Antonio Franzmann Schuster, destaca o surgimento do colunismo na imprensa do Rio Grande do Sul. Wilson Müller, do Diário de Notícias, lança a coluna *E a taquigrafia não registrou* em 1957. Seu objetivo era incluir as informações que não eram publicadas da Assembleia Legislativa.

O nome é revelador da intenção de publicar o que estava fora dos anais, indo além das notas taquigráficas da Assembleia e esporádicas entrevistas, como era o costume do noticiário político. Durou um ano. Em setembro de 1959, Müller (neste intervalo, assinou matérias e artigos sobre a política gaúcha) estreou a coluna RAIOS X (em seguida mudou para RAI O X), que pode ser considerada o segundo ponto de partida do colunismo político gaúcho (SCHUSTER, 2003, p. 122).

Schuster (2003) relata que a criação da coluna tinha como objetivo informar mais do que apenas notícias, mas poder relatar um pouco do cenário político e dos bastidores da Assembleia. Mais tarde, em 1961, Jayme Keunecke lança a coluna *Ponto Morto*, no Diário de Notícias. O espaço tornou-se uma das colunas mais importantes do jornalismo político gaúcho.

A postura de incluir as colunas nos jornais do Rio Grande do Sul foi tão significativa que, na metade dos anos 60, todos os jornais gaúchos, exceto o Correio do Povo, contavam com, ao menos, um colunista político. A repercussão era tamanha que os políticos começaram a legitimar as informações e suas ações a partir do que a coluna retratava. Ter o nome publicado na coluna era uma satisfação para os governantes.

Na maioria das vezes a coluna serve como fonte de pautas para o próprio jornal. Por conter informações exclusivas, garantidas pelo jornalista titular do espaço, as colunas retratavam fatos e informações de bastidores, assuntos que seriam melhor abordados e investigados pela editoria de política na próxima edição.

A presença das colunas políticas nos jornais é tão importante porque representa um espaço que mestra os gêneros informativo, opinativo e interpretativo

no veículo. Tereza Cruvinel, no livro *Jornalismo político: teoria, história e técnicas* (2006), destaca a relevância das colunas para o jornalismo.

A nova sociedade civil, mas ciosa de seus direitos políticos, inclusive do direito à informação, criou demandas novas em relação à cobertura política. Passou a exigir não apenas mais e melhor informação mas também a informação complementar qualificada para a formação de sua própria opinião, sob a forma de análise, interpretação ou opinião pública autorizada (CRUVINEL, 2006, p. 213).

No Rio Grande do Sul uma coluna mexeu com o contexto político local. Foi o espaço assinado por Hilário Honório do jornal Folha da Tarde. A coluna, de nome Folha em Tópicos, era de posse do jornalista Adil Borges Fortes, que criou a assinatura fictícia para preservar sua identidade. Schuster (2006) observa a repercussão da coluna no cenário político.

Foram 22 anos de um espaço de críticas às ideias trabalhistas e da esquerda e em defesa do regime militar. Pouco tempo depois do início, a coluna passou a ter no cabeçalho a imagem de um cão, irônica referência ao governador Leonel Brizola (1959-1962) que anunciara ter “perdigueiros” no jornal que lhe revelaram a verdadeira identidade de Hilário Honório (SCHUSTER, 2006, p. 124).

Assim como a coluna do jornal Folha da Tarde movimentou o cenário do jornalismo político no Rio Grande do Sul, o jornal A Última Hora também teve importância na história. O veículo foi obrigado a encerrar suas atividades por força do golpe militar. No seu lugar surgiu a Zero Hora que, em 1966, lançou suas primeiras colunas políticas, assinadas por Carlos Coelho, Jotaká e Carlos Fehlberg.

O principal espaço de comentário político da Zero Hora passou a ser a coluna de Fehlberg, chamada *Show da Política*. Dois anos mais tarde do lançamento de sua coluna, Carlos Fehlberg optou por trabalhar como assessor de imprensa no governo Médici.

Schuster destaca que os próximos dois momentos do columnismo são liderados pelas mulheres e aconteceram nos anos 90.

O primeiro é Ana Mélia Lemos, que a partir de 1993 (sua coluna anterior, desde 1979, era em tópicos) analisa a política nacional, com destaque para a bancada gaúcha de deputados federais. O segundo exemplo iniciou em 1998, com Rosane de Oliveira, editora de política de Zero Hora (SCHUSTER, 2006, p. 126).

A técnica de escrita em tópicos predomina nas colunas políticas gaúchas. A característica colabora com a fácil compreensão do tema pelos leitores, que não precisam se aprofundar no assunto. O visual e a leitura rápida também são destaques do estilo.

O jornal Zero Hora é marcado pela principal coluna de política do Estado, a Página 10. Seu titular era José Barrionuevo, que registrava grande histórico de atuação no âmbito político e passagens marcantes por outros veículos do Estado, como o jornal *O Estado do Rio Grande*, desenvolvido pelo Grupo Sinos, a *Folha da Tarde* e o *Correio do Povo*, da Companhia Caldas Júnior, e das rádios Erechim e Guaíba.

A Página 10 foi a primeira coluna política do Rio Grande do Sul a ter uma página inteira só para si, o que marca a importância da característica de notas curtas e assinadas por um profissional na vida dos gaúchos. Para Schuster (2006, p. 128) o meio político se acostumou com o formato e passou a valorizá-lo: “O surgimento da Página 10 foi o reconhecimento da importância desse tipo de cobertura política no Estado. Políticos, sindicalistas, líderes comunitários e de categorias profissionais lêem as colunas políticas e para elas escrevem”.

A coluna, mais tarde, foi assumida pela jornalista, então editora de política, Rosane de Oliveira. E com ela manteve o protagonismo imposto por Barrionuevo ao espaço. Em 2014 o jornal passa por uma reformulação editorial e o espaço muda de nome, se transformando na coluna Política +, ainda sob a produção de Rosane.

Rosane conquista e consolida-se como referência jornalística política com o passar dos anos, aumentando sua exibição no jornal e através da internet. Na campanha eleitoral de 2014, objeto de estudo dessa pesquisa, o jornal Zero Hora inova ao colocar a colunista na capa, com chamada e imagem, valorizando sua posição e sua coluna. O veículo também é pioneiro na convergência de mídia, onde utiliza um sistema que, ao aproximar a câmera do telefone celular sobre a fotografia de Rosane de Oliveira na capa, com o advento de um aplicativo especializado, a imagem leva o leitor direto para um vídeo da colunista falando sobre as eleições, diretamente na tela do celular, representando a ideia de que Rosane estaria viva na capa do jornal.

### 3 GÊNEROS JORNALÍSTICOS

O termo gênero foi definido há muito tempo, ainda na Grécia antiga, por Platão. Na época, ele definiu uma classificação binária: gênero sério (epopéia e a tragédia) e gênero burlesco (comédia e sátira). Após a separação, Platão voltou a repensar as dissociações e propôs uma nova classificação, agora dividida em três elementos. Como base, o grego se fez valer da imitação para compor sua especificação. Assim, a literatura passou a se organizar entre: gênero mimético ou dramático (tragédia e comédia), gênero expositivo (ditirambo, noma, poesia, lírica) ou gênero misto, em que consistiam as duas separações antes elaboradas. Esse foi o primeiro movimento de classificação por embasamento da literatura, descrito por Jorge Lellis Bomfim Medina no artigo *Gêneros jornalísticos: repensando a questão*.

Platão se torna, no momento, o pioneiro no estudo dos gêneros. Além disso, ele também define que os textos literários narram acontecimentos, entre passado, presente e futuro. Mas, ainda assim, pode haver a mistura dos gêneros. Com o passar do tempo, outros estudiosos esmiuçaram suas teorias sobre os gêneros narrativos. Na maioria das vezes não havia consenso entre os pesquisadores. A relação de abordagem entre as classificações era uma das principais causas de discórdia. Saber se os gêneros se relacionam entre si era a grande questão. O que se define, após as explicações, é que é impossível de se desenvolver uma obra onde não haja relação entre mais de um gênero.

A especificação da literatura é muito mais ampla do que a própria área. O estudo das construções narrativas passou, a partir da metade do século XX, a integrar os demais setores que utilizam a composição de palavras. Entre eles está o jornalismo. E, falar de jornalismo envolve abordar diferentes enfoques dados ao mesmo processo: comunicação. A arte de se relacionar e trocar informações é um dos mais antigos procedimentos realizados pelo ser humano. Com o passar do tempo, as técnicas empregadas e a forma com que esse contato se realizou passou – e vem passando – por diversas modificações. Diferentes códigos, plataformas, abordagens e conduções fizeram com que as pessoas formulassem suas opiniões, referentes ao mundo e à realidade, a partir de um levantamento feito por outros.

Nesse sentido, a finalidade do desenvolvimento do discurso passa a ser objeto de estudo da área jornalística durante toda sua existência. Compreender como o profissional se comporta ao relacionar e transmitir as informações é fundamental para

compreender a origem da mensagem. Conforme Lia Seixas (2012, p. 27), deve-se analisar a origem da redação para averiguar os gêneros:

Trata-se de uma classificação de unidades discursivas – em geral, de produtos impressos -, em vez de uma análise de critérios para classificação dos gêneros. Ou seja: parte-se da finalidade para dividir unidades discursivas, em vez de partir-se das unidades discursivas, levando-se em conta as dimensões do discurso, para compreender e definir os critérios de uma divisão destas unidades.

