

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ELEIÇÕES NO RÁDIO:  
Campanha Presidencial 2010  
Rádio CBN 90,5 MHz.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

**PAULO DE BARROS RIBEIRO**

SÃO PAULO

2013

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ELEIÇÕES NO RÁDIO:  
Campanha Presidencial 2010  
Rádio CBN 90,5 MHz.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Antonio Adami.

**PAULO DE BARROS RIBEIRO**

SÃO PAULO

2013

## FICHA CATALOGRÁFICA

Ribeiro, Paulo de Barros.

Eleições no rádio: campanha presidencial 2010 – Rádio CBN 90,5 MHz / Paulo de Barros Ribeiro - 2013.

156 f. : il. +DVD.

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2013.

Área de Concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Adami.

1. Comunicação. 2. Radiojornalismo. 3. Rádio. 4. Edição.  
5. Manipulação. 6. Eleição Presidencial. I. Título. II. Adami, Antonio (orientador).

**PAULO DE BARROS RIBEIRO**

**ELEIÇÕES NO RÁDIO:  
Campanha Presidencial 2010  
Rádio CBN 90,5 MHz.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Antonio Adami.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Banca Examinadora

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Antonio Adami - Orientador  
UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Paulo César da Silva Teles  
UNICAMP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva  
UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

Dedico às duas mulheres maravilhosas cujas vozes dão sentido à minha existência:  
minha mãe Maria e minha filha Nathália.  
Aos meus irmãos Regina Maria e Hildebrando,  
por suas presenças tão essenciais na minha vida.  
E ao meu pai Álvaro, pela falta que faz.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos membros da banca de defesa Prof. Dr. Paulo César da Silva Teles e Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

Ao meu orientador Prof. Dr. Antonio Adami pelos conhecimentos em rádio e por sua participação na elaboração e realização da pesquisa.

“O universo sonoro é o âmbito no qual se produz a comunicação das sensações mais primárias, essenciais e dificilmente racionalizáveis que o ser humano é capaz de expressar e perceber.” (RODRÍGUEZ, 2006, p.16)

## RESUMO

A dissertação tem como objetivos identificar as metáforas sonoras predominantes no Jornal da CBN, e a partir do contexto político, verificar o impacto da legislação eleitoral no programa e as marcas de manipulação, eventualmente, presentes nas notícias, na apresentação e nos comentários dos analistas. O *corpus* deste trabalho é composto pela cobertura da última semana do segundo turno da eleição presidencial 2010 feita pelo Jornal da CBN, apresentado, na época, por Heródoto Barbeiro (de segunda à sexta-feira, das 6 horas às 9h30). O período de análise compreende os dias 25 a 30 de outubro de 2010. Trata-se de um estudo qualitativo, que tem como base a metodologia de análise de conteúdo.

**Palavras-chave:** Comunicação; Radiojornalismo; Rádio; Edição; Manipulação; Eleição Presidencial.



## **ABSTRACT**

The dissertation has the objective to identify the sound metaphors, predominant at the Journal of CBN, and from the politic context, to verify the impact of the electoral legislation in the program and the marks of manipulation, eventually, presents in the News, in the presentation and in the commentaries of the analysts. The corpus of this work is composed by the coverage of the last week of the second round of presidential elections in 2010 done by the Journal of CBN, presented, on that time, by Heródoto Barbeiro (from Monday to Friday, from 6 a.m. to 9:30 a.m.). The period of analysis dates from October, 25th to 30th, 2010. It is a qualitative study, which is based in the methodology of the Analysis of the Content.

**Keywords:** Communication, Radio journalism; Radio; Edition; Manipulation; Presidential Election.

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Unidades de texto (UT): Roteiros.....	54
Tabela 2 - Unidades de registro (UR).....	56

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 O RÁDIO COMO MEIO DE EXPRESSÃO .....</b>	<b>16</b>
1.1 A experiência acusmática .....	17
1.2 A linguagem radiofônica .....	18
1.3 A expressão oral.....	19
1.4 A música .....	20
1.5 Os efeitos sonoros do rádio .....	20
1.6 O silêncio .....	21
1.7 Os gêneros radiofônicos .....	23
1.8 A edição: a montagem radiofônica .....	24
1.9 A metáfora sonora: entonação .....	27
<b>2 RADIOJORNALISMO NO BRASIL .....</b>	<b>29</b>
2.1 Radiojornalismo profissional: O Repórter Esso .....	29
2.2 O radiojornalismo da CBN .....	32
<b>3 O DISCURSO DA CBN .....</b>	<b>36</b>
3.1 O discurso impossível.....	37
3.2 O discurso da mídia.....	37
3.3 O discurso político na CBN.....	40
<b>4 A CAMPANHA PRESIDENCIAL NO JORNAL DA CBN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Legislação Eleitoral no Brasil.....	42
4.1.1 Campanha presidencial 2006: uma retrospectiva na forma da lei .....	42
4.1.2 Campanha presidencial 2010: cenário da disputa .....	43
4.2 A última semana do segundo turno no Jornal da CBN .....	46
4.2.1 Segunda-feira, 25 de outubro de 2010 .....	46
4.2.2 Terça-feira, 26 de outubro de 2010 .....	47
4.2.3 Quarta-feira, 27 de outubro de 2010 .....	47
4.2.4 Quinta-feira, 28 de outubro de 2010.....	48
4.2.5 Sexta-feira, 29 de outubro de 2010 .....	49
4.2.6 Sábado, 30 de outubro de 2010 .....	49
<b>5 EVOLUÇÃO DA PESQUISA .....</b>	<b>51</b>
5.1 Análise do programa.....	56
5.1.1 Marcas da edição .....	56
5.1.2 Verbos introdutórios de opinião (verbos dicendi) .....	58
5.1.3 Interjeição .....	59
5.1.4 Metáfora sonora .....	60
5.1.5 Erros de montagem .....	61

<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>63</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>68</b>
<b>APÊNDICE A: UNIDADES DE TEXTO (UT) .....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXO A: Princípios editoriais das Organizações Globo .....</b>	<b>131</b>
<b>ANEXO B: Lei Eleitoral nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 .....</b>	<b>150</b>

## INTRODUÇÃO

O processo de manipulação da informação no contexto da comunicação de massa é o tema a ser estudado neste trabalho, especificamente no rádio. A forma como os conteúdos são elaborados e distribuídos na programação chamam a nossa atenção, como no caso de uma reportagem. O fato está ocorrendo em determinado ponto da cidade, e lá vai o repórter de plantão. Chega no momento em que o fato está acontecendo. O repórter faz perguntas iniciais e convida algumas pessoas para darem o seu testemunho ao vivo. Depois do furo, conversa com autoridades, determina as causas e organiza um boletim completo, enquadrando os envolvidos. Como o assunto é importante restam algumas autoridades que não estiveram presentes no local e que serão convidadas a darem explicações pelo telefone num outro momento. A intenção é sempre manter a população informada. Ao final da coleta de todas as informações a reportagem está pronta para ir ao ar.

Outra maneira de o repórter informar os ouvintes no rádio é colher as informações gravadas para depois estruturar a matéria. O processo de edição da matéria começa com um roteiro básico onde temos os textos introdutórios do repórter e as sonoras recortadas que assinarão os enunciados dados pelo repórter. O processo de reconstrução da realidade se dá com a manipulação da informação. Entretanto, a manipulação da informação pode ocorrer em outros momentos além do processo de fechamento da matéria. A partir das agências de notícias, da redação dos textos e da pauta onde se discrimina o que deve ser colhido em campo. Para a notícia chegar à condição de 'noticiável' ela precisa descartar a realidade ampla e buscar o específico. A partir do momento em que o produtor tem em suas mãos o áudio original desvinculado de sua fonte sonora é possível recortar e dispô-lo da maneira que a emissora achar melhor.

Nesse sentido, empreendemos este estudo que tem por objetivo geral analisar a cobertura jornalística no segundo turno da campanha presidencial 2010 no Jornal da CBN, a partir da legislação eleitoral vigente, identificando marcas que expressem orientações político-ideológicas e como se fundamentam e se mostram as manipulações articuladas pelo discurso jornalístico, alinhavadas pela política editorial do grupo Globo de Comunicação.

Assim, os objetivos específicos são:

- Analisar o tratamento dado por Heródoto Barbeiro, gerente de Jornalismo e apresentador da emissora à época, aos diferentes partidos políticos;
- Revelar como se dá a construção e a projeção das imagens dos políticos pela emissora, a partir do Jornal da CBN e para isso, foram elaboradas as metáforas sonoras no processo de transmissão ao vivo de notícias pelo âncora da emissora.
- Em última instância, a intenção deste estudo é, além de focalizar a repercussão da Lei nº. 9.504/97<sup>1</sup> e sua atualização pela Lei nº. 12.034/09, analisar a mensagem do radiojornalismo brasileiro, observando como ocorre a articulação dos dois discursos: o jornalístico e o político sobre os candidatos.

Pelo rádio, o Jornal da CBN vai ao ar de segunda a segunda, sendo apresentado, à época das eleições presidenciais 2010, por Heródoto Barbeiro<sup>2</sup> de segunda à sexta, no período das 6 horas às 9h30. Aos sábados e domingos, o programa vai ao ar das 6 horas às 9 horas, com revezamento dos âncoras. Durante o primeiro turno das eleições 2010, a duração habitual do Jornal da CBN se estendeu até às 10 horas, dando lugar, das 7 horas às 7h50, à propaganda política dos partidos. No segundo turno, as emissoras de rádio e televisão reservaram, por lei, 20 minutos diários da programação para a propaganda eleitoral, em dois horários: das 7 horas às 7h20 e das 12 horas às 12h20, de segunda a domingo. Pela Internet, por meio do site da emissora ([www.cbn.com.br](http://www.cbn.com.br)), de onde o *corpus* foi captado, o programa seguia sem intervalos das 6 horas às 9h30, ininterruptamente, perfazendo cinco dias por semana e três horas e meia diárias. Aos sábados e domingos durante o período do segundo turno, o horário do Jornal da CBN se manteve das 6 às 9 horas, com escala de revezamento de âncoras, que é padrão no rádio. Na Internet, o Jornal da CBN seguia direto, deixando de apresentar as propagandas políticas dos partidos.

---

<sup>1</sup> Lei das Eleições nº. 9.504/97 de 30 de setembro de 1997, atualizada pela de nº. 12.034/09 de 29 de setembro de 2009.

<sup>2</sup> Atualmente, o Jornal da CBN é apresentado por Milton Jung, de segunda à sexta-feira, das 6 horas às 9h30.

Ao iniciar o processo de pesquisa de bibliografia que abordasse campanhas eleitorais no rádio, qual não foi a nossa surpresa ao nos depararmos com a ausência de textos relativos a coberturas jornalísticas radiofônicas de campanhas presidenciais na área de comunicação. Os livros neste campo, em sua maioria, são de cunho teórico, tratando assuntos ora fundamentais, ora superficiais, que envolvem o meio rádio e o Jornalismo. Já os artigos científicos em periódicos, originados por pesquisas nas áreas de Comunicação, Jornalismo e Linguística, se dedicavam a temas relacionados aos meios de massa, impresso, Internet e à linguagem específica aplicada por estes, mas nenhuma publicação foi encontrada que apresentasse um estudo criterioso sobre o processo de produção da notícia radiofônica, particularmente, por ocasião da cobertura jornalística no período de propaganda eleitoral gratuita. Sendo assim, tornou-se oportuno o desenvolvimento de um trabalho acadêmico que tratasse da cobertura jornalística da campanha presidencial 2010 pelo rádio, no caso a CBN São Paulo em rede nacional, dada a sua relevância social e científica.

A pesquisa se justifica também por analisar a vigência da legislação eleitoral imposta especificamente ao rádio, a partir do Jornalismo da rádio CBN<sup>3</sup>, no recorte temporal proposto. A escolha da rádio CBN se deve ao fato de ter projeção nacional, por se tratar de uma das principais emissoras jornalísticas do mercado de comunicação brasileiro, por sua forte participação de mercado e por integrar um dos maiores conglomerados de comunicação do País – o Sistema Globo de Rádio<sup>4</sup>, que com suas 29 emissoras, na época do segundo turno das eleições presidenciais 2010, atingia a maior parte das capitais estaduais e regionais brasileiras, transmitindo também pela Internet. Outro motivo é que a rádio CBN se define pelo conceito de rádio *allnews*<sup>5</sup>, o qual permite ao apresentador ler, entrevistar e a trocar ideias ao vivo – momento em que o âncora colhe opiniões e informações de seus interlocutores especializados, da emissora ou convidados, e discorrer sobre assuntos emergentes, polêmicos, de diferentes áreas, entre elas assuntos econômicos e políticos. Por outro lado, esse modelo, por ser levado ao ar em tempo real, possibilita margem a deslizes, comentários tendenciosos ou a metáforas

---

<sup>3</sup> A Central Brasileira de Notícias (CBN) é uma rede de rádio brasileira, do Sistema Globo de Rádio.

<sup>4</sup> O Sistema Globo de Rádio é um grupo de mídia de propriedade das Organizações Globo fundado em 1944.

<sup>5</sup> “Diz-se da programação que se caracteriza essencialmente por notícias” (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p. 20).

sonoras, com potencial de indução ao voto do ouvinte-eleitor, tornando-se material rico para análise acadêmica.

Definimos o Jornal da CBN como objeto de estudo por sua projeção nacional e por ocupar o período mais disputado do dia pelo radiojornalismo brasileiro. Um detalhe que se somou à decisão de selecionar o Jornal da CBN foi o fato de o programa adotar o padrão de programação do radiojornalismo norte-americano, que se caracteriza pela renovação das notícias a cada meia hora, o que merece também uma análise aprofundada.

Ao captarmos o *corpus* bruto do programa já tínhamos algumas perguntas que gostaríamos de ver respondidas: “Qual foi o tratamento dado à informação pelo Jornal da CBN na cobertura da campanha presidencial 2010?”. A segunda pergunta consistia em saber “de que forma o Jornal da CBN construiu e/ou projetou as imagens dos candidatos?”. Aqui, verificamos como a emissora explorou temas políticos ou os omitiu, podendo vir a caracterizar em benefício deste ou daquele candidato, ou da forma como foram dispostas as ilustrações de trechos de sonoras, se beneficiou um ou outro na programação pela edição e a frequência com que se repetiu. A terceira traria à tona algo crucial para o jornalismo brasileiro em época de eleições: “Qual seria o impacto causado pela legislação eleitoral no Jornal da CBN?”. A questão da trucagem e da montagem previstas pela lei eleitoral visava garantir a isonomia entre os candidatos. Os abusos que porventura viessem a ser observados nos programas anteriores seriam objeto da Lei Eleitoral nº. 9.504/97. A quarta questão de pesquisa contemplava a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, ou seja, “o modo como foi usada a linguagem radiofônica orientou o voto do ouvinte, ampliando o sentido dos discursos?”

A partir de hipóteses, lançamos algumas suposições que responderiam aos nossos problemas de pesquisa. A primeira hipótese supunha que, em parte ou na totalidade, a informação jornalística do Jornal da CBN teria sido manipulada objetivando interesses políticos da emissora. A segunda hipótese responsabilizaria o *modus-operandi* da edição pela forma diferenciada que as imagens dos candidatos foram projetadas. A terceira hipótese suscitaria que a orientação ao voto do ouvinte se daria pelas vozes da emissora. A quarta hipótese responderia que o impacto da legislação eleitoral sobre a programação do Jornal da CBN durante a campanha



presidencial 2010 foi significativo, com a legislação eleitoral, neste caso, cumprindo o seu papel delimitador da atividade radiofônica no período do segundo turno da propaganda eleitoral gratuita.

Como fundamentação teórica do estudo utilizamos as contribuições de Ortriwano (1985), especialmente a obra “A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos”, um dos primeiros trabalhos da autora, num momento em que não havia textos esclarecedores no Brasil; O estudo qualitativo desenvolvido por Luciano Klöckner (2008) em seu livro “O repórter Esso – A síntese radiofônica mundial que fez história”; “A dimensão sonora da linguagem audiovisual”, de Rodríguez (2006); Cebrián Herreros (2007) em “*Información Audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*”. “O pesquisador e seu outro. Bakhtin nas ciências humanas”, de Marília Amorim (2004), “Bakhtin: interdiscursividade e intertextualidade”, de José Luiz Fiorin (in: BRAIT, 2010, p.161-193); “Marxismo e filosofia da linguagem”, de Mikhail Bakhtin (2009); “O veículo, a história e a técnica”, obra abrangente de Ferrareto (2000); “A ordem do discurso de Foucault” (2011); “Dos meios às mediações”, de Martín-Barbero (2001), desvelando que a mediação radiofônica passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política; “O ouvido pensante”, Schafer (1991); “Os gêneros radiofônicos”, de Barbosa Filho (2003); “A linguagem radiofônica”, artigo do professor catalão Armand Balsebre (in: MEDITSCH, 2005, p.327-344); “Jornalismo político”, de Martins (2008) e “O discurso das mídias” de Charadeau (2009).

## 1 O RÁDIO COMO MEIO DE EXPRESSÃO

O som é composto por ondas sonoras que se propagam pelo éter. O homem percebe o som em uma faixa restrita de vibrações que vai de 16 a 20 mil hertz por segundo. Já o animal - destaque para o cachorro - possui uma percepção auditiva que excede as 20 mil vibrações por segundo. Essas vibrações sonoras são produzidas nos ambientes interno e externo para serem reconhecidas pelos ouvidos. Por outro lado, Cebrián-Herreros (2007, p.69) explica que “o som é uma sensação causada pelas vibrações materiais ou mecânicas geradas pelos corpos e que se propagam em um meio adequado mediante ondas. A percepção dos mesmos depende das peculiaridades do ouvido.” Para ele (id., 2007, p.359), as peculiaridades dos ouvidos cumprem um papel complexo, porém, decisivo na audição. “O som que o ouvinte percebe de um fato natural é omnidirecional<sup>6</sup>. O ouvinte se vê envolvido por ele.”

Entretanto, quando se trata de rádio deve-se desconsiderar a fonte natural. O que chega aos ouvidos das pessoas nada mais é que sons reelaborados transmitidos por ondas eletromagnéticas. O fenômeno da indução é a característica central da radiodifusão, que permite a recepção da mensagem, da mesma forma que permite a incorporação das características do meio na mensagem (MCLUHAN, 2007) no momento da recepção.

Ferraretto (2000) elabora um esboço, a fim de sugerir como os componentes sonoros da mensagem radiofônica podem aguçar os níveis de consciência - inconsciente e consciente - do ouvinte. O nível inconsciente reúne a emoção, que a música e o silêncio introduzem, e a visão subjetiva que os efeitos sonoros permitem. No nível consciente, a razão que o texto e a voz humana introduzem.

A música e os efeitos exploram a sugestão, criando imagens na mente do ouvinte. São auxiliados pelo tom e pela flexão da voz do locutor ou apresentador. Assim, os efeitos permitem ao público ver o que está sendo descrito e a música possibilita ao ouvinte sentir o que se transmite. Servem também para pontuar o programa. Existem ainda inserções informativas como trechos de entrevistas ou de narrações de documentos ou obras literárias (FERRARETTO, 2000, p.286).

---

<sup>6</sup> Refere-se à qualidade de um tipo de microfone que capta sons provenientes de todas as direções. A Em torno de 360 graus do objeto.

## 1.1 A experiência acusmática

Uma aula com o professor Murray Schafer (1991, p.171-172):

Ligamos o rádio. A voz do locutor anunciou: “Ei, gente, o Chefão do Molho Quente, com a revelação de um segredo! É o Pinkus Stevie em tempo de oferta (blip-blup-blip). Sim, gente! O Grande Stevie com ofertas e preços malucos novamente! Continuem conosco, estamos chamando Voceeeeê! (fanfarra).”

SCHAFER: - Esquizofônico.

Grupo: - Esquizo – o quê?