A postura levou o francês Jacques Kayser, professor da Universidade de Paris, a desenvolver os gêneros jornalísticos na metade do século XX. A definição que divide o fazer jornalístico tem como propósito estabelecer qual a linha de condução do profissional com o conteúdo. Deixar claro ao público a maneira com que as informações foram tratadas e dispostas nos veículos faz parte dos compromissos do ramo.

Como ponto de partida, cinco protótipos do processo de produzir informação foram estabelecidos:

- informativo (relatos dos acontecimentos),
- opinativo (denúncias, críticas),
- interpretativo (mapas, relatórios),
- utilitário (moedas, preços de mercadorias), e
- diversional (informações literárias).

As composições dos gêneros, bem como suas definições, acompanharam a evolução do fazer jornalístico através da história. Pensadas por Kayser no século XX, as abordagens dos fatos relacionam a maneira como a notícia é produzida com os fatos em si, levando em consideração a utilização de técnicas que são empregadas para estruturação do conteúdo.

No Brasil há alguns estudos sobre a definição de gêneros, mas podemos citar, na linha de frente, Luiz Beltrão e José Marques de Melo como os principais estudiosos da área. Para eles, o centro do estudo das classificações está na possibilidade, ou falta de, se diferenciar informação e opinião. A relação entre o que é fundamentado em fatos, devidamente checados, ou composto por fundamentações do próprio jornalista são esquematizadas em diferentes disposições e, juntas, compõem os veículos de informação.

A avaliação de Beltrão e Melo em relação aos gêneros jornalísticos se desenvolve de maneira em que oras é paralela e oras anda em descompasso. Beltrão (1980) acredita que os textos produzidos pela imprensa brasileira podem ser divididos em três alinhamentos: jornalismo informativo, jornalismo interpretativo e jornalismo opinativo.

A base para a definição de Beltrão diz respeito às funções desempenhadas pelos conteúdos junto ao leitor. Apesar da separação classificatória entre informação e opinião com a interferência do profissional que a repassa, os três gêneros são embasados a partir do mesmo critério: o dever de informar. O mote não é exclusividade do autor, assim como todos os estudiosos do ramo jornalístico se baseiam no mesmo norte.

Porém a maneira com que Beltrão analisa as publicações faz com que Melo estude o caso e passe a propor nova divisão entre os alicerces do exercício da profissão. O autor usa-se dos propósitos de Beltrão para estabelecer uma classificação a partir da intencionalidade dos fatos que determinam as notícias. Com essa configuração, Marques de Melo defende que a análise seja feita em cima de duas vertentes: a reprodução do real e a leitura do real.

O alicerce de Marques de Melo para construir sua teoria está na linguística. Denotação e conotação são os principais pontos avaliados por ele a partir das reproduções jornalísticas. A vigência de seus itens se desenvolve a partir do saber. Saber o que está acontecendo e saber o que se pensa são os norteadores das referências do autor. Para isso ele define que o estudo sobre o fazer jornalístico deve-se ocorrer a partir da forma em que as informações acontecem (fatos), a utilização delas pelo profissional para transmitir (reprodução) e a forma em que o leitor capta a mensagem (recepção).

Para essa pesquisa utilizou-se como base apenas três dos cinco gêneros: informativo, opinativo e interpretativo. A escolha é embasada no teor do estudo, que pretende analisar a forma em que as notícias de políticas são produzidas.

### 3.1 GÊNERO INFORMATIVO

Os primórdios do jornalismo datam do século XVII, momento em que a imprensa diária se fazia valer, exclusivamente, do gênero informativo para dispor as informações. Passar a mensagem era a principal característica dos primeiros registros



noticiosos. Ao realizar a propagação das informações, os veículos da época não se preocupavam em interpretar os fatos para gerar uma melhor compreensão por parte do público. Nesse momento, o gênero informativo ganhou valor e passou a ser a primeira classificação dos conteúdos gerados pelos meios de comunicação.

Beltrão (1980, p. 14), no livro *Jornalismo Opinativo*, afirmou que informação é a sensação do real:

Ora, informação significa o conhecimento de certos dados fundamentais, de certas qualidades inerentes, de certas características essenciais, de certos aspectos pertinentes ao objeto sobre o qual se é convidado a opinar. Informação, para o homem, é a percepção do real, captada pelos sentidos e registrada em sua mente, seja pela observação direta, seja pela recepção de mensagens emitidas por outrem.

O gênero é facilmente confundido com o propósito da profissão, porém ele não é a única maneira utilizada pelos meios para organizar suas informações. Para Seixas (2012, p. 37), embora não se possa definir universalmente todas as funções da instituição jornalística, uma é inquestionável: a função de informar. Nesse propósito que o gênero baseia seus anseios. A partir do pressuposto de informar simplesmente, relevando a possibilidade de haver inclusão de opinião ou interpretação, o gênero informativo pretende deixar o leitor/espectador formar sua própria opinião a partir da recepção de fatos.

A prática é a mais comum no meio jornalístico. Ora tida como base da profissão, ora defendida por veículos que desejam garantir a integridade das informações que publicam. Seixas (2012, p. 43) defende que apesar de divididos em três objetivos, os veículos fundamentam seus conteúdos principalmente na informação.

No Brasil, são reconhecidas socialmente, pelo menos, três finalidades da instituição jornalística: mediação, informação e opinião. A finalidade da informação, indiscutível e primeira da atividade jornalística dos dias atuais, que funda os principais valores, conforma os procedimentos e demarca responsabilidades.

O gênero informativo é a forma mais clara de descrever o fazer jornalístico pois, apesar de suas composições, todos os gêneros são, de certa forma, informativos. Ao se basear no elemento mais utilizado pelos profissionais, a informação, a classificação passa a distinção de credibilidade e de veracidade em paralelo ao seu emprego. Tanto que, na aplicação da arte de comunicar, o gênero é utilizado por todos os tipos de

veículos: impressos, rádios, televisões, digitais, entre outros. O mecanismo, por si só, serve de base para as demais categorizações da produção de conteúdo. Muito mais do que analisar o que é publicado, é importante destacar a fonte originadora de informação. Pois, na maioria dos casos, os preceitos defendidos pela instituição, ou pessoa, que publicou os fatos é o principal enfoque norteador do gênero.

Sendo assim, é possível concluir que o gênero jornalístico é o grande, mas não o único norteador da área. Ele é capaz de guiar o trabalho do profissional durante todos os processos comunicacionais dos veículos, sejam eles detentores de outros gêneros ou não. A classificação é o grande mote da comunicação, expressada no dia a dia de diferentes formas, mas sempre respeitando a integridade dos fatos e das pessoas que compõem o processo.

### 3.2 GÊNERO OPINATIVO

Desde sua invenção, o jornalismo sempre dependeu muito das pessoas que o compõem. A influência do profissional sobre as informações que são publicadas é direta. Pois, o trabalho de captar as informações e distribuí-las, de maneira compreensível ao maior número de pessoas possíveis, é exclusivamente braçal e, portanto, dependente da figura humana. Sendo assim, diferentes tipos de conduções e embasamentos podem surgir.

É a partir desse processo que o jornalismo passou a contar com outro tipo de narrativa: a opinativa. Além de informar a sociedade, utilizando-se de informações verídicas e fatos devidamente comprovados, os veículos de comunicação passaram a contar com a explanação pessoal de pessoas com relevância social entre seus conteúdos.

Beltrão (1980, p. 14) afirma que o jornal deve conter opinião:

O jornal tem o dever de exercitar a opinião: ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta intenção de orientar o leitor, sem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bom-estar e da harmonia do corpo social.

O gênero opinativo passa, então, a integrar a opção de elaboração e distribuição de informações à sociedade. Além de transmitir os acontecimentos, o

jornalismo começa a imprimir opinião própria, construída pelas pessoas que desenvolvem o fazer diário da profissão, e torná-la de conhecimento público. Em outras palavras, a medida integra versões sobre fatos. Para isso é necessário que o sujeito emissor contenha conhecimento prévio e suficiente sobre o relato que será realizado.

Melo (1994, p. 77), defende que a composição do jornalismo contemporâneo não é um fenômeno monolítico.

Por mais que a instituição jornalística tenha uma orientação definida (posição ideológica ou linha política), em torno da qual pretende que as suas mensagens sejam estruturadas, subsiste sempre uma diferenciação opinativa (no sentido de atribuição de valor aos acontecimentos). As condições de produção do jornalismo atual exigem a participação de equipes numerosas, donde a impossibilidade de controle total do que se vai divulgar.

Com a transformação da comunicação como um processo industrial e mercadológico com o passar dos anos, as empresas começaram a reunir e contar com a participação de diversas pessoas no seu dia a dia. Assim, a produção passou a contar com o auxílio de diversas mãos. Mesmo que matérias sejam assinadas por apenas um profissional, no mínimo três pessoas passam a conter domínio sobre o que é publicado.