SCHAFER: - Esquizofônico. Uma palavra que inventei. Vocês sabem que *phono* refere-se a som. O prefixo grego *schizo* significa fendido, ou separado. Estava pensando sobre o interesse de Barbara na maneira como a voz ou a música podem ter origem num lugar e ser ouvida em lugares completamente diferentes, a quilômetros de distância.

“E agora, para todos os companheiros ligados na mesma onda, aqui está a canção número um do país, às 4 horas e 10 minutos: Wah Wah Wah...”

SCHAFER: - Importam-se que eu desligue? Eles se importavam, mas desliguei assim mesmo. O rádio e o telefone nem sempre existiram, é claro, e antes que houvesse esse milagre a transmissão sonora instantânea de um lugar para outro era completamente desconhecida. A voz de alguém somente chegava até o alcance do grito. Os sons estavam ligados indissolavelmente aos mecanismos que os produziam. Naquela época, cada som era original, repetido apenas em sua vizinhança imediata. Agora tudo isso se modificou. Desde a invenção dos equipamentos eletrônicos de transmissão e estocagem de sons, qualquer som natural, não importa quão pequeno seja, pode ser expedido e propagado ao redor do mundo, ou empacotado em fita ou disco, para gerações do futuro. Separamos o som da fonte que o produz. A essa dissociação é que chamo esquizofonia, e se uso, para o som, uma palavra próxima de esquizofrenia é porque quero sugerir a vocês o mesmo sentido de aberração e drama que esta palavra evoca, pois os desenvolvimentos de que estamos falando têm provocado profundos efeitos em nossas vidas (SCHAFER, 1991, ps.171-172).

O termo *esquizofonia* que Schafer (id., 1991, p.171-172) alegou ter inventado nada mais é que uma reinterpretação do termo acusmatização, sob a perspectiva psicológica. Rodriguez (2006) explica a origem clássica do termo acusmatização, à qual associamos ao rádio.

O conceito de acusmatização tem sua origem em uma técnica pedagógica utilizada por Pitágoras para tornar mais efetivos os ensinamentos que ministrava a seus discípulos. O ilustre sábio grego fez com que seus alunos o escutassem atrás de uma cortina enquanto falava, para que assim o conteúdo de seus discursos adquirisse toda a força possível ao ser desvinculado de sua própria imagem. Os discípulos que durante cinco anos escutaram as lições do mestre nessa situação foram denominados acusmáticos. Possivelmente o sábio descobriu que, muitas vezes, seus ouvintes prestavam mais atenção em sua aparência e em sua gesticulação

do que naquilo que ele tentava contar. Assim, decidiu cortar o mal pela raiz, desvinculando a narração da fonte física que a narrava. Devido a sua origem, o termo acusmático passou a ser utilizado para denominar aquilo que é ouvido sem que veja a fonte de onde provém (RODIGUEZ, 2006, p.40).

## 1.2 A linguagem radiofônica

Neste item será abordada a importância de se trazer à tona o conceito de sensorialidade, que explica a atividade sensorial presente na relação emissora/ouvinte. Ortriwano (1985) entende que

[...] o rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um 'diálogo mental' com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um (ORTRIWANO, 1985, p.80).

Esse diálogo mental se deve à forma e ao conteúdo da mensagem e à maneira como eles foram dispostos e codificados pela produção da mensagem. Para Balsebre (2005), esses fatores são decisivos para a mensagem.

Quanto mais comuns e consensuais forem as estratégias de produção de significado, de codificação e deciframento, mais eficazes serão as mensagens na comunicação emissor-receptor. Mas para isso, também é preciso integrar a forma e o conteúdo, o semântico e o estético. O semântico é tudo que diz respeito ao sentido mais direto e manifesto dos signos de uma linguagem, transmite o primeiro nível de significação sobre o que se constitui o processo comunicativo. O estético é o aspecto da linguagem que trata mais da forma da composição da mensagem e se fundamenta na relação variável e afetiva que o sujeito da percepção mantém com os objetos de percepção. A mensagem estética é portadora de um segundo nível de significação, conotativo, afetivo, carregado de valores emocionais ou sensoriais (BALSEBRE, 2005, ps.327-328).

Por outro lado, não se pode descartar o papel desempenhado pela linguagem radiofônica na produção da mensagem radiojornalística. Segundo Balsebre (2005):

[...] a linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto dos recursos técnicos/expressivos da reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes (BALSEBRE, 2005, p.329).

### 1.3 A expressão oral

A expressão oral, para Saussure (2012), é composta basicamente de dois elementos unidos e que um reclama o outro. Não é possível entender o primeiro sem o segundo, e vice-versa.

O signo linguístico une não uma coisa e uma palavra, mas um conceito e uma imagem acústica. Esta não é o som material, coisa puramente física, mas a impressão psíquica desse som, a representação que dele nos dá o testemunho de nossos sentidos; tal imagem é sensorial e, se chegamos a chamá-la "material", é somente nesse sentido, e por oposição ao outro termo da associação, o conceito, geralmente mais abstrato (SAUSSURE, 2012, p.106).

No rádio, a linguagem coloquial exige que os signos linguísticos sejam inteligíveis e de fácil entendimento. Saussure (2012) explica que quando se fala é possível perceber o caráter psíquico que as imagens acústicas reproduzem. Entretanto, a palavra também é construtora de sentido. Segundo Balsebre (2007, p.33), os fenômenos paralinguísticos<sup>7</sup> manifestados com os atos da fala são determinantes do processo comunicativo da mensagem.

Nenhum dos sistemas expressivos que constituem a linguagem radiofônica é por si mesmo fundamental para a produção de sentido. Sem embargo, porque é o instrumento habitual de expressão direta do pensamento humano e veículo de nossa socialização, a palavra é indispensável no conjunto da linguagem radiofônica. Aqueles criadores que prescindem da palavra em suas obras radiofônicas, raras vezes conseguem um êxito comunicativo [...] (SAUSSURE, 2012, p.106).

Balsebre (2005), no momento a seguir, explana sobre o uso das vogais e consoantes na construção da clareza e da sonoridade da mensagem, e de como se dá esse fenômeno.

As vogais têm o poder de colorir a voz. As consoantes projetam as vogais e dão conteúdo. Se as vogais são os sons musicais da palavra, dando forma e cor à nossa voz, as consoantes são seu significado. E na construção da mensagem, clareza e sonoridade são essenciais. O som da palavra define-se acusticamente pelo timbre, tom e intensidade e a cor da palavra é a dimensão resultante da inter-relação destes três elementos no âmbito perceptível. O som agudo excitará no ouvinte uma imagem auditiva luminosa e clara, o grave, mais obscura. A cor da palavra conota também relações espaciais (BALSEBRE, 2005, p.330).

<sup>7</sup> Estuda os códigos de entonações, inflexões e modulações da voz (HERREROS, 2007, p.361).

A palavra é indispensável na construção de sentido. A voz, como um fio condutor da mensagem, expressa não só a informação, mas emotividade, despertando sentimento no ouvinte. Essa característica da linguagem sonora adotada pelo meio rádio torna possível a proximidade com o ouvinte, tão necessária à permanência do meio. A palavra não está sozinha, pois é amparada por outros sons que lhe dão sustentação e justificam o sentido que ela dirige.

#### **1.4 A música**

A música é composta de timbres e harmonias que a estruturam. No caso do rádio ela é usada como trilha para sustentar uma emoção e permitir à palavra a conjunta expressão. A realidade da música é emotiva e dessa forma não sugere uma imagem específica, assim como não diz nada que a sugestão própria da melodia e do conjunto harmônico. Os significados que ela emite decorrem da imaginação de quem ouve. Cada um pode ver e sentir imagens e sentimentos diferentes. No rádio, essa virtude da música é dirigida com um determinado fim. Uma trilha esportiva sempre vai ser cheia de energia e até apoteótica em alguns casos. Já a trilha aplicada em programas jornalísticos cedem credibilidade sem, no entanto, deixar de oferecer a base dinâmica que induz o locutor a respeitar o ritmo da música. Balsebre (2005) finaliza:

A música radiofônica tem duas funções estéticas básicas: expressiva, quando o movimento afetivo da música cria “clima” emocional e “atmosfera” sonora, e descritiva, quando o movimento espacial que denota a música descreve uma paisagem, a cena de ação de um relato. A música é imagem no rádio. Com o ritmo e a melodia da música, denota-se movimento e cor, já a harmonia produz a profundidade espacial (figura/fundo) (BALSEBRE, 2005, pgs.332-333).

#### **1.5 Os efeitos sonoros do rádio**

Os efeitos sonoros são muito usados no rádio para mostrarem determinadas realidades sonoras, despertando imagens próprias que se fazem passar pelos sons. Esses signos, como o som de um cachorro latindo, remetem o ouvinte a uma realidade objetiva do cachorro. Porém, detalhes como gênero, raça, a cor dos pelos são, na maioria das vezes, descartados, porque o objetivo é destacar a figura do

animal melhor amigo do homem. A esses sons, Rodríguez (2006) propõe uma definição.

[...] são aqueles signos que têm sua origem em formas sonoras que, quando reconhecidas, nos remetem a um ente ou a um fenômeno concreto no universo referencial que é sua fonte de produção. São formas sonoras vinculadas fisicamente à fonte de vibrações que as produz, e nos indicam a existência ou a presença dessa fonte. É o caso de sons como: toque do telefone/, /buzina de automóvel/, /barulho do motor e do movimento de um automóvel/, /som de um instrumento musical/, /barulho do movimento do trem/, /trovão/, /som do vento/, /som da chuva/ [...] (RODRÍGUEZ, 2006, ps.243-244).

Já para Balsebre (2005) existem ainda sons que remetem a outras realidades. São efeitos sonoros que dão sentido diverso aos denotativos.

O sentido conotativo do efeito sonoro será dado pela justaposição ou superposição deste com a palavra ou a música. É nesse conjunto harmônico dos distintos sistemas expressivos da linguagem radiofônica que se constrói a especificidade significativa do meio. Por exemplo, o efeito sonoro da chuva, pode tanto informar a condição do tempo, como estimular, pela associação de ideias, que o ouvinte construa uma imagem de um ambiente subjetivo intimista, solitário. Esta associação convencional se baseia na afetividade suscitada pelo som da chuva nas pessoas com base em arquétipos universais. Assim o efeito sonoro transmite, neste momento, um movimento afetivo e tem, então, uma função expressiva (BALSEBRE, 2005, ps.333-334).

Balsebre (2005) atribui ao efeito sonoro quatro funções: “ambiental, expressiva, narrativa e ornamental”. Para o autor:

[...] a função narrativa se desenvolve quando o efeito sonoro produz o nexo entre duas cenas da narração. Por exemplo, doze badaladas representando a noite e o canto do galo e dos pássaros, o dia. Assim se produz uma mudança de tempo narrativo sem necessidade de palavras. A função ornamental é mais estética, dá harmonia ao conjunto e fortalece o envolvimento afetivo do ouvinte e sua produção de imagens auditivas (BALSEBRE, 2005, p.334).

O papel dos sons na produção radiojornalística é o de destacar a visibilidade que deles emerge, fazendo ver subjetivamente determinada realidade.

## 1.6 O silêncio

Destaca-se o uso expressivo do silêncio, que não quer dizer ausência de som. Para Balsebre (2005), o silêncio tem funções bem definidas:

[...] delimita núcleos narrativos e constrói um movimento afetivo: o silêncio é a língua de todas as fortes paixões, como o amor, o medo, a surpresa, a raiva. Quanto mais intenso for o sentimento menos palavras poderão defini-lo. O silêncio é ainda um elemento distanciador que proporciona a reflexão e contribui para o ouvinte adotar uma atitude ativa em sua interpretação da mensagem. Mas não se deve esquecer que se a atenção cessa depois de 6 a 10 segundos de duração constante de uma mesma forma sonora, sucede o mesmo quando se trata de uma forma não sonora. Ou seja, a partir de uma determinada duração o silêncio atua negativamente no processo comunicativo (BALSEBRE, 2005, p.334).

A forma como ele é tratado transcende a concepção inicial fazendo ver situações que incidem sobre a produção sonora. O silêncio é também responsável pela marcação do ritmo da voz. Para Rodríguez (2006) são:

[...] três usos fundamentais que costumam ser atribuídos ao efeito silêncio nos discursos audiovisuais. Denominaremos essas três grandes categorias como: o uso sintático, o uso naturalista e o uso dramático. [...] 1. Falamos de uso sintático quando os efeitos silêncio são utilizados para organizar e estruturar os conteúdos audiovisuais – ou seja, quando atuam simplesmente como instrumentos de separação. Esse tipo de uso é determinado por um contexto que poderíamos denominar ‘de conteúdos neutros’. Por exemplo, quando o efeito silêncio se situa no final de um texto oral que acaba de ser finalizado; depois de uma situação dramática que foi resolvida com final feliz; ao término de uma peça musical completa etc.. Após esses tipos de situação contextual, o valor expressivo acarretado pelo desencadeamento de um efeito silêncio é o de separador, indicando com muita clareza ao ouvinte que se chegou ao final de uma etapa e que, em seguida, começará algo completamente diferente, que terá muito pouca ou nenhuma relação com tudo o que aconteceu antes. 2. O uso naturalista corresponde àqueles efeitos silêncio utilizados para imitar rigorosamente os sons da realidade referencial: o som de passos desaparece /efeito silêncio/; a respiração deixa de ser ouvida /efeito silêncio/; etc.. Quando se seguem mais de três segundos de fundo sonoro de baixa intensidade após esse tipo de informação sonora, o efeito silêncio desencadeado adquire um valor essencialmente descritivo. Nesse tipo de situação contextual, os efeitos silêncio atuam expressando informações objetivas muito específicas sobre a ação narrada. Continuando com os exemplos anteriores: enquanto os passos soam, o personagem está parado (vendo uma vitrine); enquanto escutamos a respiração, o doente está vivo; se ela para, é porque o doente morreu (a doença, finalmente, o venceu); se escutamos o motor e os pneus do veículo, isso significa que o automóvel está circulando; se ambos deixam de soar, é porque o carro parou (chegou a seu destino). 3. Finalmente, chamamos de uso dramático o uso consciente do efeito silêncio por parte do narrador para expressar algum tipo de informação simbólica específica como morte, suspense, vazio, angústia etc.. Esse uso do efeito silêncio não tem uma relação direta com a relação com a reprodução objetiva da paisagem sonora da realidade referencial. Seu uso é extremamente aberto, e o tipo de carga simbólica que adquire depende ao mesmo tempo da presença de certas incongruências narrativas e do tipo de informação emocional que compõe o discurso que o precede (RODRÍGUEZ, 2006, ps.187-188).



## 1.7 Os gêneros radiofônicos

Na visão de Rabaça e Barbosa (2001) sobre o jornalismo, quanto aos seus gêneros, costuma-se classificá-lo nos seguintes grupos:

a) informativo – ênfase à notícia objetiva, à informação pura, imparcial, impessoal e direta; limita-se a narrar os fatos; b) interpretativo – embora a notícia, a informação de fatos correntes, continue sendo o ingrediente básico, verifica-se uma sensível tendência ao gênero interpretativo, em substituição à rigorosa objetividade da notícia presa aos fatos. [...] c) opinativo – representado principalmente nos editoriais e em alguns artigos, crônicas e notas. Não se deve confundir interpretação com opinião: a interpretação é constituída de elementos adicionais que tornam a informação mais explícita e contextualizada; opinião é o ponto de vista expresso, é o juízo que se faz do assunto; d) de entretenimento – representado pelas matérias recreativas (notícias, notas, crônicas ou artigos de variedades.) A função de entretenimento, no entanto, abrange os veículos jornalísticos de modo geral e está presente até mesmo nas matérias de teor preponderantemente informativo [...] (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p.405).

Quanto ao enfoque sobre os gêneros jornalísticos no meio radiofônico, pode-se observar:

No jornalismo, nem o relacionamento íntimo dos gêneros, nem as tênues fronteiras que os diferenciam impediram a criação de outros gêneros. Um exemplo é quando a notícia acaba transformando-se em reportagem. A primeira é o fato mais cru, que traz só o acontecimento em si; já a reportagem é o acontecimento ampliado e contextualizado. Claro que o processo de criação e transformação de gêneros do jornalismo não tem a agilidade da literatura, mas também acontece de uma forma lenta e progressiva (BARBOSA FILHO, 2003, ps.56-57).

Os programas radiofônicos básicos presentes na programação da Rádio CBN são os seguintes:

- Radiojornal: programa radiojornalístico com mais de uma hora de duração. Veicula entrevistas, reportagens, comentários e os demais conteúdos programados. No caso deste trabalho, o Jornal da CBN renova a programação de meia em meia hora.
- Síntese noticiosa: o nome fantasia com que ele se apresenta no ar é “Repórter CBN, as principais notícias do dia, a cada meia hora”.
- Boletins: são gravados com a participação de especialistas. Em outubro de 2010 se destacavam ‘A Voz do Cidadão’, ‘CBN AutoEsporte’, ‘Ética

nos Negócios', 'Fórmula 1', 'Mais São Paulo', 'Meio & Mensagem', 'Mundo Corporativo', 'Rádio Sucupira', 'Responsabilidade Social', 'Valor Econômico na CBN'.

- **Matéria:** pode ser editada e ao vivo, ser apresentada pelo repórter ou pelo âncora/locutor. A forma clássica da matéria radiojornalística subdivide-se em texto de abertura (cabeça) + sonora do entrevistado + texto de passagem + ilustração do entrevistado + encerramento + assinatura do repórter. Ainda necessita de uma manchete (título da matéria) e de texto de chamada com cerca de duas linhas para ser lido pelo âncora/locutor ao introduzir a matéria no ar.

### **1.8 A edição: a montagem radiofônica**

Uma característica do jornalismo radiofônico é o processo da pós-produção da notícia. A edição é mais que uma ferramenta com a finalidade de transformar as mensagens em produtos irradiáveis.

A edição é a forma de se construir de maneira mais organizada uma reportagem ou uma sequência de sonoras capazes de relatar um fato jornalístico. As edições devem ser enxutas, ricas em conteúdo e didáticas, para que o ouvinte saiba do que se está falando (BARBEIRO, 2001, p.70).

A natureza do rádio exige preparação técnica para que os conteúdos possam ser transmitidos/recebidos. O rádio se serve de mensagens de natureza simbólica ao recriar a realidade na imaginação do ouvinte. O produto radiojornalístico será publicado encerrando a parcela "ideal" do montante real assim como os princípios éticos e plásticos da emissora, e as regras naturais do meio.

A edição em rádio pode ser entendida da seguinte forma: é a transformação de uma ou várias entrevistas em uma matéria, com lead, sub lead, e apenas um ou mais trechos do(s) entrevistado(s). É a forma de contar ao ouvinte que ligou o rádio no final da tarde um fato ocorrido durante aquele dia. Como? Selecionando trechos de entrevistas feitas sobre determinado assunto e entremeando texto e a parte fundamental das respostas do(s) entrevistado(s) (PARADA, 2001, p.55).

A edição cumpre um papel bem definido, específico. Reflete a lógica de trabalho da empresa jornalística, a linha editorial adotada pela emissora, que

reproduz a visão de mundo da emissora ou de sua diretoria e tem força de convenção pré-determinada com poder regulador interno, estabelecendo, assim, modelos para a sua realidade jornalística. A edição apropria-se dos valores apurados com a reunião de pauta: a seleção e a priorização das notícias, ao desempenhar o seu papel.

Trabalhar a informação no rádio demanda habilidade proveniente da experiência oriunda do engajamento ao processo, como explica Parada, por meio de um modelo que o autor idealiza para uma cobertura jornalística em tempo real.