A distribuição de funções e a integração pessoal das redações transformou o fazer jornalístico em um processo distribuído em núcleos. Além de categorizar as publicações em setores que contenham o mesmo alinhamento (editorias), a produção de notícias também conta com a participação individual dos profissionais em detrimento da unificação de informações. De maneira em que a influência social e política de cada envolvido possa interferir no momento. Então, quatro núcleos emergiram: a empresa, o jornalista, o colaborador e o leitor.

Melo (1994, p. 78) separa a opinião a partir das editorias de um jornal:

A opinião da empresa, ademais de se manifestar no conjunto da orientação editorial (seleção, destaque, titulação), aparece oficialmente no *editorial*. A opinião do jornalista, entendido como profissional regularmente assalariado e pertencente aos quadros da empresa, apresenta-se sob a forma de *comentário*, *resenha*, *coluna*, *crônica*, *caricatura* e eventualmente *artigo*. A opinião do colaborador, geralmente personalidades representativas da sociedade civil que buscam os espaços jornalísticos para participar da vida política e cultural, expressa-se sob a forma de *artigos*. A opinião do leitor encontra expressão permanentemente através da *carta*”

A partir da publicação da opinião nos veículos, uma nova classificação da opinião passa a surgir no jornalismo: a opinião pública. O novo termo compreende toda composição de relatos realizada nos meios de comunicação e engloba, paralelamente, a interpretação feita pelos leitores. Como a comoção popular é momento decisiva do processo comunicacional, a relação que o receptor faz ao assimilar os fatos também deve compor o estudo dos gêneros.

Do modo em que o jornalismo é realizado atualmente, o misto entre informação e opinião se distribui entre as publicações dos veículos. Devidamente identificados ou incumbidos de fatos para legitimar suas afirmações, a visão individual ou coletiva representa parte da comunicação. A certeza é que, assim que disponível, o produto jornalístico é capaz de formar uma nova opinião: a do povo.

### 3.3 JORNALISMO INTERPRETATIVO

Os meios de comunicação podem mudar a realidade de uma sociedade, seja através da disponibilidade de informações aos cidadãos, ou emitindo opinião sobre os fatos relacionados no dia a dia. Com a tarefa de atualizar e embasar a população, o jornalismo passa a formular a opinião pública. Exatamente nesse momento que entra o terceiro gênero analisado por essa pesquisa: o gênero interpretativo.

Para Melo (1993, p. 18):

Na medida em que informa e orienta, também contribui para enriquecer o acervo de conhecimentos da coletividade. Isso se afeta por intermédio de informações que esclarecem o que está acontecendo e não é percebido claramente pelo público. Os fatos são portanto esclarecidos, explicados, detalhados. Essa função corresponde ao interpretativo.

O gênero informativo se responsabiliza pelo primeiro contato da população com a informação, fornecendo os dados básicos e necessários para que a pessoa saiba o ocorrido. Já o opinativo é o meio pessoal de transmitir o fato, formulado a partir de uma visão envolvida, ou a par, do caso. Em contrapartida, o gênero interpretativo é capaz de receber as informações, analisá-las conforme as visões e, relacionando com a realidade e com diversos outros fatos, formular uma nova informação, mais completa e de maior complexidade.

Interpretar é muito mais do que simplesmente ler os fatos e relacioná-los. Tem a ver com identificar os motivos, entender os significados, comparar e prever futuros

atos. Para isso, é necessário que a pessoa que desempenhe o papel de relacionar os ocorridos tenha passado por experiências na vida. Afinal compreender as entrelinhas é um dos principais objetivos do gênero.

Nos jornais, o interpretativo está mais presente nas grandes reportagens. Pois elas contam com maior tempo de produção e apuração das informações por parte do jornalista. Assim, é possível relacionar os fatos e os dados com ocorridos e com o entendimento das intenções das fontes e dos envolvidos. Características que são fundamentais para a boa execução da interpretação na comunicação.

Os três gêneros atuam, melhor, de maneira conjunta. Com isso o público tem a sua disposição diversas, e completas, versões da mesma informação. A união dos gêneros informativo, opinativo e interpretativo faz com que o jornalismo consiga abranger as diversas faces do processo comunicacional. Entregado ao público uma informação de qualidade, fruto de uma produção e captação de fatos de qualidade e de maneira clara, onde o receptor terá a oportunidade de formular sua posição a partir dos seus entendimentos.

## 4 ZERO HORA

O jornal Zero Hora surgiu para substituir o Última Hora, jornal de Samuel Wainer que deixou de ser produzido com o golpe militar de 1964. A primeira edição do periódico foi publicada no dia 4 de maio. A Zero Hora pertencia, inicialmente, a Ary de Carvalho. Três anos mais tarde o veículo foi vendido para a família Sirotsky, dos irmãos Maurício e Jayme.

Na oportunidade a Zero Hora passou a integrar a Rede Brasil Sul de Telecomunicações (RBS TV), que atualmente faz parte do Grupo RBS de comunicação. A jornalista Ângela Cristina Trevisan Felippi na tese *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade cultural em Zero Hora*, de 2006, ressalta o formato inicial do jornal.

Em termos de formato, Zero Hora é um tablóide, tamanho de impresso que a própria ZH ajudou a consolidar no Rio Grande do Sul como o dominante. Seguindo uma tendência do jornalismo brasileiro, iniciada nos 1980, o jornal é dividido em cadernos, que vão de diários a mensais, segmentados por público e temática, encartados num caderno principal, que ocupa aproximadamente cinquenta páginas. O corpo principal do jornal traz as editorias tradicionais dos impressos diários: opinião, política, economia, mundo, geral, esportes, que se mantém nas sete edições semanais e garantem a fidelidade a um formato mais clássico de jornalismo impresso. Os cadernos representam a inovação em termos de alcance de público. São mais de uma dezena, alguns sazonais, como as Eleições, Copa do Mundo, Expointer, vinculados a acontecimentos momentâneos, e esporadicamente surgem novos, ditados pela Redação em associação com o setor Comercial (FELIPPI, 2006, p. 19).

Com o passar dos anos a Zero Hora começou a se estabelecer dentro de todo o Rio Grande do Sul até se tornar o veículo impresso de maior abrangência dos gaúchos. Assuntos de todas as áreas de interesse social tomam conta do periódico. De temas como: política, economia, geral, cotidiano, policial, esporte, até materiais mais descontraídos, como cultura, entretenimento, agenda de eventos.

O jornal ZH, tomadas as proporções de divulgação em todo RS, passa a ingressar no meio dos veículos mais importantes do país. A cobertura dos fatos de Brasília é constante, assim como notícias que influenciam a vida dos gaúchos oriundas dos mais diversos locais do Brasil e do mundo.

Em 1969, junto com a chegada do homem à Lua, a Zero Hora lançava sua primeira edição em cores. Mesmo ano em que a edição dominical foi lançada. O ano de 1969 também marcou a consolidação do jornal no endereço físico que se encontra até os dias atuais, na Avenida Ipiranga, em Porto Alegre.

Somente em 1988 a informatização atingiu o jornal. Toda a redação passou a contar com computadores dotados de um sistema exclusivo, e na ocasião o jornal deixou de ser produzido artesanalmente. Oito anos mais tarde, em 1996, a edição e a produção do jornal passam a ser totalmente digital. Porém a versão online de Zero Hora foi possível somente em 2007 onde, através do site zerohora.com.br, passou a se produzir notícias 24h por dia durante os sete dias da semana, sem interrupções.

Felippi relata a preocupação do jornal em atingir importância nacional:

Em sua história recente, Zero Hora tem oscilado entre ser um jornal do Rio Grande do Sul e ser um jornal nacional, competindo com os principais veículos nessa mídia do País. Nos últimos quinze anos, abriu, fechou e reabriu sucursais no interior do estado, sendo que os últimos movimentos empresariais do jornal indicam uma tentativa de manter sua hegemonia regional, procurando se estabelecer como 'o jornal' do Rio Grande do Sul (FELIPPI, 2006, p. 21).

A atualização às novidades implementadas no jornalismo e as novas tecnologias acompanharam a evolução do jornal. Ao fazer 30 anos, em 1994, a Zero Hora reformula sua identidade visual e sua linha editorial. Procedimento que ocorre em seguida ao surgimento de novidades no ramo da comunicação.

A comemoração de 50 anos do jornal também foi decisiva para o futuro editorial do veículo. Novos cadernos foram criados, assim como os existentes foram reformulados, infográficos e ilustrações conquistaram mais espaço, mudança no logo, na tipografia, nas cores, na diagramação. Os conteúdos passam a ser produzidos para interagir com o digital.

O novo modelo estrutural do jornal atingiu às cartolas e às colunas. Na ocasião, as notícias de política, economia, policial e dia a dia foram alocadas em uma única seção, chamada editoria de *Notícias*. A coluna da jornalista Rosane de Oliveira também é modificada. Muda de nome, passando a se chamar *Política +*, deixando de ser exclusiva da página 10 e não sendo mais publicada nas edições dominicais.

Atualmente o veículo possui mais de 200 jornalistas e mais de 100 colunistas responsáveis pela sua produção, alocados no Rio Grande do Sul e em uma sucursal em Brasília. Ao todo o jornal compreende 17 cadernos de conteúdo.

## 5 METODOLOGIA

Para analisar as informações veiculadas pelo jornal Zero Hora, essa pesquisa utilizou a análise de conteúdo. O método contribuiu para avaliar a maneira que as informações são produzidas e a forma em que elas são dispostas no jornal, a fim de compreender o que levou os profissionais a desenvolver e publicar determinados tipos de enfoques.

A humanidade, a todo instante, produz uma infinidade de registros sobre seu tempo e seus costumes. Livros, CDs, DVDs, fotos, textos, áudios, publicações, todas disponíveis em qualquer lugar e de qualquer característica. Esses materiais, somente, são suficientes para estudar e compreender o que pensava uma sociedade caso se percam todos os seres que viveram sua época. Isso é possível através da análise de conteúdo, que avalia os materiais disponíveis através de um olhar minucioso e classificatório.

Para Heloiza Golbspan Herscovitz, estudiosa do gênero no âmbito do jornalismo, o método classifica os formatos de produção, de maneira quantitativa e qualitativa.

[...] proponho a seguinte definição de análise de conteúdo jornalística: método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas de forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. A identificação sistemática de tendências e reproduções obtém melhores resultados quando emprega ao mesmo tempo a análise quantitativa (contagem de frequências do conteúdo manifesto) e a análise qualitativa (avaliação do conteúdo latente a partir do sentido geral dos textos, do contexto onde aparece, dos meios que o veiculam e/ou dos públicos aos quais se destina) (HERSCOVITZ, 2010, p. 126).

A metodologia da análise de conteúdo é eficiente para avaliar informações em grande número, destacando palavras, frases, parágrafos, imagens e sons em classificações para compreender as interferências lógicas sobre a mensagem. Desta maneira, o mecanismo de estudo faz com que a pesquisa dilua os conteúdos gerados para melhor observá-los.



O método é recorrente nos estudos acadêmicos, pois colabora com a percepção explanatória, descritiva ou exploratória das informações. Para Herscovitz (2010), o fator de destaque na utilização da análise de conteúdo é o desvendar dos significados.

Os pesquisadores que utilizam a análise de conteúdo são como detetives em busca de pistas que desvendem os significados aparentes e/ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses ambiguidades ou ideologias presentes nos materiais examinados (HERSCOVITZ, 2010, p. 127).

O propósito dessa pesquisa ao utilizar a análise de conteúdo foi verificar qual a abordagem e qual a intenção por trás das notícias de política e da coluna da jornalista Rosane de Oliveira do jornal Zero Hora durante a última semana antes das eleições de 2014. Entre todas as esferas de poderes definidos no voto no dia: deputados, governadores, senadores e presidente, foi tratado apenas da disputa para o governo do estado do Rio Grande do Sul. Para isso, é necessário destacar que o conteúdo avaliado foi estabelecido referente ao período do dia 28 de setembro de 2014 até o dia da eleição, 05 de outubro de 2014. Previamente pensado conforme o grande volume de notícias publicado durante uma cobertura jornalística de um pleito.

Para coletar e analisar as informações publicadas pelo jornal Zero Hora, a pesquisa realizou uma revisão bibliográfica. Elemento que anda em paralelo com a análise de conteúdo. Enquanto a revisão reúne os conteúdos necessários, a metodologia da análise de conteúdo avalia e classifica os itens conforme o objetivo. É importante que uma pesquisa não seja composta unicamente por visões dos acadêmicos, compreendendo trechos de autores e estudiosos da área para contrapor as opiniões e as linhas de pensamento.

Com o propósito de classificar os conteúdos e as informações, a pesquisa cumprirá um dos papéis da análise de conteúdo. Herscovitz (2010, p. 132) destaca que “quase tudo o que medimos na análise de conteúdo jornalístico são conceitos, ou seja, elementos abstratos que representam classes de fenômenos”. Gêneros, instruções, orientações sociopolíticas, econômicas e até de raça são alguns exemplos de elementos abstratos estudados.

A técnica de análise de conteúdo utilizada foi a análise de avaliação que, para o estudioso Jorge Duarte (2005, p. 301): “tem como principal finalidade medir as atitudes do locutor em relação aos objetivos de que se fala”. Diz respeito ao olhar

crítico e minucioso sobre o as informações publicadas pelo jornal Zero Hora referente ao último mês das eleições estaduais de 2014. Como foco, foram abordadas as reportagens publicadas pelo jornal que tratam das eleições para governador e os comentários da colunista Rosane de Oliveira sobre o mesmo tema.

Os conteúdos serão classificados a partir dos gêneros, separados por:

- Gênero informativo
- Gênero opinativo
- Gênero interpretativo

A partir da definição de cada classe, observou-se a composição de informações utilizadas em cada material, com o propósito de descobrir se os fatos expostos são os mesmos, ou se o profissional envolvido na produção incluiu outro tipo de informação. O olhar estudou os conteúdos a partir dos conceitos jornalísticos, elencados entre:

- Enfoque;
- Acréscimo de informações.

Para que a pesquisa seja fundamentada, é necessário que ela tenha validade. O percentual de representação do resultado em relação ao texto é tido, na análise de conteúdo, como validade. Somente assim uma pesquisa tem condições de se desenvolver através dessa metodologia.

Herscovitz (2010, p. 136) ressalta que é necessário que a conclusão da pesquisa esteja de acordo com os conteúdos avaliados: “para afirmar que um estudo tem validade é preciso garantir que os resultados de análise não extrapolam a amostra nem foram obtidos em razão de outros fatores como erros sistemáticos ou casuais provocados por interferências de outras variáveis não controladas”.

O método de análise de conteúdo, assim como os demais meios de pesquisa, contém vantagens e desvantagens. Entre os benefícios do mecanismo está a fácil aplicação, de maneira barata e com o advento de não intervir no sentido do objeto de estudo, já que se utiliza de conteúdos devidamente publicados pela mídia somente. Enquanto isso, é importante destacar que a análise de conteúdo consome tempo e dedicação, avalia somente aquilo que está publicado, portanto, não se utiliza do que está ausente, e está sujeita à interpretações errôneas e simplistas.

Porém acredita-se que o método é o mais indicado e o mais eficaz para compor essa pesquisa, de modo que o conteúdo compilado passou pelo avaliar dos processos desenvolvidos na análise de conteúdo.

## 6 ANÁLISE

Os objetos de análise dessa pesquisa são exclusivamente os conteúdos publicados no jornal Zero Hora referentes à eleição para o governo do Rio Grande do Sul de 2014. O período compreende a última semana da corrida eleitoral, que vai do dia 28 de setembro até 05 de outubro, data do pleito em todo o país.

O foco da pesquisa são os conteúdos políticos veiculados pelo jornal. Mais especificamente dois tipos: as matérias da editoria de *Notícias* que tratam da disputa para governador e a coluna *Política +*, assinada pela jornalista Rosane de Oliveira.

Dia 28 de setembro de 2014

O primeiro dia de análise traz, na capa do jornal, uma chamada para as matérias das eleições com o seguinte enunciado: “As últimas cartadas dos candidatos”. Na linha de apoio o destaque deixa claro que a observação é feita a partir das propostas ambientais dos concorrentes. Entretanto a capa não pode ser considerada típica, pois metade da página está tomada por anúncios políticos, permitidos pela legislação. Enquanto isso a chamada principal diz respeito à reportagem especial sobre o caso do menino Bernardo Boldrini, morto seis meses antes na cidade de Três Passos, no interior gaúcho.

*Coluna Política +*

Essa edição traz outro fato fora da normalidade: a não publicação da coluna *Política +*. No seu lugar há outra coluna, a *La Urna*, espaço encabeçado pelos jornalistas Paulo Germano e Gustavo Foster que analisavam o panorama das eleições através do humor. Há apenas uma referência aos concorrentes para o governo do Estado, onde aborda a candidata Ana Amélia Lemos, do Partido Progressista. A nota fala sobre as propagandas de televisão da candidata, criticando a edição do conteúdo.

As notas da *La Urna* podem ser classificadas como do gênero opinativo, onde os profissionais responsáveis pela sua publicação colocam suas posições, através do humor, sobre candidatos e acontecimentos.

*Editoria de Notícias*

A editoria de *Notícias* traz o grande destaque da edição do jornal Zero Hora sobre os postulantes ao governo do Rio Grande do Sul. Uma reportagem de duas páginas, com o título “Na reta final ao Piratini”, o material destaca o plano dos três principais concorrentes (Ana Amélia Lemos – Partido Progressista, José Ivo Sartori – Partido do Movimento Democrático Brasileiro, e Tarso Genro – Partido dos

Trabalhadores) para a semana final das eleições. Assinada pela jornalista Kamila Almeida, a reportagem utiliza como base a última pesquisa realizada para embasar sua observação. Ela permeia entre os ocorridos dos últimos dias do pleito e sobre a opinião de analistas para construir um olhar sobre as possíveis posições dos três concorrentes para os dias finais de disputa.

Além do texto introdutório, onde estão distribuídas as afirmações de três especialistas, a reportagem traz três subdivisões para cada candidato, onde analisa as atitudes das campanhas. O conteúdo pode ser considerado interpretativo, pois a construção das informações é feita em cima de diversos fatos, além de pesquisa eleitoral, e da opinião de analistas da área.