Imagine uma cobertura de grande porte, como a queda de um avião. Há várias frentes de trabalho numa rádio. Repórteres no local, no IML, no helicóptero e gente da redação colocando entrevistados (especialistas em aviação, vizinhos etc.) no ar. Auxiliado pelo chefe, o editor de rádio será responsável por organizar todo este material que entrou ao vivo e contar uma história só, mais curta. Escolherá as informações mais importantes, os trechos mais relevantes das entrevistas, enfim, fará a matéria que informará o ouvinte que não acompanhou a programação da rádio o dia inteiro. Essa matéria será exibida nos jornais seguintes, ou até na manhã posterior ao acidente aéreo, acrescida de novas notícias (PARADA, 2000, p.55).

O modelo acima atesta a capacidade do rádio em gerar conteúdo ao cobrir um fato ao vivo, assim como o material captado em tempo real pode ser usado para se editar matérias, posteriormente. É que “os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem”, explica Ortriwano (1985).

O aparato técnico para a transmissão é menos complexo do que o da televisão e não exige a elaboração necessária aos impressos para que a mensagem possa ser divulgada. O rádio permite trazer o mundo ao ouvinte enquanto os acontecimentos estão se desenrolando (ORTRIWANO, 1985, p.80).

O imediatismo do rádio permite ao meio cobrir no território nacional eventos jornalísticos complexos em tempo real. O gênero jornalístico interpretativo busca a real dimensão do fato. Mais que o gênero informativo ou o opinativo, o gênero jornalístico informativo situa o ouvinte dentro do fato, conforme observa Dines (1974, *apud* BARBOSA e RABAÇA, 2001, p.405):

Isso se consegue com o engrandecimento da informação a tal ponto que ela contenha os seguintes elementos: a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro.

Da mesma maneira que o imediatismo é uma qualidade que faz com que o rádio se sobressaia frente aos outros meios, outra característica, a instantaneidade, introduz o sentido contrário. Ortriwano (1985, p.80) explica:

A mensagem precisa ser recebida no momento em que é emitida. Se o ouvinte não estiver exposto ao meio naquele instante, a mensagem não o atingirá. Não é possível deixar para ouvir em condições mais adequadas. No caso da televisão, o fenômeno é o mesmo. Nesse sentido os veículos impressos levam vantagem, podendo o leitor voltar atrás para entender melhor a mensagem, guardar para ler nos momentos que para ele sejam mais adequados etc.

A natureza fugaz do veículo exige da equipe jornalística atenção sempre redobrada. As informações precisam ser apuradas com tempo, antes de serem veiculadas. Tanto ao vivo como gravada a notícia deve primar pela qualidade. Abramo (2009) codificou os padrões de manipulação da grande imprensa reunindo o que ele entende por um olhar crítico sobre o processo de edição da notícia nas mídias eletrônicas, assim como na imprensa. De qualquer forma, no caso do rádio, não bastam os critérios de objetividade e subjetividade, aludidos pelo autor em seu ensaio, serem contemplados na produção da notícia.

Apesar de as explicações parecerem satisfatórias e convincentes, ainda recorrendo sobre o processo de edição, logo se percebe que algo não foi respondido. Há ainda a possibilidade de que a sonora<sup>8</sup> e outras anotações e captações tenham perdido a sua grandeza como produto da sua realidade social ao ser transformada em algo simbólico, em matéria editada. Depois que ela perdeu o campo e ganhou a ilha de edição, pode-se ainda percebê-la como realidade? Tanta coisa poderia ser dita e não foi. Tudo que não foi dito é subproduto do que foi peneirado pelo editor na busca frenética por pérolas. Essa prática envolve todo o conteúdo veiculado pela emissora radiojornalística. O material perde do concreto para reviver como realidade abstrata.

O editor é o filtro do produto jornalístico, o responsável final pelas reportagens levadas ao ar. Ele corrige os erros detectados e avalia o tempo da reportagem, considerando a qualidade e a importância do assunto. O editor pode vetar o uso da matéria se ela não for de interesse do público-alvo da emissora ou se os fatos não estiverem bem apurados (BARBEIRO, 2001, p.70).

---

<sup>8</sup> [...] diz-se do trecho de uma entrevista gravada que é selecionado na edição de uma notícia, confirmando ou complementando o texto do repórter. (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p.690).

Por outro lado, também não se pode descartar a hipótese de que a informação sistematizada está sujeita ao jugo do sistema-padrão sobre o qual foi produzida. Ao apurar a realidade, acredita-se que os deslizos também são decorrentes do processo natural de apuração/produção/difusão da informação, que faz com que os profissionais sintam o peso de sua responsabilidade.

Conclui-se que qualquer descuido pode ser irreparável, irretratável. A informação radiofônica não descansa; é amadurecida em pleno ar, junto ao grande público. Quando se trabalha com o conceito “vivo”, todo cuidado é pouco e vale a percepção: um olho na notícia e o outro na realidade. Senão, quando se percebe, a notícia já foi dada no ar. A habilidade de resposta exigida do profissional clama por um momento de reflexão.

A opção política da emissora tem peso preponderante na edição do radiojornal. Uma voz silenciosa, que encadeia as outras vozes do discurso da rádio, dando-lhes sentido. É o arranjo escuso executado por uma equipe afinada sob o comando da batuta da emissora que pode tender à situação como à oposição, ferramenta que cria forma e sentido, e pode sugerir tendências.

### **1.9 A metáfora sonora: entonação**

Para a compreensão do termo metáfora sonora serão observados o estudo da entonação, de avaliação social, e do enunciado de Mikhail Bakhtin *apud* Dahlet (2008), que fundamenta-se no conceito de voz.

[...] o sentido de voz em Bakhtin é mais de ordem metafórica, porque não se trata concretamente de emissão vocal sonora, mas da memória semântico-social depositada na palavra. [...] Não há para Bakhtin, enunciado representável ou dotado de significado sem avaliação social que o veicule (DAHLET, 2008, p.250).

Véronique Dahlet (2008) explica como se dá o processo da entonação:

Bakhtin reorganiza então a análise da entonação em um dispositivo complexo e dinâmico: a entonação realiza-se sob a influência mútua de três atores, que são o locutor/autor, o ouvinte/leitor e o objeto do enunciado. De sua interação contínua define-se a entonação portadora da avaliação social do enunciado (DAHLET, 2008, p.251).

O leitor, o texto e o público são peças-chave a partir das quais Bakhtin *apud* Dahlet (2008) descreve o significado de entonação. Ao ler as notícias do dia, no momento da entonação do apresentador, se realiza a aproximação do âncora com o ouvinte.

[...] a entonação é lugar de memória e lugar de encontro. Lugar de memória acústica e social, pois tanto o autor quanto o leitor estão totalmente impregnados de entonações, desde a mais tenra infância, e a entonação depositada no texto constitui-se da sedimentação dessas diversas entonações, ao mesmo tempo em que reflete o grupo social ao qual pertencem (DAHLET, 2008, p.251).

E é no momento da entonação que a palavra se distancia de sua origem semântica para ingressar no universo próprio da metáfora sonora.

O raciocínio de Bakhtin é coerente: 'eu' existe só na medida em que está correlacionado ao 'tu', que está antecipado no discurso interior e é co-participante do discurso exteriorizado, falado ou escrito, pois é ele que o determina em parte, ao mesmo tempo na forma e no conteúdo. No caso do discurso exteriorizado, produz-se uma 'relação dialógica de acordo' (BAKHTIN, 1984, p.335) ou de desacordo, que, numa configuração intercorporal, deve corresponder (embora Bakhtin não especifique isso) a uma resposta/reação, passando pela voz e/ou pelo gesto, e em termos de material semiótico do psiquismo, por uma reacentuação do discurso exteriorizado pelo discurso interior, ou ainda por uma alteração da respiração. Todos esses constituintes da relação dialógica podem combinar-se de maneira variável. (DAHLET, 2008, p.253).

## 2 RADIOJORNALISMO NO BRASIL

### 2.1 Radiojornalismo profissional: O Repórter Esso

O marco inicial do radiojornalismo se deu durante a Segunda Guerra Mundial. O Repórter Esso começou no Brasil, informando numa época em que a democracia era o anseio da nação. A síntese noticiosa que fez história teve a sua primeira transmissão em 28 de agosto de 1941, permanecendo no ar até 31 de dezembro de 1968.

Sessenta emissoras retransmitiram, por cerca de 30 anos, um dos grandes sucessos da radiofonia mundial: O repórter Esso. Com notícias da United Press Associations (UPA) e a supervisão da agência de publicidade McCann-Erickson, o radiojornal da Standard Oil of New Jersey – mais tarde tipificado como síntese noticiosa – acompanhou, conforme os seus slogans brasileiros (testemunha Ocular da História e o Primeiro a Dar as Últimas), os principais fatos ocorridos no planeta durante o século XX, em especial dos anos 30 até o início dos anos 70. Milhares de edições foram ao ar em 15 países (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Estados Unidos, Honduras, Nicarágua, Panamá, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela), com repercussão em outras nações, através das ondas curtas (*short waves*) das emissoras irradiantes. Na América Latina, o noticioso chegou a reboque da Política da Boa Vizinhança (Good Neighbor Policy), demonstrando a preocupação dos Estados Unidos com a possibilidade de os países latino-americanos apoiarem o nazifascismo, durante a Segunda Guerra Mundial (KLÖCKNER, 2008, p.8).

Um dos fatores que permitiu ao Repórter Esso se consolidar no mercado radiofônico, em uma época em que o radiojornalismo brasileiro estava dando os primeiros passos, foi conseguir estabelecer as regras básicas de produção da síntese noticiosa. *O Manual Radionoticioso de La United Press en America Latina*, lançado em 1944, um ano antes do fim da Segunda Guerra Mundial, foi editado pela *United Press Associations* de Buenos Aires. O diretor geral de notícias para a América do Sul, o americano W. Winston Copeland (1944), redigiu um livreto de 41 páginas e as orientações ali contidas permitiam às afiliadas do Repórter Esso um padrão de transmissão.

O *Manual* era todo dividido em tópicos, entre eles o “Estilo das notícias de rádio” redigido por Copeland (1944), o autor faz uma distinção entre o jornalismo impresso e o de rádio.

A apresentação de notícias, tanto por rádio como na imprensa, consiste no relato de acontecimentos. Porém esta é uma das poucas semelhanças entre ambos métodos de apresentação. A partir daí, os dois seguem um curso diferente. Como soar isto? Todo editor de notícias de rádio deve-se fazer continuamente esta pergunta. [...] Poucas pessoas pronunciam em voz alta as palavras enquanto estão lendo. Reconhecem o seu significado sem necessidade de murmurá-las. O autor de rádio deve “escrever seu trabalho em voz alta”. Deve estudar como soa cada palavra e a construção de cada frase (COPELAND, 1944, p.9).

Outro tópico é o da “Clareza”, componente principal da mensagem radiofônica e está associada à natureza de urgência do jornalismo, no qual a busca constante por novidades faz com que as notícias não se repitam, ou não deveriam se repetir.

A clareza é quem sabe o fator mais essencial ao escrever notícias para o rádio. O Ouvinte deve poder compreendê-la. As notícias de rádio devem ser escritas com tal clareza, que o ouvinte as entenda escutando-as uma só vez. Não pode voltar para “ouvir de novo” uma palavra perdida, como “voltaria a lê-la” em um jornal (COPELAND, 1944, p.13).

O *Manual Radionoticioso de La United Press en America Latina* pode ser considerado um dos princípios fundadores do radiojornalismo brasileiro, dos quais destaca-se o tópico “Estilo de Redação”:

Como soar isto no ar? Esta é a prova suprema de tudo que se escreve para programas informativos do rádio, soa com referência à clareza, ao estilo de redação ou à veracidade. As frases curtas, de uma forma geral, são mais claras e fáceis de compreender. O ouvinte reconhece instantaneamente toda a frase e seu significado. Não tem que manter-se atento ao tema, enquanto o locutor divaga em uma série de dissertações, antes de manifestar o ocorrido ao sujeito da oração (COPELAND, 1944, p.15).

Outro ponto que ainda é foco de atenção do radiojornalismo é o tema “Precisão”. O *Manual* já previa a sua importância dentro do contexto da objetividade exigido pela notícia.

A precisão na redação de notícias de rádio é todavia mais essencial que em sua apresentação impressa. Uma vez que uma notícia tenha sido propalada pelas ondas, se perdeu para sempre. Uma correção. Uma correção por rádio é escutada muitas vezes por um público completamente distinto (COPELAND, 1944, p.18).

Mais à frente, “O estilo do Repórter Esso”, se apresenta uma ideia aproximada do que foi o primeiro radiojornal brasileiro e sua noção de organização que se antecipou e influenciou o jornalismo de rádio.



A informação do Repórter Esso se apresenta em toda a América Latina (e também nos Estados Unidos) no que foi qualificado de estilo de “boletim fechado”. [...] O estilo do Repórter Esso aplica uma das normas fundamentais dos informativos de rádio, baseada no estudo da natureza humana: que a maioria das pessoas não se detém muito tempo em um tema de conversação, mas pula de um tema para outro. Tampouco o ouvinte médio deseja ouvir muito sobre a mesma coisa; prefere saber o essencial de toda notícia [...] (COPELAND, 1944, ps.24-25).

No trecho a seguir, do tópico “Seleção de notícias para o Repórter Esso”, há um recorte da proposta de irradiação da primeira síntese noticiosa do rádio brasileiro.

O Repórter Esso pretende dar um resumo rápido, conciso e interessante das notícias do momento. Seus programas são de cinco minutos cada um, quatro vezes ao dia, exceto aos domingos, em que só tem dois programas de cinco minutos. Portanto, cada edição do Repórter Esso é algo assim como um pequeno “jornal no ar” (COPELAND, 1944, p.26).

Este é um registro de alguns pontos tratados no *Manual Radionoticioso de la United Press en America Latina* e que representam o que ainda hoje são as preocupações dos jornalistas que trabalham em rádio. Concluindo, a ideia de padronização do Repórter Esso e a orientação ditada pelo *Manual*, para Klöckner (2008), não eram seguidas à risca.

Embora o Manual destacasse a neutralidade e a imparcialidade, era comum os textos associarem estereótipos a pessoas e a correntes políticas. [...] O Repórter Esso se utilizava do tom oficial, de expressões do tipo “fontes bem informadas”, “porta-voz oficial” na forma passiva neutralizante e no tempo condicional, o que, para Marcondes Filho (1989, p.48), favorece o comportamento receptivo da audiência. Essa forma de transmissão noticiosa busca identificar uma imagem neutra, oficial, séria e indiscutível (cultura), tom direto, restritivo e imperativo, conferindo autoridade ao comunicado. Além disso, o uso de rótulos, adjetivos e definições de conotação negativa servem para estigmatizar determinados objetivos, constituindo-se em outra tática empregada para criar animosidade contra determinadas pessoas ou grupos políticos. [...] Algumas notícias eram interpretadas pelos produtores (redatores). Em outros casos, a forma de redigir apresentava associações e adjetivos, alguns depreciativos, que demonstravam não só o posicionamento da empresa, mas do noticiário e dos profissionais que ali trabalhavam (KLÖCKNER, 2008, ps.174-175).

Sobre a questão da neutralidade e da imparcialidade, Abramo (2009) discute:

[...] é defensável que o jornalismo, ao contrário do que muitos preconizam, deve ser não-neutro, não-imparcial e não-isento diante dos fatos da realidade. E em que momento o jornalismo deve tomar posição? Na orientação para a ação. O órgão de comunicação não apenas pode mas deve orientar seus leitores/espectadores, a sociedade, na formação da opinião, na tomada de posição e na ação concreta como seres humanos e cidadãos (ABRAMO, 2009, p.38).

Então, a questão de como é que o Repórter Esso conduzia o seu discurso merecia uma análise no campo da ética, pois as preocupações dos Estados Unidos com os problemas da América do Sul deveriam ser expressadas, na época da guerra, por meio do Repórter Esso. Não há relatos de como a informação era tratada em outros países da América do Sul. Aqui no Brasil, Klöckner (2008) esclarece que, em 1968, por ocasião do Ato Institucional nº. 5 (AI-5).

Ao recapitular os principais episódios divulgados pelo Esso em 27 anos, quatro deles se referem ao comunismo, como o banimento do Partido Comunista Brasileiro (PCB), ou aos países que, na época, eram chefiados por líderes comunistas. Fica claro, nessa segunda fase, que o alvo predileto do Repórter Esso e dos interesses norte-americanos eram os comunistas ou “vermelhos”, conforme estereótipo aplicado ao PCB pelos redatores do noticiário. O mesmo tempo, da lista das principais notícias, não consta sequer um flash sobre a inauguração de Brasília, em 21 de abril de 1960 (KLÖCKNER, 2008, p.175).

## 2.2 O radiojornalismo da CBN

A Central Brasileira de Notícias (CBN) faz parte do Sistema Globo de Rádio. Compõe uma rede de emissoras *allnews*<sup>9</sup> do Brasil, transmitindo via satélite 24 horas de jornalismo. Criada em primeiro de outubro de 1991, a CBN está presente nas principais cidades e capitais como Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília. Com mais de 200 jornalistas pelo País, “a rádio que toca notícia” (slogan da CBN) focaliza os principais assuntos nacionais e internacionais, com um estilo de programação próprio e exclusivo. A CBN é direcionada, prioritariamente, a ouvintes das classes A/B, acima de 30 anos, economicamente ativos.

A cabeça de rede da CBN das afiliadas fica em São Paulo, onde o Sistema Globo de Rádio possui duas emissoras próprias. A primeira em AM, na frequência 780 KHz. A segunda, em FM, em 90,5 MHz. Pode também ser ouvida por meio do site da emissora: [www.cbn.com.br](http://www.cbn.com.br). A programação total da CBN se dá com notícias regionais, a partir das afiliadas locais, e nacionais, do sistema de rede via satélite. Segundo Tavares (2011):

---

<sup>9</sup> Linha editorial caracterizada pelo gênero exclusivamente jornalístico de uma publicação. Expressão usada principalmente em referência a emissoras de rádio ou TV [...] que apresentam somente noticiários e outros conteúdos de caráter jornalístico (entrevistas, debates, análises etc.) em sua programação (RABAÇA, 2001, p.20).

[...] A proposta pioneira do modelo *allnews* partiu de José Roberto Marinho, vice-presidente das Organizações Globo, no final da década de 1980. Ele se propôs a criar, no Brasil, uma emissora que reunisse o melhor do mercado americano de rádio, como relatou no livro “CBN, a rádio que toca notícia” (organização de Giovanni Faria e Mariza Tavares), publicado em 2006 pela Editora Senac-Rio: “A ABC, por exemplo, funcionava como uma agência, produzindo conteúdo que era disponibilizado para uma enorme rede de afiliadas, e com poucas emissoras de sua propriedade. Seu forte era o material nacional e internacional, mas não era uma rádio voltada para a comunidade – as afiliadas é que produziam o conteúdo local. Um outro modelo completamente diferente era o da CBS, mais parecida com o perfil de conteúdo jornalístico da Rádio Globo, totalmente voltado para sua cidade. Achei mais interessante optar por um *mix*: usar o modelo da CBS, de conteúdo local e prestação de serviço, mas já acrescentando o conceito de rede, como operava a ABC – só assim ganharíamos em escala sem perder a proximidade com o ouvinte (TAVARES, 2011, p.21).

Outro ponto, que é uma característica da programação do Jornal da CBN, é o sistema em fluxo de informação. Entendendo melhor, o ordenamento dos conteúdos dos primeiros 30 minutos é similar ao da segunda meia hora, com algumas atualizações. O final da meia hora é marcado pelo Repórter CBN.

No radiojornalismo norte-americano, a partir de uma ideia de que o público renova-se a cada duas ou três horas, ocorre inclusive a repetição periódica de textos noticiosos, reportagens e entrevistas ao longo do dia (FERRARETTO, 2000, p.60).