Como a edição do jornal do dia 28 de setembro não contou com a coluna da jornalista Rosane de Oliveira, a reportagem especial das páginas 22 e 23 se encarrega de olhar para os fatos de maneira mais ampla, integrando as informações de bastidores com dados oficiais. A postura está de acordo com a característica de toda edição dominical do jornal Zero Hora, onde os conteúdos são mais elaborados e, na maioria das vezes, interpretativos em função da circulação a partir da tarde de sábado, se tornando uma publicação especial de fim de semana.

Dia 29 de setembro de 2014

### *Capa*

O jornal Zero Hora da segunda-feira antes das eleições de 2014 não traz o tema político na capa. A principal manchete diz respeito às obras destinadas a Copa do Mundo, que ocorreu no Brasil nos meses de junho e julho, mas que não foram entregues até o momento. Os outros destaques da capa são diversificados, abordando esporte, cultura, geral e até mesmo política, porém um tema que não diz respeito ao processo eleitoral.

### *Coluna Política +*

Porém a edição do dia 29 conta com a coluna *Política +*. Nela a jornalista Rosane de Oliveira traz destaques de todos os âmbitos dos cargos escolhidos pela população nas eleições. Como destaque está uma foto do candidato à presidência da república Aécio Neves (PSDB).

O principal espaço da coluna, no cabeçalho, está um texto de maior relevância da coluna. Na oportunidade, Rosane traz uma continuidade do tema abordado pela reportagem especial do próprio jornal na edição anterior. Com o título “Candidatos viram reféns de pesquisas”, o texto fala sobre a importância que cada concorrente

deposita nos resultados divulgados pelas pesquisas eleitorais. O foco da jornalista é a disputa para o governo do Rio Grande do Sul e a corrida presidencial.

No material Rosane observa a maneira em que cada candidatura interpreta os números das pesquisas, salientando que cada concorrente faz uso dos dados da maneira que lhe convém. O propósito do conteúdo é extremamente interpretativo, utilizando muito do cenário de bastidores e das influências e experiências da própria profissional para compor o texto.

Além disso, também há uma nota sobre a eleição para governador. “Venda e patrimônio” trata de uma projeção da realidade financeira do Estado para o próximo mandato. O conteúdo não demonstra fonte aparente, o que demonstra que a informação é resultado das observações e de informações com exclusividade de Rosane de Oliveira.

#### *Editoria de Notícias*

O jornal da segunda-feira é desenvolvido com uma linha diferente da edição de domingo. Se no dia anterior o veículo é prioritariamente interpretativo, a Zero Hora do primeiro dia útil da semana é informativa em sua essência. Muito por isso que o jornal de segunda não conta com nenhuma matéria sobre os candidatos a governador. Sendo assim, a coluna *Política +* é o único espaço que aborda o assunto na edição.

Dia 30 de setembro de 2014

#### *Capa*

Cinco dias antes da eleição, a disputa para o comando do Rio Grande do Sul torna-se manchete no jornal Zero Hora. Com o título “Como aumentar a receita sem elevar os impostos”, a matéria de aborda o plano de cada postulante para equilibrar as finanças do Estado.

Ao lado da manchete principal há uma chamada para o debate final dos possíveis governantes. “Último debate na corrida ao Piratini” afirma a nota, responsável por atrair os leitores para a audiência do debate que será realizado pela RBSTV, do mesmo grupo de comunicação que comanda o jornal.

#### *Coluna Política +*

Antes mesmo da matéria principal, com destaque para os concorrentes à governador, a coluna da jornalista Rosane de Oliveira trata dos bastidores da eleição. Na edição da terça-feira, porém, a coluna *Política +* não antecede o tema do debate. As notas e os destaques da coluna são, prioritariamente, voltados para a disputa presidencial. Há apenas duas citações ao candidato José Ivo Sartori (PMDB). Na

primeira Rosane salienta que o coordenador da campanha de Sartori, o vice-prefeito de Porto Alegre Sebastião Melo, tirou licença do cargo para se dedicar às eleições. Já na segunda nota a jornalista comenta sobre um candidato a deputado federal da chapa de Sartori.

Notoriamente Rosane de Oliveira abordou a corrida presidencial como principal destaque, pois, em detrimento do último debate para o governo do Estado ocorrer na noite da terça-feira, se prevê que os candidatos serão seu objetivo de análise na edição da quarta-feira.

#### *Editoria de Notícias*

Na página 12 do jornal o debate é apresentado. A matéria de meia página apresenta o evento, descrevendo quais serão os procedimentos realizados. Uma foto do cenário estampa o conteúdo, que conta com uma indicação dos temas que serão abordados. A informação destaca que estarão presentes seis candidatos, sendo eles: Ana Amélia Lemos (PP), Edison Estivalete (PRTB), José Ivo Sartori (PMDB), Roberto Robaina (PSOL), Tarso Genro (PT) e Vieira da Cunha (PDT). Os leitores são informados que o candidato Humberto Carvalho (PCB) não participará do debate, pois seu partido não contém representante na Câmara dos Deputados.

Duas páginas depois consta a reportagem especial da edição, onde analisa as propostas dos sete candidatos ao Piratini para as receitas do Estado. O conteúdo conta com duas páginas, onde aparecem um texto introdutório, um infográfico e um depoimento de cada candidato.

Com o título “O desafio de elevar receitas”, a matéria assinada pelo jornalista Caio Cigana descreve toda a origem das finanças gaúchas. O principal foco do conteúdo é a proposta dos candidatos em não elevar a taxa de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Quatro fontes analisam a perspectiva do cenário econômico estadual e comparam com as posturas a ser adotadas pelos concorrentes. O texto de introdução compreende quase uma página, distribuído entre as duas laudas da reportagem.

Um infográfico ocupa o centro das duas páginas. Nele está registrada a origem do dinheiro disponível para o governo do Rio Grande do Sul. Os valores das alíquotas, os setores que mais contribuíram em ICMS em 2013 e uma comparação entre os valores arrecadados no ano de 2013 e 2014 formam o infográfico. Os dados são distribuídos e representados na conjunção de textos e imagens. Os valores são os grandes enfoques, com maior destaque. A reportagem informa que os dados

pertencem ao Sindicato dos Servidores Públicos da Administração Tributária do Estado - SINDIFISCO-RS.

Para completar o depoimento de todos os candidatos sobre o tema, os postulantes foram convidados a responder duas perguntas, sendo elas: 1 – Se eleito, descarta aumento da alíquota de ICMS? e 2 – Podem fazer alguma mudança na matriz, reduzindo o imposto em alguns setores e aumentando em outros?. As respostas são de pessoais e os concorrentes estão dispostos em ordem alfabética, com uma foto para representar cada.

A edição de terça-feira também traz uma matéria sobre a rotina dos dois candidatos que estão na frente nas pesquisas: Ana Amélia Lemos (PP) e Tarso Genro (PT). A matéria tem o título “Em busca do voto fora da Capital” e está na sequência da reportagem especial sobre as finanças do Estado. Dois profissionais são responsáveis pelo material, sendo um para cada concorrente. Cleide Pereira acompanha a rotina de Ana Amélia e Kamila Almeida reporta as atividades de Tarso.

O foco é a agenda e as ações dos dois postulantes nos dias anteriores ao debate. A agenda de segunda e de terça-feira é complementada pelos coordenadores das campanhas, indicando como será a preparação dos candidatos para o evento que será transmitido pela RBS TV.

Dia 01 de outubro de 2014

### *Capa*

Na edição de quarta-feira, o grande destaque do jornal Zero Hora é o debate para o governo do Estado que ocorreu na noite anterior. Com o maior destaque na capa, a matéria traz como manchete “Debate geral, embate direto”, se tratando da postura dos candidatos Ana Amélia (PP) e Tarso Genro (PT) durante o evento.

A chamada ocupa o centro e a maior parte da capa, com uma foto onde aparecem todos os concorrentes que participaram do debate. A linha de apoio da chamada atrai os leitores para a repercussão dos enfrentamentos da transmissão. “Com participação dos candidatos ao Piratini com representação no Congresso, os líderes nas pesquisas, Tarso Genro (PT) e Ana Amélia (PP), travam confronto na RBS TV” afirmava. O conteúdo é unicamente informativo, já que deixa o leitor a par do principal fato do debate.

Os temas relacionados à política formam a capa do jornal na edição de quarta-feira. Dos sete destaques, cinco são relacionados ou ao pleito ou ao reflexo da eleição

nos demais setores da sociedade, enquanto apenas dois tratam de outros temas: um de geral e outro de cultura.

#### *Coluna Política +*

O que mais chama a atenção é a postura da jornalista Rosane de Oliveira frente sua coluna política na edição. A *Política +* não tem como principal foco o debate para governador que ocorreu no dia anterior. A disputa presidencial ocupa maior parte do espaço.

Rosane optou por falar sobre a candidata a presidente da República Dilma Roussef (PT), destaque de uma matéria de duas páginas na edição que aborda os temas de interesse da concorrente. Esse é o assunto que Rosane analisa no texto principal de sua coluna. Na página também há uma foto de outra candidata presidencial, Marina Silva (PSB).