Durante os dois turnos das eleições presidenciais de 2010, o Jornal da CBN foi transmitido das 6 às 10 horas, sendo interrompido somente quando entrava no ar a propaganda eleitoral gratuita. Já pela Internet ([www.cbn.com.br](http://www.cbn.com.br)), no primeiro turno, o programa da campanha majoritária 2010 seguia das 6 às 10 horas sem intervalos, perfazendo sete dias com quatro horas diárias. No segundo turno da campanha presidencial, na Internet, o programa retomou o horário normal das 6 às 9h30; mesmo número de dias e horas diárias do primeiro turno. Durante a semana, de segunda à sexta-feira, o Jornal da CBN foi apresentado por Heródoto Barbeiro. Aos sábados e domingos os apresentadores eram pré-determinados pela escala de revezamento.

A grade de irradiação do Jornal da CBN, na última semana do segundo turno das eleições presidenciais de 2010 contava com matérias variadas apresentadas pelo âncora do programa, reportagens e boletins variados: “Tempo e temperatura”, “Helicóptero CBN com Diego Matoso” - o mesmo profissional que apresentava o Jornal da CBN aos sábados, revezando com Heródoto Barbeiro – passando ao vivo

as informações do trânsito da cidade de São Paulo, “Momento do Esporte com Juca Kfourí”, “Mundo digital com Ethevaldo Siqueira”, “Liberdade de Expressão com Heródoto Barbeiro, Carlos Heitor Coni, Artur Xexéo e Viviane Mozel”, “A Charge do Jornal” com Heródoto Barbeiro – uma forma irônica para tratar temas relevantes, “Rádio Sucupira” – uma sátira aos políticos e à política brasileira, “Boletim da Fórmula 1”, “Responsabilidade Social”, com temas relacionados ao meio ambiente e os comentários de Miriam Leitão - o “Dia a dia da Economia”, Lúcia Hippólito - “Por dentro da Política”, Arnaldo Jabor, Gilberto Dimenstein, Max Gehringer etc..

Em meio às notícias, representantes da sociedade eram convidados a darem suas opiniões favoráveis e contrárias a este ou aquele candidato. A CBN transmitiu o “Por que vota e por que não vota” em duas edições. A primeira, ao vivo, e a segunda, editada, sendo reapresentada no final do programa. No final de cada meia hora do Jornal da CBN, Thiago Barbosa apresentava a síntese noticiosa “Repórter CBN, as principais notícias do dia, a cada meia hora”.

Com a intenção de conhecer a equipe jornalística envolvida na edição do Jornal da CBN, são apresentados alguns cargos e atribuições dos profissionais citados no “Manual de Redação CBN”, organizado por Mariza Tavares (2011), diretora executiva da rádio CBN, à época:

Repórter: apura, redige, edita e grava reportagens e entrevistas; transmite notícias ao vivo; elabora e propõe pautas.

[...] Produtor: responsável pelo agendamento das entrevistas que serão feitas pelos âncoras e também pela coordenação do programa enquanto está sendo transmitido. Ficam sob sua responsabilidade as entradas dos repórteres que estão na rua e o contato com os comentaristas. Ele deve ainda controlar o tempo e zelar para que os horários sejam cumpridos, tendo a sensibilidade para propor essa flexibilização sempre que as circunstâncias fugirem da rotina.

[...] Editor: cuida da edição do material produzido pelos repórteres e fica responsável pela avaliação do que ainda está atualizado ou deve ser substituído – por isso seu trabalho tem que ser feito com estreita parceria com a chefia de reportagem.

[...] Redator: prepara o texto do Repórter CBN com base nas informações apuradas por repórteres, ou divulgadas por entrevistados ou agências de notícias.

Âncora: apresenta programas jornalísticos com a participação de repórteres e comentaristas. Entrevista convidados, lê e comenta notícias e mensagens dos ouvintes/internautas. Participa da reunião de pauta com a produção e coordenação, avaliando notícias e temas de debates. No estúdio, pode ter o auxílio de um repórter no papel de locutor-noticiário, que vai ler notas e o Repórter CBN, além de interagir com o âncora.

[...] Chefe de reportagem: monta a pauta com os principais assuntos do dia e se encarrega de distribuí-los e acompanhar o trabalho dos repórteres. Discute o trabalho em conjunto com outras praças; atualiza a equipe do site com informações novas; monitora os acontecimentos da cidade.

[...] Coordenador de jornalismo: planeja e orienta a criação dos conteúdos jornalísticos desenvolvidos pela reportagem, redação e produção. Elabora pautas e zela pelo cumprimento da linha editorial. Planeja a logística de eventos e interage com a gerência de jornalismo.

Gerente de jornalismo: zela pela estrutura de programação; desenvolve e implementa novos projetos editoriais; administra o orçamento e os recursos humanos da redação.

Gerente executivo e diretor executivo: ambos têm como missão garantir a integridade do conteúdo editorial da rede e zelar por seu contínuo aperfeiçoamento; criar novos quadros, boletins e programas; manter o canal de ouvidoria em contato permanente com ouvintes e internautas [...] (TAVARES, 2011, ps.23-25).

Tavares (2011) explica os valores morais, éticos e editoriais da CBN, que incluem as normas que regem o comportamento dos profissionais durante as eleições:

O período de campanhas eleitorais é regulado por legislação especial (a Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997) que impõe restrições às emissoras de rádio [...] A cobertura das eleições deve ser pautada pela isenção e pelo equilíbrio editorial. Portanto, é vedado:

- Dispensar tratamento diferenciado a candidato, partido ou coligação. O espaço destinado a cada candidato será equilibrado, respeitando-se os critérios jornalísticos de interesse geral, nos quais o desempenho em pesquisas eleitorais é um dos indicadores, mas não o único.
- Durante a campanha eleitoral, fazer qualquer tipo de comentário que tenha como objetivo influenciar a opinião pública.
- Veicular material de campanha ou releases produzidos pelas equipes contratadas por partidos ou candidatos.
- Divulgar pesquisas eleitorais contratadas por entidades, políticos ou partidos envolvidos diretamente com as eleições ou qualquer outra que não seja expressamente autorizada pelo comando da redação. Neste caso, além dos dados costumeiros sobre a natureza da pesquisa, é rigorosamente indispensável dar todas as informações exigidas pela Lei Eleitoral.
- Ceder, para candidatos ou partidos, material gravado pela CBN (TAVARES, 2011, ps.30-31).

### 3 O DISCURSO DA CBN

Com o processo de mapeamento dos assuntos cobertos na segunda semana do segundo turno da campanha presidencial 2010, analisamos como se dava o discurso da CBN e as vozes responsáveis pela comunicação dos conteúdos informativos:

- Vozes da mídia (VM): os comentaristas Lúcia Hippólito e Arnaldo Jabor discutindo questões corriqueiras do dia a dia de campanha, envolvendo política e outros temas polêmicos. Heródoto Barbeiro com a crônica “A Charge do Jornal”, é uma oportunidade que a CBN criou para ironizar algumas matérias publicadas pelos periódicos de maior circulação, quebrando o rigor do noticiário. Na edição da segunda-feira, Heródoto ironizava a maneira como Lula encarava a crise internacional. Heródoto Barbeiro, além de sua função habitual como âncora do Jornal da CBN, atuava como formador de opinião.
- Vozes do jornalismo (VJ): o âncora do Jornal da CBN Heródoto Barbeiro, os repórteres da rádio e os redatores.
- Vozes da sociedade (VS): os representantes da sociedade eleitos pela emissora manifestam as suas opiniões. Expressam a mentalidade da elite cultural, intelectual, científica, sindical, jornalística, religiosa etc., prestando uma visão gabaritada sobre os candidatos, ao responder por que vota ou por que não vota nesse ou naquele candidato. As vozes da sociedade serão analisadas pela perspectiva da reedição, já que os testemunhos foram ao vivo e o âncora se limitou ao papel de introdutor das vozes. Com a reedição desvelam-se delimitadores do discurso dado pelas partes.
- As vozes dos candidatos/partidos (VC/P): a apresentação ao vivo de matérias e reportagens com os candidatos/partidos fica a cargo do âncora e dos repórteres da CBN. As citações dos presidenciáveis e dos representantes dos partidos foram introduzidas no discurso da emissora por meio de trechos recortados da sonora original. A análise verificará a quantidade de espaço reservado pela emissora aos candidatos Dilma e Serra.

### 3.1 O discurso impossível

No trecho abaixo (FOUCAULT, 2011), nos remete à ordem dos discursos onde o discurso institucional é aquele burocrático e está nas Leis que regem determinada linha de conduta:

O desejo diz: “Eu não queria ter de entrar nesta ordem arriscada do discurso; não queria ter de me haver com o que tem de categórico e decisivo; gostaria que fosse ao meu redor como uma transparência calma, profunda, indefinidamente aberta, em que os outros respondessem à minha expectativa, e de onde as verdades se elevassem, uma a uma; eu não teria senão de me deixar levar, nela e por ela, como um destroço feliz”. E a instituição responde: “Você não tem por que temer começar; estamos todos aí para lhe mostrar que o discurso está na ordem das Leis; que há muito tempo se cuida de sua aparição; que lhe foi preparado um lugar que o honra mas o desarma; e que, se lhe ocorre ter algum poder, é de nós, só de nós, que ele lhe advém” (FOUCAULT, 2011, p.7).

### 3.2 O discurso da mídia

A partir do trabalho desenvolvido por Mikhail Mikhailovich Bakhtin (AMORIM, 2004; FIORIN, 2010), propõe-se uma breve reflexão sobre o discurso da emissora. Bakhtin pensou uma Linguística que transcende a visão de língua como sistema. Com ela, outros elementos constituintes extralinguísticos devem estar presentes na análise linguística. São eles: contexto de fala, a relação do falante com o ouvinte, momento histórico, entre outros. Essa discussão também será permeada pelo estudo do papel do meio como elemento constitutivo da mediação sobre o pensamento teórico de Jesús Martín-Barbero (2009), semiólogo, antropólogo e filósofo colombiano nascido na Espanha, autor de “Dos meios às Mediações”, obra que trata as relações entre Comunicação e Cultura na América Latina.

Inicialmente, busca-se encontrar um entendimento sobre o papel da CBN como autora de enunciados em plena atividade discursiva com o outro, observando que esses enunciados formam uma relação dialógica rica. Impossível não relacioná-los com a trilha editorial pensada pela rádio, que se contrapõe ao discurso monológico o qual fala apenas o que lhe interessa, sem considerar a presença de um ou vários interlocutores. Ao ouvir a rádio CBN, constata-se no seu discurso a presença da mentalidade que está a serviço da oferta de informação centrada nos níveis exigidos de uma sociedade atualizada. O discurso da emissora é caracterizado por esse destinatário, um interlocutor que responde à demanda da

informação. Esse é o destinatário presente no enunciado do trabalho jornalístico da emissora. É em função dele que se constrói o discurso. São pessoas que, em sua maioria, contemplam um mundo que demanda cada vez mais informação.

Por sua vez, a enunciação constitui-se de significados e sentidos que são compreendidos genericamente na interação social. Vindo de alguém para outrem, toda enunciação propõe uma réplica, uma reação, já embutida na enunciação inicial. A partir do discurso de cada um, a técnica ordena as vozes no discurso da emissora, independentemente de ideologia, mas em consonância com o destinatário. “O destinatário é um momento da obra intrinsecamente necessário e não se confunde com o que se chama ‘público real’ e cujas exigências podem conscientemente ser levadas em conta na escrita do texto”, como explica Voloshinov *apud* Amorim (2004, p.114), principal colaborador de Bakhtin, a respeito da presença do destinatário no texto. Quer dizer, o destinatário não é um ente externo ao texto, é um interlocutor com quem o autor interage sem que muitas vezes se dê conta de quem é. Esse destinatário pode ser um ou mais ouvintes-padrão que são representados na criação do enunciado, da notícia. Ainda segundo Voloshinov *apud* Amorim (2004, p.115), “[...] nada é tão nefasto do que representar a fina estrutura social da criação verbal por categorias como ‘oferta e procura’ ou por analogia com as especulações conscientes de um editor”. E o sobredestinatário, que é o ente que habita o Olimpo intangível da humanidade nas pessoas. Essa instância elevada do discurso se projeta na consciência de cada um para um estágio avançado. Introjeta-se, segundo as inclinações próprias dos seres humanos.

Em busca do entendimento sobre o papel discursivo dos meios com os ouvintes, percebe-se a importância da réplica no dialogismo, elemento principal da discussão proposta por Bakhtin *apud* Fiorin (2010) na produção de enunciados e na relação dialógica. O entendimento do papel do autor é que de dentro do enunciado criado por ele já existe o embrião da resposta; e como todo discurso é ideológico, a emissora espera, objetiva ou subjetivamente, um retorno do destinatário para que a discussão continue, ao seu modo? Entende-se também, após as exposições da linguagem dialógica, que existe um terceiro destinatário que reside no nível de crenças do autor.

Por outro lado, é bom que se entenda também o papel dos meios nessas mediações discretas que faz pensar que a lei afastaria o rádio do discurso político.



Com a evolução das tecnologias e os produtos dos meios entrecortando o processo de comunicação, a cultura torna-se subsidiada pelos meios. E aí vem o rádio, propondo ritualidades por meio da gramática da ação, emoldurada pelos gêneros radiofônicos, mas que, de dentro deles, emergem elementos que se constituem do dia a dia dessas mesmas pessoas e do uso que elas fazem desses mesmos produtos midiáticos. Para Bakhtin (2009, p.31):

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e retrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. Um corpo físico vale por si próprio: não significa nada e coincide inteiramente com sua própria natureza. Neste caso, não se trata de ideologia.

Martín-Barbero (2009, p.14) esclarece que a participação dos meios nos discursos políticos assegura que “mais que substituí-la, a mediação televisiva ou radiofônica passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política”. E o autor continua: “Pois essa mediação é socialmente produtiva, e o que ela produz é a densificação das dimensões rituais e teatrais da política” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.14).

Percebe-se algo no pensamento de Martín-Barbero (2009) que ainda não foi totalmente explorado. Como se dá o processo de condicionamento da mensagem jornalística dos meios rádio e TV, meios que servem aos interesses da mentalidade neoliberal, profundamente enraizados na política dos particulares? O caráter da atividade jornalística não estaria comprometido com essa mediação? Charaudeau (2009) é taxativo. Em sua visão, acredita que a instância midiática é manipuladora e manipulada.

Para que haja manipulação é preciso alguém (ou uma instância, alguma coisa (que não é necessariamente verdadeira), para fazê-lo pensar (ou agir) num sentido que traga proveito ao primeiro; além disso, é preciso que esse outro entre no jogo sem que o perceba. Toda manipulação se acompanha então de uma enganação cuja vítima é o manipulado. Ora, não se pode dizer que as coisas acontecem exatamente assim entre as mídias e os cidadãos. Não se pode dizer que os primeiros tenham a vontade de enganar os demais, nem que estes engulam todas as informações que lhes são dadas sem nenhum espírito crítico. A coisa é bem mais sutil, e diremos, para encurtar, que as mídias manipulam de uma maneira que nem sempre é proposital, ao se automanipularem, e, muitas vezes, são elas próprias vítimas de manipulações de instâncias exteriores (CHARAUDEAU, 2009, p.252).

Por outro lado, para Abramo (2009), a manipulação tem um significado político objetivado.

Se é possível fazer jornalismo com objetividade, por que o jornalismo manipula a informação e distorce a realidade? Se é possível identificar e distinguir padrões reiterativos de manipulação, ela é fruto do erro involuntário, da causalidade excepcional ou das naturais limitações da capacidade de observação e conhecimento? Certamente, não. A conclusão a que se pode chegar, pelo menos como hipótese de trabalho, é a de que a distorção da realidade pela manipulação da informação é deliberada, tem um significado e um propósito (ABRAMO, 2009, p.42).

Sem querer esgotar essa discussão, e apontando a perspectiva de Marshall McLuhan (2007) *apud* Silva (1999), os ideais e valores políticos do meio que incidem na mensagem é indiscutível.

[...] Partindo do princípio mcluhaniano de que o meio é a mensagem e que, portanto, uma mensagem não se reduz ao conteúdo manifesto, mas ao contrário, comporta outro, latente, que emana da própria natureza do médium que a transmite, a performance desenvolvida pelo locutor no rádio adquire singularidades impostas pelas características do meio, assim como pelas implicações político-sociais do tempo histórico determinado embutidas no próprio meio/veículo (McLuhan (2007) *apud* Silva (1999), p.55).

### 3.3 O discurso político na CBN

É possível que a mídia transforme a política, o jornalismo e o discurso político? As campanhas eleitorais tratam temas brasileiros e globais relevantes e polêmicos de dois em dois anos, unindo a nação em torno de uma reflexão nacional. “A eleição é um momento especial, de prestação de contas, retificação de rumos e escolha de caminhos” (MARTINS, 2008, p.89). Trata-se do momento único em que atores são observados no palco de campanha, encenando aquilo que, num futuro próximo, poderá vir a configurar a realidade política do País.

Mas eleição é também um momento muito tenso. As paixões exacerbam-se, as torcidas organizam-se e as pressões sobre os órgãos de comunicação vão à lua. Os candidatos ficam paranoicos, descobrem segundas intenções em matérias triviais e reclamam o tempo todo de que estão sendo perseguidos ou seus adversários, favorecidos. E, como desgraça pouca é bobagem, os leitores também entram em campanha. Alguns conseguem ficar mais paranoicos do que os candidatos, se é que isso é possível. Telefonam, mandam cartas, enviam e-mails, sempre desancando a cobertura. Alguns são educados, outros nem tanto, muitos partem para a grosseria e a ofensa. É algo muito desagradável, mas faz parte do jogo (MARTINS, 2008, p.89).

A partir de um cenário assim, em que jornalistas e veículos jornalísticos, durante as eleições, veem-se pressionados por todos os lados, é pertinente analisar o comportamento ético das empresas de comunicação e se encobrem interesses particulares e corporativos. Para tanto, os interesses escusos não medem a capacidade de seus autores ao tentarem abolir a verdade do discurso democrático e transparente. Os dossiês que o digam. “[...] eleição não é sinônimo só de paixão. Frequentemente, ela se confunde com paixão. E é preciso estar vigilante para não ser usado pelos diferentes candidatos na caça ao voto” (MARTINS, 2008, p. 90). Portanto, cabe ao jornalista político, mesmo que sob pressão, questionar a veracidade da informação antes de publicá-la; não deixar-se levar pela emoção e pela ansiedade.

## **4 A CAMPANHA PRESIDENCIAL NO JORNAL DA CBN**

### **4.1 Legislação Eleitoral no Brasil**

A Lei Eleitoral nº. 9.504/97 estabelece normas para as eleições, que delimitam o discurso das emissoras de rádio e TV. Desde a sua promulgação em 30 de novembro de 1997, sofreu alterações das Leis nº. 9.840/99, nº. 10.408/02, nº. 10.740/03, nº. 11.300/06 e nº. 12.034 de 29 de setembro de 2009. Por sua vez, o texto da Lei nº. 12.034/09 atualiza as Leis nº. 9.096, de 19 de setembro de 1995 – A Lei dos Partidos Políticos – e a Lei nº. 4.737, de 15 de julho de 1965 – O Código Eleitoral Brasileiro.

Para registro histórico, lembra-se que esta Lei 9.504 nasceu do Projeto de Lei 2.695, de 08.01.1997, de autoria do Deputado Federal Edinho de Araújo (PMDB-SP), que se baseou, conforme afirmação do próprio autor, nas leis para as eleições de 1994-1996. A princípio, a intenção do Deputado Edinho Araújo era criar mais uma “lei do ano” para as eleições de 1998. Foi designado Relator o Deputado Carlos Apolinário (PMDB-SP), o qual optou por criar uma lei perene, que viesse a regular as eleições futuras. Aprovada a Lei na Câmara, foi ela remetida ao Senado da República, onde teve como Relator o Senador Lúcio Alcântara (PSDB-CE). Tendo recebido modificações no Senado, o Projeto voltou à Câmara, onde foi aprovado, em definitivo, em 25.09.1997. Na sequência, houve a sanção, pelo Vice-Presidente da República, Marco Antônio de Oliveira Maciel, em 30.09.1997, com dois vetos, aos arts. 34 e 101 (CONEGLIAN, 2010, ps.11-12).

#### **4.1.1 Campanha presidencial 2006: uma retrospectiva na forma da lei**

Em sessão administrativa do dia 23 de maio de 2006, o plenário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) considerou os artigos propostos pela Lei nº. 11.300 de 10 de maio de 2006 aplicáveis às eleições de outubro de 2006. Por sua realização, alterou-se o texto da Lei das Eleições nº. 9.504 de 30 de setembro de 1997, mantendo-se os dispositivos anteriores não contemplados pela nova lei. A “minirreforma eleitoral” dispôs quase que na totalidade sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais.

Quanto ao meio rádio, a nova redação instituiu que, a partir de 1º de julho do ano eleitoral, dia subsequente ao prazo para a realização de convenções partidárias, ficava vedado às emissoras transmitirem programa apresentado ou comentado por candidato escolhido em convenção (Lei nº. 9.504, art. 45, § 1º, alterado pela Lei nº.

11.300/06). Anteriormente, os apresentadores desfrutavam um período menor: de 1º de agosto até as eleições. Com a Lei nº. 11.300/06 passaram à obrigatoriedade de se afastarem de suas atividades no rádio ou na televisão já a partir do resultado da convenção dos partidos, que ocorreu durante o mês de junho de 2006, restringindo-se, assim, o tempo do candidato nas emissoras.

O primeiro turno da propaganda eleitoral majoritária iniciou em 15 de agosto e encerrou em 29 de setembro de 2006 (Lei nº. 9.504/97, art. 47, *caput*). O segundo turno, de 16 a 27 de outubro do mesmo ano (Lei nº. 9.504/97, art. 47, *caput*). À época, oito brasileiros integravam a lista de candidatos à presidência da República: Ana Maria Teixeira Rangel (PRP), Cristóvão Buarque (PDT), Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL), José Maria Eymael (PSDC), Luciano Caldas Bivar (PSL), Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Rui Costa Pimenta (PCO). O número de candidatos majoritários que participaria dos debates em rádio foi contemplado pelo *caput* do artigo 46 da Lei nº. 9.504/97 e mais tarde estendido à programação normal da emissora.

#### **4.1.2 Campanha presidencial 2010: cenário da disputa**

A Lei Eleitoral nº. 12.034 de 29 de setembro de 2009 atualizou a Lei nº. 9.504/97, estabelecendo novas regras para as eleições de 2010, e em especial, para a propaganda dos candidatos. A partir de então, a propaganda eleitoral gratuita na televisão deveria utilizar a Linguagem Brasileira de Sinais (Libras), ou o recurso de legenda, que deveria constar obrigatoriamente do material entregue às emissoras. O candidato, ao se inscrever no partido, deveria apresentar uma certidão criminal junto com toda a documentação exigida. O sistema de arrecadação de doações durante a campanha também foi atualizado. A propaganda móvel foi liberada, mas com regras. Já o trio elétrico teve sua utilização vedada.

O gênero feminino foi contemplado já nas eleições de 2010 com uma fatia maior do bolo eleitoral. A nova lei fixava em 30 por cento o número mínimo de candidatas para cada partido, que também deveria destinar cinco por cento do Fundo Partidário recebido para a capacitação de representantes do sexo feminino.

As mudanças na propaganda de rádio e televisão foram mínimas. No horário reservado para a propaganda eleitoral, não haverá permissão para utilização

comercial ou propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto. Será punida, nos termos do § 1º do art. 37, a emissora que, não autorizada a funcionar pelo poder competente, veicular propaganda eleitoral. Entende-se por trucagem todo e qualquer efeito realizado em áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação.

A novidade foi o uso da Internet pelos candidatos, partidos e coligações. Com a Lei nº. 12.034/09, passou a ser permitida a propaganda eleitoral na Internet, após o dia 5 de julho do ano da eleição, podendo ser realizada nas seguintes formas: em sítio do candidato, do partido ou da coligação, por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação e por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural. Na Internet, também passou a ser vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga. Ficou vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na Internet, em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da Administração Pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Outro ponto da lei, diz que é livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores – Internet. O provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento.

Todas as mudanças propostas pela Lei nº. 12.034/97 para a Internet encontram-se no artigo 57 da Lei Eleitoral nº. 9.504/97 atualizada, dentro do tópico Propaganda Eleitoral no Rádio e na Televisão. Sendo assim, os *caputs* 57-A, 57-B, 57-C, 57-D, 57-E, 57-F, 57-G, 57-H, 57-I esgotam as novas regras da Internet.

As eleições 2010 se sucederam em dois domingos: dias 3 e 31 de outubro de 2010 com votação realizada das oito às 17 horas.

As regras de horários para a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, em parte, foram estabelecidas pela nova Lei nº. 12.034/09, que atualizou a

de nº. 9.504/97. O artigo 57 dispõe sobre as novas regras que regem a distribuição de horários entre os candidatos nos 45 dias anteriores à antevéspera das eleições do primeiro turno.

O período do primeiro turno da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão teve início em 17 de agosto e término em 30 de setembro de 2010, com dois programas diários sendo exibidos pelos candidatos de segunda a sábado. O primeiro começando às sete horas, enquanto o segundo, às 12 horas. Cada programa com duração de 50 minutos distribuídos entre os partidos. O segundo turno, que marcou a disputa entre Dilma Rousseff e José Serra, teve início em 5 de outubro e término em 29 de outubro.

As terças, quintas e sábados foram reservadas para os candidatos à presidência e ao cargo de deputado federal. As segundas, quartas e sextas-feiras, para os candidatos aos governos estaduais e senadores, respeitando-se a proporção de dois terços de renovação do Senado Federal.

Em 2010, a campanha presidencial acolheu nove candidatos a presidente: Ivan Martins Pinheiro (PCB), Rui Costa Pimenta (PCO), Levy Fidelix (PRTB), Zé Maria (PSTU), José Maria Eymael (PSDC), Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), Marina Silva (PV), José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), sendo que apenas os quatro últimos candidatos participaram dos debates na televisão. No confronto dos candidatos principais à Presidência da República os debates foram regados por denúncias, provocações e parcas propostas de governo. Dentre eles, destacaram-se Dilma Rousseff e José Serra para o segundo turno. De cinco a 29 de outubro, as emissoras de rádio e televisão reservaram 20 minutos diários, a partir das sete horas e das 12 horas, de segunda a domingo, para a veiculação do segundo turno da propaganda eleitoral gratuita.

Portanto, a Lei nº. 9504/97 compõe o conjunto legal de regras aplicadas no período eleitoral brasileiro de 2010. Sua aplicabilidade visa a ética e a isonomia na propaganda política entre os candidatos no rádio e na televisão, como nos impressos, e na Internet, por meio dos sites de candidatos e partidos, das redes sociais e da informação *on-line*. Direito garantido no artigo 5º da Constituição Brasileira, em respeito à liberdade de expressão, conforme esclarece Coneglian (2010):

[...] essa liberdade de expressão tem limites legais que, sem desnaturar a norma constitucional da liberdade de expressão e sem ofender a democracia, servem justamente para dar um rumo de nivelamento, para fazer prevalecer o princípio da igualdade entre os candidatos. [...] As regras sobre liberdade de expressão, no período eleitoral, pois, se amoldam ao princípio da isonomia que deve existir entre os candidatos (CONEGLIAN, 2010, p.302).

## **4.2 A última semana do segundo turno no Jornal da CBN**

A última semana do segundo turno da campanha presidencial na rádio CBN contou com cinco edições do Jornal da CBN. Cada uma com três horas e meia de duração, sendo que, entre 7 horas e 7h20, havia o espaço reservado para transmissão da propaganda eleitoral gratuita no rádio, que se estendeu até a sexta-feira, dia 29 de outubro de 2010. Durante esses 20 minutos, o Jornal da CBN era transmitido somente pela Internet.

### **4.2.1 Segunda-feira, 25 de outubro de 2010**

O primeiro dia da campanha eleitoral do segundo turno das eleições majoritárias foi tomado pelo teste do ditado do Tiririca, indo ao ar oito vezes durante o programa. Na terça-feira voltaria uma vez mais. O tema analfabetismo tratado em alguns momentos de forma irônica girou em torno do levantamento de uma lista de palavras-alvo de erros de grafia, como exceção com dois esses, por exemplo, entre outras. A intenção da discussão era a de ajudar Tiririca a passar no teste de alfabetização. Caso ele fosse reprovado, não seria diplomado como deputado federal. Até no Liberdade de Expressão esse tema ecoou, quando se afirmou que Jesus e Sócrates eram analfabetos. A informação foi logo refutada por um bispo de plantão ao alegar que o Filho de Deus sabia ler sim. Justificou que, se ele não fosse alfabetizado, como poderia então ter lido o livro sagrado dos judeus em plena Sinagoga? A Bíblia comprova que o filho de Deus era alfabetizado. O tema 'teste do ditado do Tiririca', como foi denominado, ocupou oito vezes a grade da programação neste dia. Houve matéria denunciando que as eleições de 2010 aumentaram o poder de algumas famílias da elite política brasileira no Congresso Nacional. Arnaldo Jabor falou como a abstração tomou conta do Supremo Tribunal Federal: "O número de recursinhos, impedimentos e de imunidades transformam o Judiciário numa verdadeira abstração".



Outros temas no âmbito da campanha presidencial foram tratados no Jornal da CBN daquela segunda-feira dia 25 de outubro de 2010. Esses temas envolviam os candidatos à presidência da República. O Rio de Janeiro será palco de campanha dos presidenciáveis no último domingo antes da votação no segundo turno. Os escândalos do governo Lula. Serra e a privatização do Pré-sal. O Por dentro da Política, com Lúcia Hipólito, e a sucessão de Lula. O comentário de Arnaldo Jabor, apontando os escândalos do governo Lula. A opinião dos representantes da sociedade Mayana Zatz e Sidarta Ribeiro no Por que vota e por que não vota nesse e naquele candidato.

#### **4.2.2 Terça-feira, 26 de outubro de 2010**

Os destaques da manhã foram o debate transmitido pela TV Record na noite do dia anterior. O confronto entre os candidatos e a maneira como se abstiveram de apresentarem propostas e projetos de governo gerou discussão. Outro tema polêmico pautou a manhã da terça-feira: a intenção de alguns governos estaduais de criarem conselhos de comunicação para monitorar a mídia. Para o secretário de comunicação da Bahia, Robson Almeida, “a criação do conselho é demanda da própria população de poder participar da escolha do que deseja ler e ouvir, e a sociedade poder ser bem servida com informação de qualidade”. Por outro lado, para a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), essas iniciativas podem comprometer a liberdade de imprensa no País. E a opinião dos representantes da sociedade e líderes religiosos Silas Malafaya e Leonardo Boff no por que vota e por que não vota nesse e naquele candidato. Esses foram os principais assuntos do dia.

#### **4.2.3 Quarta-feira, 27 de outubro de 2010**

A quarta-feira foi um dia de informação diversificada. Foram apresentados os índices de pesquisa Datafolha nº 37.404/2010, apontando a candidata Dilma à frente com 56% dos votos válidos contra 44% de Serra. A informação foi ao ar com a frequência de uma vez a cada meia hora. O julgamento do caso do senador Jader Barbalho, político impugnado acusado de ‘ficha suja’. O senador havia renunciado ao mandato para escapar de uma cassação. Como ele foi condenado, não pôde ser

diplomado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). O comentário de Arnaldo Jabor denunciava o presidente em exercício por deixar dívidas para o seu sucessor. A liberdade com que ele trata Lula chama a atenção do público. Num outro momento, o cientista político da PUC do Rio de Janeiro César Romero Jacob é convidado por Heródoto Barbeiro para explicar se é possível mapear os votos dos candidatos. A quarta-feira chamou a atenção durante a análise. A manhã foi marcada por erros e marcas de edição nas matérias. Verificou-se que sonoras dos candidatos foram trocadas e falas editadas. A opinião dos representantes da sociedade ligados à agricultura Alberto Broch e Roberto Ticoulat no *Por que vota e por que não vota* nesse e naquele candidato.

#### **4.2.4 Quinta-feira, 28 de outubro de 2010**

A manhã da quinta-feira começa com as atenções voltadas para a promessa de mudança do panorama político brasileiro. O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu pela validade da 'Ficha Limpa', já para a eleição daquele ano. O STF barrou a candidatura ao Senado de Jader Barbalho do PMDB do Pará. Essa decisão abarcava todos os casos de candidatos que tinham sido barrados por terem renunciado para escapar à cassação. O tema 'Ficha Limpa' foi largamente discutido neste dia, pelo menos uma vez a cada meia hora da programação do Jornal da CBN. Até a comentarista Lúcia Hippólito em 'Por dentro da política' analisou a decisão do STF. Outro assunto que virou notícia foi a investigação de fraude na licitação de obras do Metrô, à época em que Serra era governador do Estado de São Paulo, e a manifestação de estudantes da Unesp de Assis, ocorrida durante a festa no início do mês em Araraquara, em repúdio ao trote rodeio das gordas, que consistia em montar as calouras obesas. Somente nesta manhã de quinta-feira foi noticiada a morte súbita de Néstor Kirchner ocorrida dia 27 de outubro às 11 horas da manhã do dia anterior. Néstor Kirchner foi ex-presidente da Argentina no período de 25 de maio de 2003 a 10 de dezembro de 2007. A sua esposa Cristina Fernández de Kirchner o sucedeu na presidência, ao final de seu mandato. Outra edição do *Por que vota e não vota* nesse e naquele candidato foi ao ar neste dia, com os representantes da sociedade, o jornalista e poeta Ferreira Gullar e o jornalista e escritor Fernando Morais.

#### **4.2.5 Sexta-feira, 29 de outubro de 2010**

O Jornal da CBN nesta manhã abriu com a pesquisa Datafolha registrada no TSE sob nº 37.721/2010. Nessa pesquisa a candidata petista à presidência da República Dilma Rousseff obteve 56% dos votos válidos. José Serra, do PSDB, apresentou 44%. A candidata do PT manteve os 12% de liderança da última pesquisa. O resultado foi ao ar uma vez a cada meia hora. Ainda no mesmo dia se falou sobre a morte do ex-presidente da Argentina Néstor Kirchner ocorrida na manhã da última quarta-feira. Lúcia Hypólito em 'Por dentro da política' comentou sobre o fim da eleição, traçando os caminhos percorridos por jornalistas e políticos nos dois últimos anos, desde que Lula resolveu lançar Dilma como sua sucessora à presidência. A opinião dos representantes da sociedade foi dada no Jornal da CBN. Os professores Gilberto Velho - titular e decano do Departamento de Antropologia do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – e Flávio Rocha - coordenador do Curso de Política e Relações Internacionais da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo - responderam Por que votam e por que não votam nesse e naquele candidato. Ao final da programação, o Jornal da CBN transmitiu a 'Rádio Sucupira' - uma charge eletrônica irônica com os personagens da política nacional. Na ocasião, o alvo foram os políticos cassados e as eleições do próximo domingo. A 'Rádio Sucupira' é transmitida todas sextas-feiras, às 9h25, no Jornal da CBN.

Ainda no mesmo dia à noite, a TV Globo e a rádio CBN transmitiram ao vivo o debate entre os candidatos à presidência da República, Dilma Rousseff e José Serra. No sábado seguinte, ao término do período da propaganda eleitoral gratuita do segundo turno, Diego Matoso, apresentou matéria sobre o debate no Jornal da CBN.

#### **4.2.6 Sábado, 30 de outubro de 2010**

O áudio do debate entre os dois candidatos na Rede Globo foi gravado na íntegra pela CBN dando origem a uma matéria que concentrou os temas principais tratados pelos presidenciáveis. O resumo do debate foi ao ar no Jornal da CBN no

sábado, na manhã do dia 30 de outubro, véspera de votação, contrapondo-se ao estabelecido pelo artigo 49 da Lei das Eleições de nº 9.504/97.

Se houver segundo turno, as emissoras de rádio e televisão reservarão, a partir de quarenta e oito horas da proclamação dos resultados do primeiro turno e até a antevéspera da eleição, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita, dividido em dois períodos diários de vinte minutos para cada eleição, iniciando-se às sete e às doze horas, no rádio, e às treze e às vinte horas e trinta minutos, na televisão (Tribunal Superior Eleitoral - TSE, 1997, p.13).

Teria a rádio CBN conseguido uma liminar autorizando a veiculação da matéria sobre o debate da TV Globo após o período da propaganda eleitoral gratuita? Ou a síntese do debate da TV Globo foi transmitida deliberadamente? Coneglian (2010, p.302) explica que “o Código Eleitoral se cala sobre a conduta das rádios e emissoras de televisão em sua programação normal, durante a campanha eleitoral.” Portanto, entende-se que, em respeito ao princípio da isonomia entre os candidatos, objeto da Lei Eleitoral n. 9.504/97, e no exercício da liberdade de expressão<sup>10</sup>, pode ter sido sob esse pretexto que a veiculação ocorreu em data extraordinária?

---

<sup>10</sup> Artigo 5º, inciso IX da Constituição Brasileira de 1988 - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

## 5 EVOLUÇÃO DA PESQUISA

A análise de conteúdo proposta por Bardin (2011) é o método utilizado neste trabalho. Os dados qualitativos de amostragem foram analisados de forma interpretativa. Para a autora:

[...] A abordagem não quantitativa recorre a indicadores não frequenciais suscetíveis de permitir inferências; por exemplo, a presença (ou a ausência) pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição [...] (BARDIN, 2011, p.144).

Em outros momentos em que houve repetição de temas, dados e palavras recorreremos à abordagem quantitativa. A sua pertinência “[...] funda-se na frequência de aparição de determinados elementos da mensagem” (BARDIN, 2011, p.144). A autora alerta para o fato de que:

A abordagem quantitativa e a qualitativa não têm o mesmo campo de ação. A primeira obtém dados descritivos por meio de um método estatístico. [...] A segunda corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses (BARDIN, 2011, p.145).

Com este intuito, foi analisada a construção sonora do programa por meio das imagens sonoras (ADAMI, 2006), da linguagem radiofônica: a expressão oral, a música, os sons e o silêncio, e da montagem radiofônica (BALSEBRE, 2005). Como método de trabalho, foram usados os seguintes textos: “A entonação no dialogismo bakhtiniano (DAHLET, 2005, ps.249-264); “Notas sobre a interjeição” (MARCUSCHI, 2007, ps.133-145); “A ação dos verbos introdutórios de opinião, mediante um verbo, uma nominalização, dois pontos ou inserção “aspeada” no texto, construções adverbiais” (MARCUSCHI, 2007, ps.146-168) e os “Padrões de manipulação na grande imprensa”: ocultação, fragmentação, inversão, indução e o global sistematizados por Abramo (2009). Para a análise legal, Coneglian (2010): e a “Radiografia da Lei das Eleições 2010: Comentários à Lei 9.504/97, com as alterações das Leis 9.840/99, 10.408/02, 10.740/03, 11.300/06 e 12.034/09”.

As réplicas de expressões metafóricas sonoras presentes na transmissão ao vivo foram quantificadas e analisadas. Na análise foi adotada ainda,

metodologicamente, a percepção dos discursos empregados pelo apresentador (voz do Jornalismo) e dos analistas (vozes da mídia).

A seleção do *corpus* bruto se deu com a gravação (captação) do Jornal da CBN, das 6 horas às 9h30, entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010. Trata-se do segundo turno da eleição presidencial, disputada por Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB). As gravações foram feitas diretamente do site da CBN ([www.cbn.com.br](http://www.cbn.com.br)), em tempo real. Em caráter extraordinário, incluímos a síntese do debate dos candidatos transmitido pela Rede Globo de Televisão no dia 29 de outubro de 2010, antevéspera da eleição, e veiculada pela Rádio CBN no dia 30 de outubro de 2010, véspera da eleição.