Mas a coluna comenta, em apenas uma de suas notas, sobre a disputa pelo governo do Rio Grande do Sul. E, diferentemente dos outros dias, o conteúdo é de gênero informativo. Com o título “Resultados em quatro horas”, a nota informa como ocorrerá a apuração da eleição. O conteúdo diz:

A definição do primeiro turno da eleição para o Piratini deve ser conhecida por volta das 21h de domingo, segundo projeção do Tribunal Regional Eleitoral (TRE-RS). Os números começarão a ser divulgados após as 17h. O TRE espera que quatro horas depois os leitores já saibam quais são os candidatos que disputarão o segundo turno, se ele ocorrer. Já a contagem dos votos para presidente começa às 18h, devido ao fuso horário do Acre.

As características da nota confirmam que o teor dela é informativo, inclusive informando a fonte. A não abordagem do debate na coluna deixa a abertura para a matéria principal, abrindo possibilidade para o material ser mais interpretativo.

O jornal de quarta-feira também conta com a coluna *La Urna*, que fala de política através do humor, totalmente opinativo. Porém o espaço não comenta sobre nenhum dos candidatos ao governo do Estado.

#### *Editoria de Notícias*

Nas páginas 18 e 19 está a matéria sobre o debate para o Piratini, 10 páginas depois da coluna da jornalista Rosane de Oliveira. A reportagem de título “Ana Amélia e Tarso travam confronto” não é assinada por nenhum jornalista. O viés do texto é totalmente interpretativo, intercalando entre os momentos de bastidores e de perguntas e respostas ao vivo.



Todos os candidatos são mencionados e analisados pela matéria, que também relata os temas de maior embate durante o diálogo. Após um texto introdutório, a matéria se divide em pequenas notas que abordam diferentes temas ocorridos na noite anterior. Duas fotos compõem o material, uma geral, onde os seis candidatos estão em seus postos do debate e posando para a imagem, a outra é de bastidor, em que Tarso Genro (PT) e Ana Amélia (PP) estão se cumprimentando, apesar de todas as divergências relatadas pela matéria.

O que mais chama a atenção o material é a presença do comentário de Rosane de Oliveira sobre o debate. Uma coluna localizada à direita da página 19 traz a opinião da colunista. “Quente do início ao fim” ressalta Rosane, que analisa as principais questões de divergência entre os concorrentes petista e progressista. O enfoque do comentário pode ser caracterizado como interpretativo, já que a jornalista traz mais dados para contextualizar as informações ditas pelos políticos no debate.

Rosane também relaciona o confronto com outros já realizados em eleições anteriores, deixando evidentes as preferências eleitorais dos gaúchos em relação aos temas de maior delicadeza.

Nas duas páginas seguintes a eleição para o Piratini é abordada novamente. Desta vez o foco são os vices de cada candidato. A reportagem de duas páginas, com o título “O que esperar de cada vice” é assinada pela jornalista Kamila Almeida, que já realizou outros conteúdos sobre as eleições nas demais edições.

O conteúdo traz um breve histórico de cada vice-candidato, com o intuito de apresentá-los aos leitores e contextualizar qual deverá ser a postura de cada político no mandato se sair vencedor. A reportagem se divide entre o enfoque informativo e o interpretativo. Ao contar a trajetória dos vices a postura é informativa, porém a jornalista analisa as informações e projeta qual deverá ser a linha de atuação dos políticos no mandato, o que se caracteriza como gênero interpretativo.

Dia 02 de outubro de 2014

### *Capa*

A edição de quinta-feira antes das eleições de 2014 do jornal Zero Hora continua a falar sobre a disputa na capa. Três notas abordam o tema sob diferentes enfoques: um informa que é o último dia de propaganda eleitoral na televisão, outro sobre a posição dos candidatos ao Piratini quanto às dívidas do Estado e o último chama para o debate final para a presidência.

A nota sobre o governo do Estado questiona “Vale fazer dívida para tocar obra?”. A manchete destaca que o governante que for eleito enfrentará dificuldades para seguir investindo em infraestrutura.

#### *Coluna Política +*

Diferentemente do dia após o debate da RBS TV para governador, a coluna da jornalista Rosane de Oliveira fala sobre os candidatos na edição de quinta-feira. O texto principal, com o título “Rescaldos do último debate”, é uma análise mais aprofundada e totalmente interpretativa do evento. Como o jornal da quarta-feira foi finalizado poucos minutos após o término do debate, a jornalista não teve muito tempo para avaliar o confronto dos candidatos. Por isso na quinta-feira o tema voltou à tona na coluna. A análise de Rosane é mais contextualizada e detalhada, conferindo as informações ditas pelos concorrentes e a postura de cada candidatura em relação aos números das pesquisas e das atitudes dos demais políticos no confronto.

Rosane de Oliveira também observa os programas do horário eleitoral para compor sua análise, deixando claro qual a estratégia de cada candidato para os momentos finais da eleição.

A coluna também fala sobre um dos postulantes em outra nota. Desta vez o destaque é o candidato José Ivo Sartori (PMDB). A jornalista ressalta a agenda corrida do político nos últimos dias de campanha, embasada na opinião do coordenador da candidatura e nos dados da última pesquisa de opinião. “A maratona de Sartori” é o título do material.

#### *Editoria de Notícias*

O jornal Zero Hora da quinta-feira traz dois conteúdos sobre a corrida dos governantes ao Piratini. A primeira matéria analisa os votos dos últimos anos. Com o título “O voto dos gaúchos ao longo dos anos”, a matéria de uma página destaca a preferência partidária do povo do Rio Grande do Sul nas disputas. Um mapa informativo salienta qual partido teve maior presença em cada região. O enfoque é informativo, já que embasa as informações em cima do resultado das últimas eleições, intercalando os dados com a opinião de uma especialista.

Duas páginas depois está a matéria que foi abordada na capa da edição. Novamente a autora do conteúdo é a jornalista Kamila Almeida. A matéria relata qual será a situação das finanças do Rio Grande do Sul nos próximos anos e contextualiza com a opinião de cada concorrente quando às soluções para tirar o Estado do vermelho. Um infográfico compreende os números e possíveis alternativas para 2015.

Também há uma pergunta para os políticos: “É favorável à política de buscar financiamentos em organismos internacionais e no BNDS para bancar obras de infraestrutura? Qual seria a alternativa?”. Os sete candidatos respondem o questionamento, com espaço igual para todos e distribuídos em ordem alfabética.

A matéria é em grande parte informativa, contendo dados cedidos pelos órgãos responsáveis para demonstrar o cenário econômico dos gaúchos e a opinião de cada candidato, de maneira proporcional.

Dia 03 de outubro de 2014

### *Capa*

Três dias antes da eleição de 2014 a capa do jornal Zero Hora é tomada pelo tema político. Das seis notas, quatro são referentes às eleições, uma de esporte e outra de cultura. A manchete principal diz respeito à escolha dos candidatos, ressaltando que a maioria dos eleitores deixou para escolher seus votos para deputado na última hora. O debate presidencial que ocorreu no dia anterior também é destaque, assim como os números da última pesquisa.

A nota que fala sobre a disputa pelo Piratini traz os dados da pesquisa no título “Tarso tem 32%, Ana Amélia 28%, Sartori sobe para 23%”. A novidade é o crescimento do candidato pemedebista José Ivo Sartori na pesquisa. Seu teor é informativo, já que apenas aponta os registros do levantamento.

### *Coluna Política +*

A pesquisa eleitoral é o principal motivo de análise da jornalista Rosane de Oliveira na sua coluna, a *Política +*. O texto de maior importância ressalta o olhar da profissional sobre os dados. “Quando indefinido às vésperas da eleição” diz o título. Rosane contextualiza o crescimento de José Ivo Sartori (PMDB), que começa a ameaçar Tarso Genro (PT) e Ana Amélia (PP).

O cenário dos números, juntamente com informações de bastidores e a opinião dos coordenadores das campanhas são os objetos de análise da jornalista. A partir dos fatos Rosane interpreta o que pode acontecer no domingo, dia da eleição. Além do texto, uma nota também reforça o olhar da colunista sobre o levantamento. “Na pesquisa espontânea, em que se pergunta ao eleitor em quem pretende votar, sem mostrar o cartão com o nome dos candidatos, Tarso, Ana Amélia e Sartori estão em situação de empate técnico” salienta Rosane.

### *Editoria de Notícias*

Na página 10 está a matéria da pesquisa para o governo do Estado. Com o título “Tarso lidera, Sartori encosta em Ana Amélia”, o conteúdo de uma página tem, em maior parte, um infográfico com os números do levantamento. No texto introdutório, que não é assinado por nenhum jornalista, há a interpretação dos dados divulgados pelo Instituto Datafolha, realizador da pesquisa.

O destaque maior está no avanço de José Ivo Sartori (PMDB) nos candidatos que dividem a preferência dos eleitores. Faltando apenas três dias para a eleição o resultado se mostra indefinido, como aponta a matéria.

Quatro páginas depois o jornal volta a abordar os três concorrentes que estão na liderança da pesquisa. A matéria “Fôlego extra para fisgar eleitores” fala sobre a agenda dos políticos na quinta-feira. Cleidi Pereira acompanhou Ana Amélia (PP), Kamila Almeida esteve responsável por José Ivo Sartori (PMDB) e Letícia Duarte por Tarso Genro (PT).