Fizemos gravações diárias de três horas e meia de captação, utilizando um computador com plataforma Windows 7 – 64-bits, o editor de áudio Sony Sound Forge 10 e uma conexão de banda larga NET Virtua 10 Mb. O *corpus* de amostragem foi salvo nas extensões \*.wav (arquivo de áudio da Microsoft) e \*.mp3 (arquivo compactado).

A captação do *corpus* bruto do site da [cbn.com.br](http://cbn.com.br) nos rendeu uma primeira tomada de 16 horas e 30 minutos de áudio, resultado de um total de cinco números do Jornal da CBN. Após a inserção da matéria do debate da TV Globo apresentada por Diego Matoso – naquele dia Heródoto Barbeiro folgou -, tivemos um *corpus* bruto com 16 horas e 40 minutos de material para ser analisado.

Ao procedermos a audição das 16 horas e 40 minutos fomos isolando as notícias cujos temas se referissem à campanha presidencial no Jornal da CBN do restante, respeitando os objetivos de pesquisa e as hipóteses levantadas no projeto de pesquisa. Consideramos dois planos: o material produzido pela emissora na cobertura das atividades de campanha dos candidatos do segundo turno das eleições presidenciais e os assuntos que porventura cumprissem papel coadjuvante e antagônico na narrativa dos candidatos-protagonistas, dos representantes da sociedade e da emissora. Dessa forma, constituímos um *corpus* sonoro constituído por notícias individualizadas, que permitiam ter visão de temas relacionados aos candidatos, aos representantes da sociedade e aos governos Lula e FHC tratados durante a última semana do segundo turno da campanha presidencial, de como esses temas se imbricavam uns com os outros sucessivamente, e ação ao delimitar

estrategicamente o contexto temático. De conformidade com essas premissas, empreendemos um estudo qualitativo sobre a rádio CBN com o intuito de verificar como forças favoráveis e contrárias, pressupostos da doutrina política da emissora, foram empregadas no Jornal da CBN durante a cobertura da campanha majoritária.

Ouvimos as matérias, os representantes da sociedade e a charge do jornal apresentados por Heródoto Barbeiro, os comentários de Lúcia Hippólito e Arnaldo Jabor. Entendemos correto incluir as duas reportagens transmitidas por Isabela Azevedo, Luiz Motta e Cristina Coghi e João Vito Cinquepalmi. Consideramos também os textos relidos no Repórter CBN pelo locutor Thiago Barbosa por considerarmos amostragem numérica representativa. Esses textos foram lidos a primeira vez por Heródoto Barbeiro. A matéria apresentada por Diego Matoso no sábado dia 30 de outubro também nos chamou a atenção. Como a Lei das Eleições não previa a transmissão de notícia contendo discurso político de candidato ou de candidatos à véspera da eleição, achamos oportuno selecioná-la para estudo posterior.

Trabalho de seleção concluída, havíamos reunido o áudio de 22 notícias transmitidas na última semana do segundo turno das eleições presidenciais 2010 transmitidas pelo Jornal da CBN - um total de 106 minutos ou de uma hora e 46 minutos.

No nosso caso, a transcrição prepara a unidade de áudio para a pesquisa. O texto transcrito permite pesquisar, localizar, ler, grifar, contar, reler. Assim, as unidades de texto são produto das unidades de áudio transcritas, com a finalidade de facilitar o trabalho de investigação. As unidades de texto (roteiros) fornecem visibilidade e maleabilidade ao mapear as unidades que forem destacadas para análise.

O procedimento de codificação contemplou igualmente as unidades de áudio e de texto por meio da criação de códigos que as definiram como tal. Esses códigos cumpriram duas funções: a primeira, a de diferenciar as unidades de áudio das de texto e, a segunda função, a de localizar as unidades de áudio no CD, e as de texto, no apêndice do trabalho.

Um exemplo de unidade de áudio codificada é o identificador 25UA1, de unidade de texto, o identificador 25UT1.

- '25' remete ao dia em que o áudio foi gravado. O *corpus* bruto foi captado na semana de 25 a 30 de outubro de 2010.
- 'UA' são as iniciais de unidade de áudio.
- 'UT', as iniciais de unidade de texto (roteiro).
- '1' (um) remete à sequência numérica das unidades de áudio no CD ou de textos no apêndice do trabalho. Essa nomenclatura perfaz 22 unidades de áudio e de texto.

Tabela 1 - Unidades de texto (UT): Roteiros

Dias	Matérias	Reportagens	Debates	Heródoto Barbeiro	Lúcia Hippólito	Arnaldo Jabor	Pq vota Pq não vota
25.10	25UT1	25UT2	x	25UT6	25UT5	x	25UT4 25UT7 <sup>11</sup>
26.10	x	26UT9	26UT8	X	26UT12	x	26UT11 26UT13 <sup>12</sup>
27.10	27UT14	x	27UT15 27UT16 <sup>13</sup>	X	x	27UT19	27UT18 27UT20 <sup>14</sup>
28.10	x	x	x	X	x	x	28UT21 28UT22 <sup>15</sup>
29.10	x	x	x	X	x	29UT24	29UT23
30.10	x	x	30UT25	X	x	x	x

O texto foi dotado ainda com recursos de marcação técnica próprios do roteiro radiojornalístico. Adicionamos linhas numeradas com a finalidade de localizar frases e palavras-chave no apêndice do trabalho. A numeração das linhas inicia e encerra no mesmo roteiro. As marcações permitem também fazer a contagem de tempo das linhas. O tempo médio medido é de três segundos para cada linha. Os roteiros trazem ainda alguns poucos sinais, recursos da técnica de transcrição de conversações.

<sup>11</sup> 25UT7: reedição da 25UT4.

<sup>12</sup> 26UT13: reedição da 26UT11.

<sup>13</sup> 27UT16: correção da 27UT15.

<sup>14</sup> 27UT20: reedição da 27UT18, com erro de edição.

<sup>15</sup> 27UT22: reedição da 27UT21.



Já que a Análise de Conteúdo procede com base em material empírico, reproduzindo conversações reais e considera detalhes não apenas verbais, mas entonacionais, paralinguísticos e outros, algumas informações adicionais, quando as houver, devem aparecer na transcrição, uma vez constatada a sua relevância (MARCUSCHI, 2007, p.8).

O resumo desses sinais e os seus respectivos significados podem ser localizados no anexo da dissertação.

Esses procedimentos técnicos implantados durante o processo de transcrição das unidades de texto (roteiros) permitiriam o próximo passo: a marcação de inferências e a codificação das Unidades de Registro (URs).

Após a formatação dos roteiros e a criação das unidades de áudio e de texto demos início à fase de codificação das Unidades de Registro (URs). Os indicadores analisáveis identificados e registrados durante o processo de transcrição e pesquisa do áudio constituem as Unidades de Registro, que reportam-se aos objetivos de pesquisa. Uma UR pode tanto se limitar ao código da unidade de texto como, se for preciso, aderir ao código da UT o número da(s) linha(s) do roteiro. Logo, o código identificador pleno de uma UR, contendo as linhas do roteiro, encadeia o código da UT e a inicial 'L.' de linha, ou linhas, seguida dos números correspondentes a elas. No caso de uma unidade de áudio, não há essa necessidade, pois a UA se presta somente à audição da unidade de texto (roteiro) a que se reporta. Com essa codificação o modelo '25UT1R, L.11-14' de Unidade de Registro apontará para as linhas '11-14' da unidade de texto '25UT1', em que o recorte da palavra, da frase, do tema, a ser interpretado está localizado. Não havendo essa especificidade, a UR fica caracterizada somente pela nomenclatura da unidade de texto.

Por sua vez, o *corpus* de análise é constituído por Unidades de Registro extraídas das unidades de texto roteirizadas. Tem como finalidade oferecer ao pesquisador informações relativas à cobertura da campanha presidencial 2010 na CBN, na última semana do segundo turno: as URs.

O *corpus* de análise encerra o universo de indicadores submetidos à análise. Reúne as marcas da edição, os verbos introdutórios de opinião (verbos *dicendi*), os erros de montagem, os fenômenos da fala (interjeição e metáfora) encontrados durante a pesquisa.

Tabela 2 - Unidades de registro (UR)

Marcas da edição	Verbos <i>dicendi</i>	Interjeição	Metáfora sonora	Erros de montagem
25UT1, L.14-18 25UT1, L.29-33, 25UT2, 25UT4, 25UT7 <sup>16</sup> , 26UT9, 26UT11, 26UT13 <sup>17</sup> , 27UT14, L.8-12 27UT14, L.20-25 27UT18, 28UT21, 28UT21, L.52-54 28UT22 <sup>18</sup> , 29UT23	25UT1, L.10 25UT1, L.27 27UT14, L.6 27UT14, L.17 30UT25, L.130 30UT25, L.131	26UT8, L.158	25UT1, L.44-45/ 25UA1,T.2m5	25UT1, L.38-40 27UT15/27UT16 27UT20

Obs: as unidades de texto (UTs) podem constituir em alguns casos Unidades de Registro (URs).

## 5.1 Análise do programa

### 5.1.1 Marcas da edição

A edição é o ato pelo qual se dá a manipulação da informação jornalística. Baseado nesse fato, e com a intenção de se manter a correção da notícia, os Princípios Editoriais das Organizações Globo regem a conduta jornalística e política da CBN e das Organizações Globo. Entretanto, as marcas deixadas pela edição jornalística podem ser identificadas num nível discreto em que a discriminação praticada durante a seleção de elementos constitutivos da mensagem passa despercebida. As marcas da edição foram observadas em decorrência do espaço reservado aos candidatos Serra e Dilma na última semana do segundo turno das eleições presidenciais de 2010. Elas são percebidas na forma como se deu a distribuição das falas dos candidatos à Presidência. O que fazemos aqui é um relato das URs que marcaram o processo e como foi distribuído o espaço político entre os candidatos.

A candidata Dilma Rousseff encabeçou duas reportagens. A primeira, 25UT2 com Isabela Azevedo, e a segunda, 26UT9, com Luiz Motta e Cristina Coghi. De outro lado, Serra encabeçava as matérias das campanhas políticas dos candidatos, dos debates na TV Record e na TV Globo e dos representantes da sociedade,

<sup>16</sup> Reedição da UT 25UT4.

<sup>17</sup> Reedição da UT 26UT11.

<sup>18</sup> Reedição da UT 27UT18.

quando os representantes da sociedade que abriram opinando eram eleitores de José Serra<sup>19</sup>.

Nas edições das matérias 25UT1, L.14-18 e 27UT14, L.8-12 o discurso de José Serra é crítico. Já a candidata Dilma Rousseff nas matérias (25UT1, L.29-33, 27UT14 e L.20-25) mostrou um discurso sem força. Ela aparece em palanque se despedindo e agradecendo ao público por terem vindo.

As reedições 25UT7, 26UT13 e 28UT22 das edições 25UT4, 26UT11, 27UT18, 28UT21 e 29UT23 em que os representantes da sociedade respondem porque votam e porque não votam nesse ou naquele candidato do segundo turno, tiveram os depoimentos contrários suprimidos. Na primeira parte dos depoimentos dos representantes da sociedade, o âncora da emissora perguntava por que eles iriam votar nos candidatos José Serra e Dilma Rousseff. O representante que ia votar em Serra abria. Assim que os representantes respondiam a primeira pergunta, Heródoto abria a segunda fase indagando sobre o contrário: por que aquele que ia votar em Serra não ia votar em Dilma. Para o representante que ia votar na Dilma, por que ele não ia votar no Serra. Nesses dois momentos, as respostas eram contundentes. Com a reedição, a segunda fase seria suprimida, restando trechos selecionados da primeira parte das edições originais. As edições ao vivo, de segunda a sexta-feira, foram os únicos momentos da programação que o candidato José Serra recebeu críticas.

Na Unidade de Registro 28UT22, L.33 ocorreu a supressão do trecho “com o Paraguai e com a Bolívia”. O texto original observado na 28UT21, L.52-54 era “[...] é uma política externa que não fala fino com Washington e não fala grosso com o Paraguai e com a Bolívia.”

Essas supressões de partes das matérias e mesmo de trecho da frase, que mudam o sentido do que foi dito na realidade, remetem ao que Abramo (2009, p.25) denominou “padrão de ocultação”.

---

<sup>19</sup> Unidades 25UT1, 25UT4, 25UT7, 26UT8, 26UT11, 26UT13, 28UT22, 27UT14, 27UT18, 28UT21, 29UT23, 30UT25.

É o padrão que se refere à ausência e à presença dos fatos reais na produção da imprensa. Não se trata, evidentemente, de fruto do desconhecimento, e nem mesmo de mera omissão diante do real. É, ao contrário, um deliberado silêncio militante sobre determinados fatos da realidade [...] (ABRAMO, 2009), p.25).

Além do mais, na Lei Eleitoral nº. 9.504/97 o artigo 45 é vedado às emissoras de rádio e televisão, a partir de 1º de julho do ano da eleição, em sua programação normal e noticiário: “inc. II – usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito”. Coneglian (2010) esclarece o texto do inc. II:

As emissoras de rádio e televisão não estão proibidas de utilizar esses e outros recursos em sua programação normal. O que elas não podem fazer é utilizá-los para degradar ou ridicularizar candidato, partido ou coligação, nem para desvirtuar a realidade e, com esse desvirtuamento, beneficiar ou prejudicar candidaturas (CONEGLIAN, 2010, p.302).

### 5.1.2 Verbos introdutores de opinião (verbos *dicendi*)

As matérias jornalísticas usam verbos *dicendi* como forma linguística de relatar opiniões. Segundo Marcuschi (2007, p.147), “[...] nesta modalidade a opinião é introduzida com algum verbo que antecipa o caráter geral da opinião relatada. [...] O redator relata a um leitor as opiniões de alguém. Com isto o redator torna-se um filtro, porquanto ele é receptor e emissor ao mesmo tempo.”

O estudo dos verbos mapeou parte do nosso acervo de unidades de texto disponível no apêndice deste trabalho. Foram consideradas para pesquisa as notícias de gênero informativo montadas na emissora e introduzidas pelo âncora: as matérias dos debates (26UT8 e 30UT25), dos candidatos em campanha (25UT1 e 27UT14) e as reportagens (25UT2 e 26UT9) com os repórteres Isabela Azevedo, Luiz Motta e Cristina Coghi, das quais codificamos as Unidades de Registro 25UT1, L.10, 25UT1, L.27, 27UT14, L.6, 27UT14, L.16, 30UT25, L.130 e 30UT25, L.131 para análise. As notícias informativas introduzem a ação por meio dos verbos *dicendi*.

Na matéria editada pela CBN que foi ao ar na segunda-feira dia 25 de outubro de 2010, relatando a campanha dos candidatos no Rio de Janeiro, o discurso do

candidato José Serra foi introduzido com verbo “criticou”: “No discurso, Serra **criticou** os escândalos envolvendo o atual governo” (25UT1, L.10). Esse verbo forte e por vezes dominador é usado nos discursos do poder. Já o verbo “fez”, usado para introduzir a fala da candidata Dilma é um verbo de pouca expressividade que a distancia do discurso do poder: “Não houve discurso. No final da carreata a candidata Dilma Rousseff **fez** apenas uma rápida declaração” (25UT1, L.27).

A segunda matéria editada pela CBN do dia 27 de outubro de 2010 sobre a campanha nacional dos candidatos, a locução verbal “prometeu mudar”, cujos verbos “prometeu” e “mudar” atribuem um discurso de poder ao candidato José Serra: “Sem especificar as medidas imediatas que tomaria num eventual governo, Serra **prometeu mudar** a política macroeconômica” (27UT14, L.6). Quem promete é quem pode cumprir. E essa promessa demanda poder fazer. A CBN projetou no candidato José Serra o poder de mudar. Por outro lado, o verbo “fez” deixou a candidata Dilma sem discurso novamente: “Em Fortaleza, Dilma desfilou em carro aberto ao lado do governador reeleito do Ceará, Cid Gomes, e **fez** uma rápida saudação aos militantes” (27UT14, L.16). O verbo usado remeteu a candidata Dilma a um segundo plano inexpressivo.

A última matéria, do debate da TV Globo apresentada por Diego Matoso no sábado dia 30 de outubro de 2010, contribuiu com duas URs que marcaram o discurso do candidato Serra, os verbos “atacar” e “criticou”: “Ao responder a uma pergunta sobre agricultura, o candidato José Serra aproveitou para **atacar** a política cambial do governo e **criticou** a alta no preço dos alimentos” (30UT25, L.130 e 30UT25, L.131). Os dois verbos que cercam o discurso de Serra na CBN são os de poder. Na unidade de texto 30UT25 este foi o único momento em que se usou verbos fortes. Entretanto, a fala de Serra não reflete o tom dominador que os verbos pretendem passar.

### 5.1.3 Interjeição

No final da exibição da UR 26UT8, L.158, matéria que discorreu sobre o debate da TV Record, o âncora retoma o microfone e se expressa usando uma interjeição: “Porra!”

A interjeição é o único fenômeno linguístico exclusivo da língua portuguesa falada.<sup>20</sup> Assim, mesmo quando ocorre na escrita, geralmente em contexto de diálogo, representa uma situação de fala. [...] Além disso, a interjeição foi vista pelos gramáticos apenas como um recurso para expressar a emotividade e não mais do que isso (MARCUSCHI, 2007, p.133).

A interjeição “Porra!”, assim como “ah!” “chi!” “lh”, “oh!” “ué!” “puxa!”, traduz um sentimento de espanto frente à indignação causada pelo quadro de confronto entre os candidatos Dilma Rousseff e José Serra. Uma forma coloquial, chula, de se expressar, contrária à prática radiojornalística. Demonstra proximidade acentuada com o ouvinte e emotividade.

#### 5.1.4 Metáfora sonora

Logo no primeiro dia da última semana do segundo turno das eleições presidenciais, Heródoto Barbeiro, ao dar a notícia 25UT1 sobre os candidatos Dilma Rousseff e José Serra em comício e do depoimento, que os pivôs responsáveis pelo desgaste da campanha de Dilma Rousseff dariam na Polícia Federal ainda naquele dia, na altura das linhas 44 e 45, entoa sugerindo outra realidade. Segue o período citado demarcado: “Para o senador tucano Álvaro Dias, a tentativa de deixar a conclusão do caso Erenice para depois das eleições, (++) é::: uma estratégia para evitar prejuízos eleitorais à candidata Dilma.” A notícia introduz a denúncia – por meio da fala de Álvaro Dias - da prática oportunista por parte do PT em proteger a candidata Dilma do desgaste político.

Para análise, destacamos duas porções de texto: “[...] para depois das eleições (++) é::: uma estratégia [...]” (25UT1, L.44-45 e 25UA1, T.02m05). Por meio do estudo da entonação de Mikhail Bakhtin por Dahlet (2005), nos aproximamos da dimensão do termo metáfora sonora. Trata-se de uma forma de opinião não explícita, subliminar, uma avaliação social velada no enunciado, que a mensagem encerra. Segundo Dahlet (2005, p.251), “[...] a entonação realiza-se sob a influência mútua de três atores, que são o locutor/autor, o ouvinte/leitor e o objeto do enunciado. De sua interação contínua define-se a entonação portadora da avaliação social do enunciado”.

<sup>20</sup> Fenômenos tais como os marcadores conversacionais, repetições, truncamentos e hesitações, entre outros, são característicos da fala, mas não exclusivos, isto é, a escrita tem marcadores, repetições etc., típicos que não ocorrem na fala. É neste sentido que a interjeição é vista aqui, como típica e exclusiva da fala, não havendo interjeições que são usadas só na escrita.

Estaria Heródoto Barbeiro fazendo uma crítica política velada de ordem metafórica na notícia? Seria a metáfora sonora uma alusão ao imaginário popular do jeitinho malandro do político brasileiro?

### 5.1.5 Erros de montagem

Na UR 25UT1, L.38-40 do dia 25 de outubro de 2010, Heródoto Barbeiro mencionou na chamada da matéria o nome do jornalista Amauri Ribeiro Júnior que estava sendo inquirido sobre a quebra do sigilo fiscal de pessoas ligadas ao candidato José Serra. Esse assunto tinha tudo para voltar à pauta, mas não se tocou nele. Amauri Ribeiro Júnior é o autor do livro *Privataria Tucana* que denunciou, em 2011, as fraudes ocorridas por ocasião das privatizações das empresas estatais brasileiras durante o governo FHC do qual Serra foi ministro. Denunciou também o envolvimento da filha de José Serra, Verônica Serra, no repasse de dólares para o paraíso fiscal das ilhas Virgens Britânicas.

Na grade do dia 27 de outubro de 2010 verificamos erros de montagem em duas matérias. Na UR 27UT15, a matéria em vez de rodar a sonora<sup>21</sup> com a fala do ex-governador José Serra, entrou a matéria 27UT16 na íntegra da repórter Basília Rodrigues sobre o Tribunal Superior Eleitoral, que na ocasião negou o direito de resposta a José Serra. Na matéria 27UT20, ao invés de rodar a sonora com o vice-presidente da Sociedade Rural Brasileira, Roberto Ticoulat, exibiu-se a sonora da matéria sobre a Lei da Ficha Limpa, com o ministro Gilmar Mendes do Supremo Tribunal Federal.

Erros no ar acontecem. As sonoras com as vozes dos entrevistados são preparadas pelo sonoplasta e deixadas na máquina do ar até que sejam engatadas na programação. Caso as nomenclaturas dos arquivos de áudio correspondentes às sonoras tenham sido trocadas por engano, a relação com a matéria foi perdida. Quando o âncora as chamar, o operador do ar disparará a sonora errada, causando o transtorno no momento do programa ao vivo. O erro ocorreu com duas matérias que tiveram as suas sonoras trocadas. Ainda resta outra análise. O evento pode ter sido resultado da distração do operador. O *software* de automação da rádio toca o

<sup>21</sup> Trecho de uma entrevista gravada que é selecionado na edição da notícia, confirmando ou complementando o texto do repórter (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p.690, com adaptações).

que é programado. É simples assim. Por esse motivo acreditamos que a falha tenha sido de ordem técnica.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideramos que a análise sobre os processos de manipulação da notícia política é muito complexa, pois envolve elementos de vários campos, seja da produção radiofônica, seja da exploração da linguagem radiofônica, seja do jogo metafórico presente nos discursos no ar e ao vivo. Concluímos que a manipulação da informação constitui o processo de construção da notícia, seja no rádio, na TV, no impresso, na Internet. Que uso se faz da edição na manipulação da informação? Perseu Abramo (2009) contribuiu com a nossa análise no sentido de nos munir de um sistema que possibilitasse desvelar a máscara da manipulação pelo viés dos padrões sistematizados por ele. Padrão de ocultação, de fragmentação, da inversão, de indução e o global. A sua importância é pré-requisito na análise da edição jornalística e de como se deu a objetividade, a isenção e a imparcialidade na notícia.

Outro autor que contribuiu com o nosso trabalho foi o linguista pernambucano Luiz Antônio Marcuschi (2007). Forneceu a dinâmica da língua pelo aspecto linguístico do qual recorremos ao estudo sobre a interjeição e a ação dos verbos introdutores de opinião. Compreendemos que a força da frase está no verbo e que o verbo escolhido é uma ação pré-determinante do poder da opinião que é citada. Em nossa análise foi decisivo o estudo sobre “a ação dos verbos introdutores de opinião” (MARCUSCHI, 2007, ps.146-168).

Os depoimentos dos representantes da sociedade, os comentários dos analistas Lúcia Hippólito e Arnaldo Jabor ou a charge do Jornal, com Heródoto Barbeiro, por se tratarem de mensagens opinativas, foram descartados porque dispensam o uso formal do verbo introdutor de ação.

No momento de estudar a questão da entonação, buscamos em Mikhail Bakhtin por Dahlet (2005), elementos pertinentes à análise da metáfora sonora registrada, além de entendermos o significado de avaliação social e enunciado para o filósofo russo. A sua contribuição aponta para o sentido de que a metáfora sonora encerra uma opinião subliminar, não explícita, contida na avaliação social do enunciado proferida pelo âncora.

Ao empreender o estudo da linguagem radiofônica, que nos levaria ao desenvolvimento da análise, contamos com os ensinamentos do professor catalão

Armand Balsebre (2005). A palavra radiofônica, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio são os componentes sonoros que integram a mensagem radiofônica. No jornalismo, a palavra radiofônica exerce fascínio que se deve a sua condição de elemento articulador da informação jornalística. O silêncio é um componente essencial da fala, pois é ele que marca o ritmo, tornando possível a entonação. A música e os efeitos sonoros são componentes relacionados com a estética da mensagem.

Empreendemos uma audição criteriosa e detalhada do *corpus* ainda no estado bruto. Essa postura foi pré-determinante ao selecionarmos indicadores válidos para análise que respondessem aos problemas de pesquisa. Observávamos como se dava a estruturação da notícia na produção jornalística da rádio CBN, pela perspectiva da edição. A emenda entre falas, ou sua supressão, e a delimitação de sonoras, ou sua reordenação, a nosso ver são marcas da edição deixadas na notícia, que no processo final, com a interpretação do personagem-apresentador ganha realidade social.

O primeiro problema suscitado indagava sobre qual teria sido o tratamento dado à informação pelo Jornal da CBN na cobertura da campanha presidencial 2010. O segundo consistia em saber de que forma o Jornal da CBN construiu e/ou projetou as imagens dos candidatos. O terceiro problema de pesquisa indagava sobre qual seria o impacto causado pela legislação eleitoral no Jornal da CBN. E o quarto problema buscava entender se o modo como fora usada a linguagem radiofônica orientou o voto do ouvinte, ampliando o sentido dos discursos.

Para cada problema de pesquisa pressupomos uma resposta. A primeira hipótese aventava que, em parte ou na totalidade, a informação jornalística do Jornal da CBN teria sido manipulada objetivando interesses políticos da emissora. Com a análise, constatamos que a candidata Dilma Rousseff encabeçou duas reportagens, enquanto José Serra, todas as matérias das campanhas políticas dos candidatos, dos debates na TV Record e na TV Globo e dos representantes da sociedade. Em outras duas matérias, o candidato José Serra apresentava um discurso crítico, de poder, enquanto Dilma Rousseff fazia uma rápida declaração. Manteria a CBN um vínculo de preferência com o PSDB ou com o candidato José Serra?

A segunda responsabilizava o *modus-operandi* da edição pela forma diferenciada que as imagens dos candidatos foram projetadas. A resposta à segunda hipótese vem ligada à reposta da primeira hipótese. Constatou-se na análise da primeira hipótese que os candidatos José Serra e Dilma Rousseff receberam tratamentos diferenciados.

A terceira hipótese suscitava que a orientação do voto do ouvinte se daria pelas vozes da emissora. Com a análise dos verbos introdutórios concluímos que foi concedido poder à voz do candidato José Serra, enquanto a candidata Dilma Rousseff recebeu tratamento popular com os verbos. Já no caso da metáfora sonora houve uma opinião subliminar, não explícita, marcada pela entonação da voz do âncora. Quanto à interjeição analisada entendemos que o termo ‘Porra!’ proferido por Heródoto Barbeiro é um recurso que vai além de expressar a emotividade. “As interjeições revelam sobretudo uma postura pessoal e os traços de decisão dos interlocutores quanto às suas intenções. Não é uma simples questão de emotividade como frisam os gramáticos” (MARCUSCHI, 2007, p.141). Para nós foi além, passou a impressão de proximidade com o ouvinte. Uma manifestação espontânea de Heródoto Barbeiro. Já os verbos introdutórios usados nos deram a impressão, não a certeza, de ter beneficiado o candidato Serra. Entretanto, devido à baixa frequência com que as marcas se repetiram, é pouco provável que tenham sido intencionais.

A quarta hipótese responderia que o impacto da legislação eleitoral sobre a programação do Jornal da CBN durante a campanha presidencial 2010 foi significativo, com a legislação eleitoral, neste caso, cumprindo um papel delimitador da atividade radiofônica durante o período de campanha eleitoral no rádio. Como esclarece Coneglian (2010, p.302), “o Código Eleitoral se cala sobre a conduta das rádios e emissoras de televisão em sua programação normal, durante a campanha eleitoral.” Por esse motivo, os partidos têm a liberdade de operar o equipamento de rádio-escuta como forma de encontrar atos ilícitos na propaganda eleitoral gratuita e na programação normal das rádios contra os seus candidatos. Dessa forma, podem distribuir petição no TSE de ação de direito de resposta na forma da Lei Eleitoral nº. 9.504\97. Quanto ao artigo 45 da Legislação Eleitoral temos o inciso II, que proíbe “usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito”. E explica no parágrafo 4º. do mesmo artigo:

“entende-se por trucagem todo e qualquer efeito realizado em áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação.” Sendo assim, os conteúdos identificados em nossa pesquisa, que acreditamos estar em desacordo com a lei, não foram detectados pelos partidos e pelos ouvintes porque se deu de forma não explícita e distribuída entre os cinco dias da última semana do segundo turno da eleição presidencial 2010.

Com a análise, verificamos os padrões de manipulação. O de ocultação, o de fragmentação, de inversão, de indução e o global. Identificamos o primeiro padrão nas reedições das participações dos representantes da sociedade. Ocultaram-se trechos da versão ao vivo. A fragmentação, outro padrão, esteve presente na descontextualização das sonoras dos comícios e dos debates, abrindo espaço para que a inversão colocasse o candidato José Serra encabeçando todas as matérias do bloco de notícias da semana, descontadas as duas reportagens com Dilma Rousseff. O que levou à indução, o estágio responsável por todos os anteriores. Tivemos então todos os padrões de manipulação sendo orquestrados pela indução. O último estágio é aquele que explora a questão emocional do meio rádio. A utilização da linguagem radiofônica nas peças analisadas se restringiu à voz, a partir da qual os verbos introdutórios, a interjeição e a metáfora sonora são objeto de análise. Heródoto Barbeiro usou trilha musical nas matérias que chamou, mas não se utilizou a música e os efeitos sonoros como forma de moldar o emocional do ouvinte.

Dentro do universo do jornalismo de rádio poucas iniciativas empreenderam projetos de pesquisa com a intenção de estudar a manipulação da informação em coberturas de campanhas eleitorais. São pontos em aberto que encontramos no caminho que percorremos que podem ser analisados. Por exemplo, “O sucesso do governo Lula se deve ao governo FHC”, “Os avanços e inovações do governo Lula” e “A corrupção no governo Lula” são temas que foram frequentemente veiculados na última semana do segundo turno. A análise temática daria margem para um estudo sobre as preferências políticas da emissora. Um estudo quantitativo e qualitativo demonstraria a frequência com que incidiu cada um dos temas na programação do Jornal da CBN. São temas atuais que merecem ser estudados por sua importância

política. Esperamos que o nosso trabalho seja um dos primeiros de muitos outros que virão no estudo da manipulação da informação no radiojornalismo.

Diante dos resultados da nossa pesquisa, entendemos que a manipulação da informação se deu de forma discreta, quase imperceptível. Pode ser identificada com o estudo criterioso das Unidades de Registro (URs) do discurso da CBN, na última semana do segundo turno das eleições presidenciais 2010. Segundo Charaudeau (2009, p.252): “A coisa é bem mais sutil, e diremos, para encurtar, que as mídias manipulam de uma maneira que nem sempre é proposital, ao se automanipularem, e, muitas vezes, são elas próprias vítimas de manipulações de instâncias exteriores”. A partir do pensamento de Charaudeau (id., 2009), concordamos que o processo de orientação do ouvinte foi sutil. Entretanto, não nos pareceu que a emissora tenha se automanipulado, tampouco que a CBN tenha sido vítima de instâncias exteriores. São alegações pouco prováveis. Por outro lado, o pensamento de Abramo (2009) nos pareceu complementar Charaudeau (id., 2009) quando esclarece que “a conclusão a que se pode chegar, pelo menos como hipótese de trabalho, é a de que a distorção da realidade pela manipulação da informação é deliberada, tem um significado e um propósito”.

Concluimos, então, que as marcas prováveis de orientação ao voto do ouvinte se deram de forma não explícita, subliminar, com a edição e a reedição das matérias. A frequência de repetição das URs são evidências que expressam a nossa suspeita.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 3.ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

ADAMI, Antonio. **Peças radiofônicas gravadas na Deutsche Welle**. Bonn-Alemanha: DW, 2006.

AMORIM, Marília. **O pesquisador e seu outro: Bakhtin nas ciências humanas**. São Paulo: Musa Editora. 2004.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem** / Mikhail Bakhtin (V. N. Volochínov) ; prefácio de Roman Jakobson ; apresentação de Marina Yaguello ; tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira, com a colaboração de Lúcia Teixeira Wisnik e Carlos Henrique D. Chagas Cruz. – 13.ed. – São Paulo: Hucitec, 2009.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo. (org.) **Teorias do rádio**. Florianópolis: Insular, 2005, p.327-344.

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de Radiojornalismo**. Heródoto Barbeiro, Paulo Rodolfo de Lima. - Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo : Paulinas, 2003. (Coleção comunicação-estudos).

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CEBRIÁN HERREROS, M. **Información Audiovisual: Concepto, Técnica, Expresión y Aplicaciones**. Primera reimpresión: mayo 1998. Madrid: Editorial Síntesis, Segunda reimpresión: septiembre 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 1.ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.

CONEGLIAN, Olivar. **Radiografia da Lei das Eleições 2010: Comentários à Lei 9.504/97, com as alterações das Leis 9.840/99, 10.408/02, 10.740/03, 11.300/06 e 12.034/09**. 6ª edição. Curitiba : Juruá, 2010.

COPELAND, W. Winston. **Manual radionoticioso de la United Press em America Latina**. Traducido por Eustaquio de Amilibia. Buenos Aires: United Press Associations, 1944.

DAHLET, Vèronique. A entonação no dialogismo Bakhtiniano. In: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin, dialogismo e construção de sentido**. 2ª ed. rev. 2ª reimpressão. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2008. p.249-264.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. Rio de Janeiro: Artenova, 1977.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: história e técnica**. Rio Grande do Sul: Sagra-Luzzatto, 2000.

FIORIN, José Luiz. Interdiscursividade e intertextualidade. In: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin: outros conceitos-chave**. 1.ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2010, p.161-193.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. 21ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

KLÖCKNER, Luciano. **O repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história**. Porto Alegre, RS: Ed. AGE : EDIPUC, 2008.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. A ação dos verbos introdutórios de opinião. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Fenômenos da linguagem: reflexões semânticas e discursivas**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Notas sobre a interjeição. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Fenômenos da linguagem: reflexões semânticas e discursivas**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. P.133-145.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da conversação**. 6.ed. São Paulo: Ática, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. 1.ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Editora Panda, 2000.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

REDE GLOBO. **Princípios editoriais das Organizações Globo**. Sábado, 06/08/2011. Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/editorias/pais/2011/08/06/PRINCIPIOS-EDITORIAIS-DAS-ORGANIZACOES-GLOBO.htm>. Acesso em: 19/08/2013.

RODRÍGUEZ, ÁNGEL. **A dimensão sonora da linguagem audiovisual** / Ángel Rodríguez : tradução Rosângela Dantas ; revisão técnica Simone Alcântara Freitas. – São Paulo : Editora Senac São Paulo, 2006.

SAUSURRE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. 34ª Ed. São Paulo: Cultrix, 2012.

SCHAFER, R. Murray. **O ouvido pensante**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1991.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.

T.S.E. (Tribunal Superior Eleitoral) **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/arquivos/tse-lei-9504-97/view>. Acesso em: 19/08/2013.

TAVARES, Mariza. (org.) **Manual de redação CBN**. São Paulo: Globo, 2011.

TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni. (orgs.) **CBN, a rádio que toca notícia**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Negócio, 1997.



## APÊNDICE A: UNIDADES DE TEXTO (UT)

Atenção: Os sinais usados na transcrição da conversação encontram-se a partir do primeiro roteiro 25UT1.

**Segunda-feira, 25 de outubro de 2010.**

25UT1

O comício dos candidatos no Rio de Janeiro. Matéria dupla. Seguido de depoimentos com os líderes das duas campanhas.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: Os candidatos à presidência da república DILMA ROUSSEFF<sup>22</sup>
3. e JOSÉ SERRA escolheram o Rio de Janeiro pra fazer
4. campanha no último domingo, antes da votação no segundo
5. turno (++)<sup>23</sup>. A votação é no próximo domingo, como você sabe.
6. O candidato do PÊ-ÉSSE-DÊ-BÊ fez campanha em
7. Copacabana, na zona sul da cidade. Ele estava aqui
8. acompanhado dos senadores eleitos por Minas Gerais, AÉCIO
9. NEVES, e ITAMAR FRANCO (+) e também do governador eleito
10. de São Paulo, GERALDO ALCKMIN. No discurso, (+) SERRA
11. criticou<sup>24</sup> os escândalos envolvendo o atual governo.
12. TEC: SAI BG.
13. TEC: MULTIDÃO EM BG.
14. Serra: Nós precisamos no Brasil um governo que tenha caráter. Não
15. podemos viver uma situação de mentira permanente. O
16. presidente FERNANDO HENRIQUE não foi além de declarar o
17. seu voto. Hoje nós vemos o contrário: é o governo deixar de
18. lado, pra se encanar num partido.
19. TEC: SAI BG.

<sup>22</sup> Em nomes próprios usamos caixa alta.

<sup>23</sup> Silêncio, pausa.

<sup>24</sup> Verbo introdutor (*dicendi*).

20. Heródoto: E, agora, o outro lado. A candidata do PT à presidência da  
 21. república DILMA ROUSSEFF fez carreata na zona oeste do Rio  
 22. de Janeiro. (++) Ela estava acompanhada do presidente LULA,  
 23. do governador eleito do Rio SÉRGIO CABRAL e também do  
 24. prefeito do Rio EDUARDO PAES. Os senadores eleitos pelo Rio  
 25. de Janeiro MARCELO CRIVELA e LINDBERG FARIAS também  
 26. estavam com a candidata. Não houve discurso. No final da  
 27. carreata a candidata DILMA ROUSSEFF fez<sup>25</sup> apenas uma  
 28. rápida declaração.
29. TEC: MULTIDÃO EM BG.
30. Dilma: Vocês viram, vocês acompanharam aqui a carreata, foi uma  
 31. coisa maravilhosa aqui na zona oeste. É um clima de festa  
 32. nesse final de eleição. Eu agradeço a vocês, acho que vocês  
 33. também gostaram muito ((antes do final entra um falatório  
 34. paralelo que encobre a fala da candidata)).
35. TEC: SAI BG.
36. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
37. Heródoto: (++) Agora são seis horas e quatro minutos. A Polícia Federal  
 38. ouviu hoje os pivôs de escândalos que desgastaram a  
 39. campanha da petista DILMA ROUSSEFF. O jornalista AMAURI  
 40. RIBEIRO JÚNIOR será inquirido sobre a quebra do sigilo fiscal  
 41. de pessoas ligadas ao candidato JOSÉ SERRA. Já a ex-  
 42. ministra ERENICE GUERRA vai falar sobre as denúncias de  
 43. tráfico de influência e pagamento de propina na Casa Civil.  
 44. Para o senador tucano ÁLVARO DIAS a tentativa de deixar a  
 45. conclusão do CASO ERENICE para depois das eleições (++)  
 46. é:::<sup>26</sup> uma estratégia<sup>27</sup> para evitar prejuízos eleitorais à candidata  
 47. DILMA.
48. TEC: SAI BG.

---

<sup>25</sup> Verbo introdutor (dicendi)

<sup>26</sup> Alongamento de vogal.

<sup>27</sup> Metáfora sonora = [...] para depois das eleições (++) é :: uma estratégia.