A matéria se caracteriza pelo gênero informativo, pois apenas narra os compromissos de cada candidato conforme o olhar dos repórteres, que acompanharam a rotina da candidatura.

Dia 04 de outubro de 2014

### *Capa*

Na véspera das eleições de 2014 o jornal Zero Hora traz em sua capa os números da última pesquisa para o Piratini. Os números são do Ibope e demonstram o candidato petista na frente da disputa. “Tarso 35%, Ana Amélia 27%, Sartori 20%” indica o veículo. A manchete também atrai os leitores para um guia prático das informações necessárias para a votação.

### *Coluna Política +*

O texto de abertura da coluna da jornalista Rosane de Oliveira é uma comparação entre as últimas pesquisas eleitorais divulgadas. “Novos sinais de que disputa será acirrada” é a chamada, onde fala sobre os resultados próximos entre os dois levantamentos e a indicação de segundo turno, duvidoso após o crescimento de José Ivo Sartori (PMDB).

O conteúdo é bastante interpretativo, pois a relação entre os números é feita pela própria jornalista, que divaga sobre a possível postura dos eleitores nas urnas no dia seguinte. Através das notas a colunista abordou os três principais candidatos para o Piratini.

“Caminhada com Dilma” fala sobre a estratégia de Tarso Genro (PT) para o último dia de campanha, salientando que a companhia à agenda da concorrente à presidência é a melhor opção para o político. Novamente o contexto da nota é interpretativo, assim como o texto de abertura da página.

A nota sobre a candidata Ana Amélia (PP), entretanto, apresenta outro viés: o informativo. Com o título “PP faz ‘Sábado Progressista’”, o material aborda a postura da política nos momentos finais de captação de votos, deixando claro que as informações divulgadas são de procedência do presidente estadual do partido de Ana Amélia.

O enfoque informativo também guia Rosane no que diz respeito à notícia sobre José Ivo Sartori (PMDB). “Ainda sem dinheiro” afirma a nota que trata do candidato. A fonte é divulgada novamente, se tratando do coordenador da candidatura do pemedebista.

#### *Editoria de Notícias*

Dois matérias tratam da corrida para o governo do Estado. Na página 5 o foco é a última pesquisa eleitoral realizada pelo Ibope. “Tarso lidera com 35%, Ana Amélia tem 27%” destaca o título. Repetindo a tática utilizada nas matérias de pesquisas anteriores, o jornal não assina o conteúdo com nenhum jornalista e elabora um texto interpretativo de introdução para acompanhar a imagem com os números do levantamento. Enquanto o texto é interpretativo, o infográfico é informativo, compreendendo dois gêneros na sua essência.

Na página seguinte há outra matéria com características iguais aos conteúdos publicados na semana final da disputa. A reportagem é dividida em três textos, assinado cada um por jornalistas diferentes, sobre a rotina dos candidatos no topo das pesquisas. Cleidi Pereira acompanha Ana Amélia (PP), Taís Seibt escreve sobre José Ivo Sartori (PMDB) e Letícia Duarte sobre Tarso Genro (PT).

A matéria é bastante informativa, captando um olhar sobre os compromissos do último dia de cada concorrente. Os políticos são, inclusive, ilustrados com imagens do mesmo gênero, onde estão em atos de campanha nas ruas, acompanhados dos eleitores. Em todas as imagens eles apontam ou estendem a mão para cumprimentar cidadãos. Como destaque a matéria indica quantos municípios cada candidato visitou durante toda campanha: Ana Amélia 65, Sartori 82 e Tarso 60.

Dia 05 de outubro de 2014

*Capa*

No dia das eleições de 2014 o jornal Zero Hora foi especial. A edição contou com uma vasta variedade de conteúdo referente às disputas pelo poder. A grande manchete “Das ruas às urnas” destacava que era a primeira escolha de candidatos depois dos protestos de 2013, que tomaram as ruas de todo o país ao afirmar que os políticos não representavam o povo.

Uma chamada para presidentes, uma para governadores e outra para senadores completa a capa. “Mensagem ao eleitor” é o título da nota que se refere aos postulantes do Piratini. O chamado informa que os próprios candidatos Ana Amélia (PP), José Ivo Sartori (PMDB) e Tarso Genro (PT) escreveram uma carta para os leitores.

A capa também informa que a edição conta com um caderno especial, chamado *Jornal da Eleição*, onde estarão todas as matérias de enfoque eleitoral. A capa da seção sobre a eleição aborda os confrontos diretos que serão decididos na urna. “Três disputas, três dúvidas” afirma o título. Um mosaico de fotos compreende as imagens dos três concorrentes que estão na frente das pesquisas para três cargos diferentes: Dilma Rousseff (PT), Marina Silva (PSB) e Aécio Neves (PSDB) para a presidência; Lasier Martins (PDT), Olívio Dutra (PT) e Pedro Simon (PMDB) para o Senado; e Ana Amélia (PP), José Ivo Sartori (PMDB) e Tarso Genro (PT) para o Piratini.

O *Jornal da Eleição* conta com 24 páginas. Entre elas estão matérias sobre os concorrentes ao Estado, ao Senado e ao país, além da relação de todos os candidatos para todos os cargos, guia para a votação, além de duas colunas: *Política +*, da jornalista Rosane de Oliveira, e *La Urna*, assinada por Paulo Germano e Gustavo Foster.

#### *Coluna Política +*

Excepcionalmente nessa data a jornalista Rosane de Oliveira contou com uma coluna de duas páginas. O dia da eleição foi uma possibilidade de Rosane analisar todo o contexto dos 90 dias de campanha eleitoral até a chegada dos eleitores às urnas.

O texto principal, intitulado “Com a marca do imponderável”, observa toda a trajetória dos acontecimentos políticos que levaram os candidatos à presidência da República chegar naquele dia. Os presidenciais também nortearam a jornalista no olhar sobre os concorrentes ao Piratini. Os seis disputantes, exceto Humberto

Carvalho (PCB), foram retratados a partir da relação com seus candidatos para presidente.

“Com o aval de Dilma” diz o título da nota sobre Tarso Genro (PT), enquanto a principal concorrente, Ana Amélia (PP), é dita como “Abre-alas para Aécio”. Vieira da Cunha (PDT) altera a característica, já que Rosane informa que o candidato passou a campanha sem posicionar seu voto para à presidência, divulgando poucos momentos antes do dia decisivo.

José Ivo Sartori (PMDB) e Roberto Robaina (PSOL) seguem o mesmo jeito, colocados ao lado das suas preferências para o comando do país. “Dupla afinada” fala sobre Robaina e “Lado a lado com Marina” menciona Sartori. Edson Estivaleta (PRTB) não contou com foto para representá-lo, assim como Vieira, mas também está no padrão de relação com seu voto nacional.

A coluna *Política +* é totalmente interpretativa na data, já que Rosane de Oliveira faz um apanhado dos destaques da campanha para informar quais foram os temas de maior interesse dos eleitores e qual foi a posição dos candidatos durante à disputa. Uma coluna à direita das páginas, com o título “Deu o que falar”, elege os oito assuntos que mais necessitaram da atenção dos concorrentes. São eles: mudança, nova política, LGBT, aeroporto, Banco Central, corrupção, dívida do RS e piso do magistério. A jornalista analisa os conteúdos contextualizando a posição dos políticos com a opinião da sociedade.

#### *Editoria de Notícias*

Na edição da Zero Hora do dia das eleições a editoria de *Notícias* não trata de política, já que o jornal conta com um caderno exclusivo para o tema. O *Jornal da Eleição* tem diversas reportagens sobre as campanhas. A maior delas é também o destaque da capa. “O que sobrou do junho de 2013” analisa como os protestos que tomaram as ruas do país foram representados durante a campanha e como eles podem refletir no resultado das urnas. Duas páginas de texto introdutório são assinadas pelo jornalista Itamar Melo.

Outras duas páginas reúnem o depoimento e a história de quatro pessoas que estiveram nos protestos e que, de alguma maneira ou outra, mudaram sua opinião quanto à política para as eleições. Cada personagem está representado com uma imagem conceito e texto. O conteúdo pode ser caracterizado como pertencente ao gênero interpretativo, já que avalia os acontecimentos passados com a posição das pessoas no momento da eleição.

Na sequência estão às cartas que os candidatos ao Piratini escreveram para seus eleitores, como mencionava a capa do jornal. Ana Amélia (PP) vem à frente, seguida por José Ivo Sartori (PMDB), Tarso Genro (PT) e uma página dividida entre os outros quatro concorrentes de menor expressividade nas pesquisas. Os escritos dos políticos são transcritos à risca, contendo uma foto da carta original para comprovar a veracidade. As matérias são informativas, já que o jornal apenas compartilhou a opinião dos políticos.

Também há uma reportagem sobre as eleições governamentais de todos os estados do país. O conteúdo assinado por Guilherme Mazui avalia os partidos dos concorrentes em todos os 23 locais. Um infográfico representa quem são os políticos de cada estado e quais siglas defendem. Novamente o gênero é informativo.

Depois o destaque são os candidatos ao Senado e à presidência. Duas páginas para os possíveis senadores e quatro páginas para falar de todos os postulantes ao comando do país. Mais quatro páginas formam a relação de todos os candidatos das eleições, de todos os cargos, com nome completo, nome de urna, número e partido. Acompanhado de um guia da votação, explicando todos os procedimentos e às informações necessárias para que os cidadãos possam ir às urnas.

A última página do caderno traz a coluna de humor *La Urna*. Desta vez dois concorrentes ao Piratini são citados: Vieira da Cunha (PDT) e Edson Estivaleta (PRTB). Como de costume a coluna é assinada por Paulo Germano e Gustavo Foster, que emitem suas opiniões sobre os políticos e os fatos mais marcantes da campanha política.



## 7 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar os conteúdos de política do jornal Zero Hora. Devido ao momento de inconstâncias e incertezas da comunicação, os meios de comunicação tradicionais, baseados em lógicas de mercado, estão precisando se reformular e/ou se adaptar aos novos desafios para seguirem vivos. Os jornais não são diferentes disso.

A internet toma, cada dia mais, conta da vida das pessoas e interage com a vida de todos nós. Os relacionamentos são virtuais, os trabalhos se modificaram, as necessidades e nossos desejos também, já que o homem está vivendo cada vez mais conectado e interligando tudo o que está ao seu redor. Sendo assim, os jornais precisam adaptar-se para continuar tendo relevância na vida das pessoas.

Em um mundo onde as mudanças são constantes e é preciso atenção aos detalhes para se destacar, a maneira em que os veículos são feitos também precisou se renovar. Informar ainda é o foco principal dos veículos de comunicação, porém a propagação da possibilidade de ser canal de informação fez com que os jornais alterassem sua postura e suas convicções para interpretar os fatos e levar aos seus leitores informação de qualidade, contextualizada e integrada com os acontecimentos do mundo inteiro. Nesses cenários os gêneros informativos demonstram como os veículos tratam as informações que repassam ao seu público.

Não basta apenas deixar os leitores informados, eles querem estar por dentro dos possíveis desdobramentos de cada fato para projetar suas atitudes e suas opiniões. A postura revoluciona a evolução dos meios. Nos primórdios os jornais eram compostos de opiniões, depois se declararam neutros e defendiam as informações, atualmente agem mais como curadores do cotidiano. A causa desse processo é vasta, já que inúmeros avanços tecnológicos e humanos ocorreram nesse meio tempo.

O fato é que hoje a forma com que os assuntos mais delicados, de interesse público, porém, não tidos de muita adoração pela sociedade, precisam se tornar mais atraentes para seguir conquistando o público. Economia, política e meio ambiente são exemplos de categorias que precisam diversificar e atualizar para seguir vivos nas páginas dos jornais.

A pesquisa utilizou como foco a política para analisar a forma que um jornal aborda no seu dia a dia. É nada mais simbólico do que um processo eleitoral, onde o tema está em ebulição na vida das pessoas, para guiar a avaliação. O pleito de 2014,

onde foram escolhidos presidente, senadores, governadores e deputados foi o escolhido para compor a pesquisa. Então o jornal com maior circulação no Estado, a Zero Hora, foi o objeto de estudo durante a última semana da corrida eleitoral.

Do domingo anterior até o dia da eleição foram oito edições do jornal onde o tema político esteve mais presente em suas páginas. Era o momento final de conquista de voto por parte dos políticos e de escolha de seus representantes pelos cidadãos. Ao total foram analisadas oito capas, 20 matérias e dez colunas para compreender como o veículo tratava o tema e quais as finalidades das publicações.

Para isso é importante salientar a presença de um tipo de jornalismo presente nos jornais, principalmente na Zero Hora: o colunismo político. A utilização de um espaço destinado para análise do cenário dos poderes através de um profissional reconhecido pelo público, com presença nos bastidores políticos e por dentro das novidades do tema é de extrema importância para um jornal. Atualmente a profissional que desempenha essas funções no periódico gaúcho é Rosane de Oliveira. Jornalista com credibilidade e forte influência no meio político do Estado.

A postura do veículo quanto à presença fundamental da profissional nos temas que envolvem política fica evidente nas edições analisadas. Em muitas vezes as matérias apenas informam os leitores, como nos conteúdos das pesquisas, por exemplo, e a colunista fica responsável pela interpretação dos fatos e pela projeção dos acontecimentos da sequência. As duas páginas que a jornalista ganhou no jornal do domingo da eleição deixam claro o peso de suas posições. Rosane se encarregou de avaliar os temas de maior interesse do público e a forma com que os políticos e as campanhas os trataram nos 90 dias de disputa de votos.

Em relação à finalidade de suas publicações, percebe-se que a coluna *Política* + realiza hibridizações de gêneros nas suas edições. Constantemente há a conjunção de informação e interpretação no mesmo material, deixando claro que a profissional conta com a liberdade de posição dentro do jornal para formular suas notas conforme seu olhar. A hibridização é uma das marcas do colunismo, mas o fato a ser ressaltado é que a colunista procura não utilizar de opinião própria para abordar os fatos.

Assim como a coluna mescla os gêneros nas suas publicações, a editoria de *Notícias* do jornal também. As reportagens são diversificadas entre informativas e interpretativas. Além disso, também há a coluna *La Urna*, que pertence à editoria e é de enfoque opinativo, utilizando o humor como propósito. Desta forma o jornal Zero Hora pode ser compreendido como um veículo hibridizado, onde os leitores poderão

encontrar informações, análises de cenários, projeções das possibilidades futuras e opiniões dos jornalistas que compõem a redação.

O jornal modificou suas abordagens e sua composição para poder se manter presente na vida dos cidadãos do Rio Grande do Sul. Permanecer informando é o objetivo do veículo, porém a postura de interpretar os fatos faz com que os leitores tenham o conteúdo com exclusividade e com maior abrangência, já que a internet possibilita, na maioria das vezes, que as pessoas tomem conhecimento dos fatos antes mesmo dos jornais chegarem nas bancas e em suas casas.

Os materiais publicados pelo jornal são diversificados na origem também. As matérias de gênero informativo costumam ser publicadas sem assinatura, exceto quando se tratam da agenda de determinado candidato, onde um profissional é escalado para acompanhá-lo. Isso demonstra que o veículo está comprometido com a informação, deixando claro que confia nos fatos que foram publicados. Quando a interpretação é o método de redação, os jornalistas têm a liberdade de assinar as reportagens. Isso faz com que os leitores tomem conhecimento de quem realizou as ligações e as conexões dos temas publicados.

A valorização do colunismo político, assim como a presença de materiais interpretativo na editoria de *Notícias* mostra uma nova face do jornalismo exercido pelos jornais atualmente. O reposicionamento dos meios é o grande destaque da medida. Porém, a postura deixa um questionamento no término da pesquisa. Será que colunista Rosane de Oliveira tem influência nas reportagens e nas matérias que são publicadas pela editoria de *Notícias*? O tema não é possível de ser analisado com esta pesquisa, deixando a possibilidade de um novo estudo sobre o caso para aprofundar a observação.

Com este trabalho, esperamos ter contribuído para ampliar as reflexões sobre gêneros jornalísticos em um momento de forte hibridização no meio comunicacional. Portanto, ao realizar este estudo de caso o pesquisador também acredita ter contribuído com os debates sobre os rumos do jornalismo, em especial o impresso, bem como os desafios a que são submetidos diante das novas e diversificadas plataformas de distribuição de informação, interpretação e opinião.

## REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Sulina, ARI, 1980.

CRUVINEL, Tereza. Colunismo: análise, opinião e ética. **Seabra & Souza- Jornalismo político—teoria, história e técnicas**, Rio, Record, p. 211-234, 2006.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora**. 2006. 177 f. Tese (pós-graduação). PUCRS, Rio Grande do Sul.

HERSCOVITZ, Heloiza. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

MATOS, Carolina. **Jornalismo e política democrática no Brasil**. Publifolha, 2008.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

SCHUSTER, Marco Antonio Franzmann. Do Raio X à Página 10: uma história do colunismo político gaúcho. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 21, v. 1, p. 121-129, 2003. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3220/2484>>. Acesso em: 01 de novembro de 2015.

SEABRA, Roberto; SOUZA, Vivaldo de. **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEIXAS, Lia. Gêneros jornalísticos: partindo do discurso para chegar à finalidade. **Artigo apresentado**, n. 32<sup>o</sup>, 2012.

SOUZA, Rogério Martins de. A sedução do colunismo: Uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação **Anais eletrônicos...**Rio de Janeiro: Uerj, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0690-1.pdf>> Acesso em: 02 de novembro de 2015.

## **APÊNDICE A – Dados de identificação**

- a) nome do autor: Vinícius de Lima Moresco
- b) tema e delimitação do tema: Tema - Editoria política x coluna política. Delimitação – Uma análise dos conteúdos da cobertura política do jornal Zero Hora nas eleições de 2014.
- c) tipo de projeto, curso e orientador: TCC - Monografia. Jornalismo.
- d) local: Porto Alegre
- e) ano de entrega: 2015

## **APÊNDICE B – Objetos de análise**