49. Álvaro Dias: O objetivo do adiamento (+) não é outro. É proteger a candidata,  
 50. evitar que ocorra desgaste político já na semana decisiva das  
 51. eleições. Por isso nos preocupa. Isso mostra que há uma  
 52. parceria real, não é? É (+) num primeiro momento, imagina-se  
 53. que ERENICE não: (+) não: res (+) não aceitará ser responsável  
 54. por tudo sem dividir essa responsabilidade; (+) mas no momento  
 55. eleitoral me parece que ela está se comportando como parceira,  
 56. (+) como cabo eleitoral de DILMA ROUSSEFF.
57. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
58. Heródoto: E agora, outro lado. O líder do governo na câmara, o candidato  
 59. ô:: perdão, (+) CÂNDIDO VACCAREZZA do PÊ-TÊ, nega que  
 60. ERENICE esteja sendo protegida pelo governo.  
 61. SAI BG.
62. Vaccarezza: TÁ CLARO que a DILMA não tem nada com isso. Tá claro (++)  
 63. que o PÊ-TÊ não tem nada com isso. É o governo (+) quem tá  
 64. investigando é a Polícia Federal. Se tivesse preocupação em  
 65. proteger (+) e se nós não fossemos (+) é::: republicanos, como  
 66. eu falei, (++) nós teríamos outra atitude.

## 25UT2

Campanha eleitoral no segundo turno com Isabela Azevedo, de Brasília.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: Nós temos aqui outras informações também ainda a respeito da  
 3. campanha eleitoral no segundo turno. (+) Na reta final da  
 4. campanha, os candidatos DILMA e SERRA escolhem estados  
 5. com maiores colégios eleitorais para intensificar as suas  
 6. campanhas. (+++) São Paulo e Minas Gerais devem ter eventos  
 7. reforçados. O nordeste também faz parte dos planos de tucanos  
 8. e de petistas. (++) Marqueteiros e coordenadores se debruçam  
 9. sobre as estratégias para debates e propagandas nesta última  
 10. semana na busca do seu voto.
11. TEC: SAI BG.

12. Isabela: São Paulo e Minas Gerais estão no foco dos presidenciais  
13. nesta última semana antes do segundo turno, já que são os  
14. estados com os maiores colégios eleitorais do país e podem  
15. decidir as eleições. Os coordenadores da campanha tucana  
16. estudam fazer o último comício do candidato JOSÉ SERRA, em  
17. Minas, ao lado do ex-governador AÉCIO NEVES, na quinta-feira  
18. dia 28, último dia permitido por lei para realização de campanha  
19. eleitoral. Entre os petistas ainda há divergências entre o local do  
20. último comício. A expectativa é de que a candidata DILMA  
21. ROUSSEFF participe de evento, acompanhada do presidente  
22. LULA, em São Paulo, embora assessores da presidência  
23. informem que o último ato de campanha será realizado no centro  
24. da capital pernambucana, Recife. Fora isso, ambos candidatos  
25. têm na agenda previsão de viagens para o nordeste, onde há  
26. concentração de eleitores de LULA e estados em que o  
27. candidato tucano está atrás nas pesquisas de intenção de voto.  
28. Nas propagandas eleitorais e nos debates na TÊ-VÊ DILMA  
29. ROUSSEFF deverá continuar acusando o candidato tucano de  
30. querer privatizar a Petrobrás e a exploração do Pré-sal. Além  
31. disso, pode tentar correr atrás do voto feminino. Pesquisas  
32. eleitorais têm indicado que a presidencial é mais popular entre  
33. os homens do que entre as mulheres. Um dos coordenadores da  
34. campanha petista, o deputado ANDRÉ VARGAS, afirma que na  
35. reta final de campanha DILMA deve dar atenção especial (++)  
36. para elas.
37. Vargas: As mulheres, elas são pessoas que demoram um pouco mais  
38. para decidir. As pesquisas indicam apenas que, nesse momento,  
39. as intenções de voto são menores. Mas as intenções vão se  
40. consolidar num passo mais adiante, também de forma igualitária  
41. entre as mulheres, já que não só a nossa candidata é mulher  
42. como é uma candidata que vai continuar o governo que cuida  
43. bem das pessoas...
44. Isabela: Segundo o presidente do PÊ-ÉSSE-DÊ-BÊ, SÉRGIO GUERRA,  
45. o candidato JOSÉ SERRA deve aproveitar as últimas

46. propagandas e debates na TÊ-VÊ para abordar o tema meio  
 47. ambiente.  
 48. Guerra: Evidentemente que a questão da sustentabilidade e do meio  
 49. ambiente têm que estar presentes. As propostas  
 50. (incompreensível) do primeiro para o segundo turno, as  
 51. intenções de voto foram bastante alteradas. Os candidatos  
 52. estarão muito ligados nas pesquisas, nos acompanhamentos  
 53. diários de performances. De maneira que há 80 por cento de  
 54. previsibilidade 20 por cento que não é previsível. Penso que::,  
 55. quando digo a vocês, esta vai ser uma semana de definições.  
 56. Isabela: Durante a semana, o presidente LULA faz comício sem Dilma no  
 57. Paraná e ainda pode estender a agenda para Santa Catarina.  
 58. Na segunda e na sexta-feira, os presidenciáveis ainda  
 59. participam de debates na televisão. De Brasília, Isabela  
 60. Azevedo.

#### 25UT4

Representantes da sociedade respondendo ao vivo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação de Mayana Zatz - professora da USP e diretora do Centro de Estudos do Genoma Humano – e Sidarta Ribeiro – professor titular de Neurociências da Universidade do Rio Grande do Norte.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.  
 2. Heródoto: Você está aqui acompanhando as notícias mais importantes  
 3. desta manhã e nós temos perguntado aqui as pessoas porque  
 4. votam no candidato SERRA e por que votam na candidata  
 5. DILMA e essa pergunta nós temos feito ah e temos  
 6. limitado o tempo a um minuto e meio para que as pessoas  
 7. possam então dizer aqui a sua a sua opinião a respeito. E  
 8. nós temos aqui mais dois convidados temos aqui a doutora .  
 9. MAYANA ZATZ diretora do centro de estudos do genoma  
 10. humano e professora de genética da USP, e também

11. professor SIDARTA RIBEIRO que é professor titular de neuro  
 12. ciência da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.  
 13. Bom. É, doutora MAYANA ZATZ, por que a senhora vai votar  
 14. no SERRA?  
 15. Mayana: Porque eu/tenho certeza de que ele é muito mais preparado,  
 16. tanto pela sua formação acadêmica como pela experiência  
 17. administrativa como ministro da saúde e como/ no governo de  
 18. São Paulo. E eu tenho certeza de que ele poderá melhorar os  
 19. programas sociais e econômicos que foram implantados  
 20. pelo governo do FERNANDO HENRIQUE CARDOSO, quando  
 21. a inflação corria solta, e que foram continuados sabiamente  
 22. pelo governo LULA. Mas a (incompreensível) igual ou  
 23. melhora ou piora. Tá na hora de plantar de novo.  
 24. Há muito que melhorar na saúde, na educação, empregos.  
 25. e SERRA é na minha opinião a melhor pessoa para fazer  
 26. isso. Foi ele que quando ministro da saúde criou os genéricos  
 27. que hoje são vendidos nas farmácias populares. Foi ele que  
 28. criou o combate à AIDS que é elogiado no mundo inteiro. Mas,  
 29. eu defendo ele não só pelo seu discurso mas por sua  
 30. experiência pessoal que eu tive quando ele era ministro da  
 31. saúde (+). Eu fui procurá-lo para pedir ajuda para pacientes  
 32. que tem doenças neuromusculares e morrem prematuramente  
 33. por insuficiência respiratória. E por causa desse apoio hoje  
 34. eles conseguem viver 10 anos a mais. É o tempo que a gente  
 35. espera para encontrar uma cura. Eu sei também que o  
 36. SERRA tem o ensino como uma de suas metas prioritárias. Foi  
 37. no governo dele que nós iniciamos o programa de pré-iniciação  
 38. científica, abrindo as portas da USP para alunos de escolas  
 39. públicas/ que foi um sucesso. E que se for estendido para o  
 40. Brasil todo poderá beneficiar um milhão de alunos por ano.  
 41. Agora, foi também no governo ÉFE-AGÁ-CÊ da da que nós  
 42. iniciamos a/<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Truncamento ou corte brusco.

43. Heródoto: Ok professora. Professora, só pra equilibrar o tempo.
44. Professor SIDARTA RIBEIRO. Professor. Por que que o senhor
45. vai votar na DILMA?
46. Sidarta: Eu voto na DILMA porque eu desejo que os grandes avanços do
47. governo LULA se aprofundem nos próximos quatro anos.
48. Nós vivemos atualmente um período de crescimento econômico
49. com distribuição de renda que tem diminuído
50. significativamente a desigualdade social brasileira. Nos
51. últimos oito anos a renda per capita dos 10 por cento mais ricos
52. aumentou um vírgula cinco por cento ao ano enquanto a renda
53. dos 10 por cento mais pobres aumentou quase sete por cento.
54. São 29 milhões de pessoas pobres incorporadas à classe média.
55. O governo LULA no qual a DILMA foi uma peça chave foi um
56. governo estritamente democrático. Agiu pra efetivamente reduzir
57. os desequilíbrios regionais e, aumentou é de forma é
58. clara o respeito internacional do país. Especificamente no que
59. diz respeito à minha área foi iniciado uma revolução educacional
60. que precisa continuar com o estabelecimento do piso salarial
61. para os professores do nível básico, criação de muitas
62. universidades, escolas técnicas, grande investimento em
63. equipamentos, bolsas, salário. Mas ainda precisa
64. transformar a escola num local de excelência educacional e pra
65. isso nós precisamos de ideias radicais. É necessário que a
66. carreira de professor seja inteiramente unificada e federalizada,
67. de modo que a união se responsabilize pelo ensino em
68. todos os níveis que o salário de todos os professores seja
69. equiparado ao salário dos professores universitários. A DILMA é
70. uma gestora extremamente técnica e muito corajosa. Eu creio
71. que tem todas condições pra adotar essas mudanças radicais na
72. educação. (incompreensível) nossas riquezas naturais e o
73. nosso capital humano, ela vai poder completar a transformação
74. do Brasil num país desenvolvido em que os jovens encontram
75. todas condições para desenvolver ao máximo suas aptidões. Por
76. tudo isso eu voto na DILMA para presidente a república.

77. Heródoto: Professor, Ok. Professor SIDARTA? um minuto e meio. E  
78. agora eu pergunto novamente para professora MAYANA ZATZ.  
79. Professora MAYANA, por que não a DILMA?  
80. Mayana: Porque ela não tem o preparo e a/ experiência de estadista que  
81. o SERRA tem. Por causa da corrupção que há nesse governo e  
82. cada dia temos um novo escândalo. Por causa do desrespeito  
83. total às instituições. Por causa da interferência na imprensa ah  
84. livre. Os programa do LULA está sendo um sucesso porque é  
85. continuação do programa do FERNANDO HENRIQUE  
86. CARDOSO. Aumentaram o número de universidades mas  
87. diminuiu a qualidade. A burocracia está cada vez maior. A gente  
88. precisa assinar tantos papéis que fica praticamente impossível a  
89. gente competir com universidades do primeiro mundo. Eu sou  
90. uma pessoa privilegiada assim como SIDARTA e o NICOLELIS  
91. porque nós temos verba para pesquisa mas eu quero estender  
92. isso pra todos brasileiros. Eu acho que a gente não pode olhar  
93. só pro nosso umbigo. E eu acho que o SERRA , to convencida  
94. que o SERRA, é a pessoa indicada pra fazer isso. Ele tem esse  
95. preparo. Ele tem essa vontade. E ele vai conseguir fazer isso.  
96. Heródoto: Professor Sidarta. Por que não o SERRA?  
97. Sidarta: As razões para não votar no SERRA são muitas. Primeiro lugar,  
98. não reconheço nenhuma superioridade moral no governo dos  
99. tucanos em relação ao governo do PÊ-TÊ. A corrupção no  
100. governo dos tucanos foi muito maior. Eles venderam um monte  
101. de empresas, não pagaram a dívida e onde foi parar o dinheiro?  
102. O histórico das gestões tucanas é de privatização equivocada de  
103. empresas públicas, de achatamento salarial dos profissionais da  
104. educação, desrespeito com os professores da universidade,  
105. especialmente fora do eixo Rio-São Paulo. Foi assim em São  
106. Paulo e também no governo FERNANDO HENRIQUE. No que  
107. diz respeito ao SERRA, especificamente, tem uma medida como  
108. prefeito que me chocou muito. Assim que ele assumiu mandou  
109. colocar rampa de cimento chapiscado em baixo dos viadutos.  
110. Ou seja, é assim que você trata os mais fracos? No governo



111. Lula, os mais fracos foram aqueles que foram melhor tratados. E  
 112. no governo SERRA, assim que ele assume a prefeitura, ele  
 113. retira o o o local de moradia do do do morador de rua é de uma  
 114. maneira totalmente errada. A maneira de lidar com isso não é de  
 115. ir lá e colocar cimento para a pessoa não poder se deitar. A  
 116. maneira de se lidar com isso é de oferecer apoio para aquela  
 117. pessoa possa sair daquela situação. Eu não acredito que o  
 118. governo SERRA vai continuar as conquistas do governo LULA,  
 119. com todo respeito à MAYANA, A gente tá discutindo ideias. Eu  
 120. acredito que quem quer continuidade do governo Lula, que é um  
 121. imenso sucesso, tem que votar na DILMA.
122. Heródoto: Ok. Muito obrigado então aqui a gentileza dos dois professores.  
 123. Muito obrigado ao professor SIDARTA RIBEIRO, professor titular  
 124. de neuro-ciência da Universidade Federal do Rio Grande do  
 125. Norte, que vota em Dilma, e à professora Mayana Zatz, diretora  
 126. do Centro de Estudos do Genoma Humano e professora titular  
 127. da USP, que vota em SERRA. Obrigado aqui pela participação  
 128. dos dois, né?, por essa, por esse debate franco e democrático,  
 129. para que as pessoas possam também ajudar a formar a sua  
 130. própria opinião e decidir pelo melhor na eleição do próximo  
 131. domingo, quando você acompanha aqui na CBN uma cobertura  
 132. completa do segundo turno da eleição presidencial do nosso  
 133. país.

25UT5

Por dentro da política, com Lúcia Hipólito. Reta final.

1. TEC: VINHETA DE ABERTURA.  
 2. Heródoto: Olá Lúcia.  
 3. Hippólito: Bom dia Heródoto. Bom dia ouvintes da CÊ-BÊ-ÊNE.  
 4. Heródoto: Reta final agora?  
 5. Hippólito: Ai, finalmente, né, Heródoto. Esta é a mais longa Campanha  
 6. Eleitoral da história da República. Se você se lembrar, ela

7. começou há mais de dois anos, quando o presidente LULA  
 8. decidiu que ia fazer de DILMA ROUSSEFF a sua sucessora. De  
 9. lá pra cá ele não fez outra coisa a não ser subir em palanque,  
 10. vitaminar a candidatura de DILMA, andar com ela pra baixo e  
 11. pra cima, subindo em palanques, brigando com os  
 12. adversários, chingando, vociferando contra a imprensa,  
 13. contra a oposição etc. (+) De modo que essa última semana é  
 14. também uma semana de alívio, pra todo mundo. É::: ninguém:  
 15. outro dia alguém fez uma observação muito interessante né  
 16. Heródoto? Diz que (+) no comércio, até, o Natal já chegou, mas  
 17. eleição não chega. (++) Então as pessoas já estão é é  
 18. cansadas, 'tão exaustas, já não aguentam mais::.. Hoje tem o  
 19. debate da TÊ-VÊ Record, depois, no encerrar da campanha  
 20. eleitoral tem o debate da TÊ-VÊ Globo (+) e nós vamos pra essa  
 21. última semana de campanha sem que muitos temas importantes  
 22. (+) não tenham, não, tenham sido debatidos ah::: com:: debates  
 23. sobre temas que são importantes mas que não são urgentes.  
 24. Hamm: debates com temas irrelevantes. Né? Ambos os  
 25. candidatos fazendo campanha pra prefeito. Cada um mais::  
 26. mais:: mínimo, cada um mais local e paroquial do que o outro e  
 27. uma campanha muito baixa, muito suja em que imaginava-se  
 28. que a internet fosse servir pra reproduzir né apoios e e e  
 29. programas e aspectos positivos, e na verdade ela serviu mesmo  
 30. foi pra reproduzir e pra multiplicar a lama. Então::: acho que há  
 31. uma sensação de alívio em todo mundo que 'tá querendo acabar  
 32. mesmo. Vamos terminar, terminar::: vamos até domingo, se  
 33. possível sem grandes pancadarias, pra que no domingo se  
 34. conheça então o novo presidente ou a nova presidente do Brasil.  
 35. Heródoto: Brigado Lúcia?  
 36. Hippólito: Obrigado Heródoto. Bom dia e até amanhã.  
 37. Heródoto: 'Té 'manhã...

## 25UT6

A Charge do Jornal. Aulinha de administração pública e cursinho de previdência aqui no Brasil.

1. TEC: VINHETA DE ABERTURA
2. MÚSICA NATALINA EM BG.
3. Heródoto: Estava tudo (+) preparado. Convites impressos para mais de mil
4. sortudos. 50 mil libras reservadas para os comes e bebes do
5. palácio de Buckingham. Mas a crise acabou com a festa de
6. Natal da Rainha da Inglaterra.
7. TEC: SAI BG.
8. TEC: MÚSICA CERIMONIAL EM BG.
9. Heródoto: Muito constrangida, Sua Majestade cancelou a tradicional
10. comemoração programada para o dia 13 de dezembro.
11. TEC: SOBE / DESCE BG.
12. Heródoto: E para tirar o país do buraco o governo britânico anunciou o
13. maior corte de gastos desde a segunda guerra mundial. Uma
14. das medidas prevê a demissão de 500 mil servidores públicos
15. até 2015.
16. TEC: SAI BG.
17. TEC: SAMBINHA EM BG.
18. Heródoto: É. Os ingleses deveriam tomar aqui umas aulinhas de
19. administração pública, aqui no Brasil, que já se livrou dessa crise
20. faz muito tempo. O governo brasileiro ensina que para enfrentar
21. as crises o melhor é aumentar os gastos públicos e contratar
22. mais servidores, principalmente, em cargos de suma confiança.
23. TEC: SAI BG.
24. TEC: RAP NACIONAL EM BG.
25. Heródoto: Outro que deve fazer um cursinho intensivo (+), de previdência,
26. aqui no Brasil, é o presidente da França, o companheiro
27. SARKOZY. Os últimos dias a França parou por causa da
28. proposta que aumenta a idade mínima para a aposentadoria dos
29. franceses em dois anos. No Brasil, o roubo total da Previdência

30. Social deve fechar o ano em 44 bilhões de gastos. Mas o  
 31. ministro CARLOS EDUARDO GABAS garante que não corremos  
 32. nenhum risco de enfrentar uma situação nem sequer parecida  
 33. com a da república francesa.  
 34. Gabas: No Brasil, nós temos muito pé no chão. Nós não defendemos é:::  
 35. medidas que tirem o direito dos trabalhadores. Nós sabemos, a  
 36. partir de experiências negativas de outros países, sabemos o  
 37. que não pode ser feito.  
 38. TEC: SOBE BG. PARA A DEIXA FINAL: "MUNDO EM CRISE.  
 39. NINGUÉM 'TÁ A SALVO."  
 40. TEC: SAI TRILHA. FADE OUT.  
 41. Heródoto: Anotou aí, companheiro SARKOSY?

## 25UT7

Representantes da sociedade respondendo ao vivo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação de Mayana Zatz - professora da USP e diretora do Centro de Estudos do Genoma Humano - e Sidarta Ribeiro - professor titular de Neurociências da Universidade do Rio Grande do Norte.

Obs: Reedição da 25UT4

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.  
 2. Heródoto: [...] <sup>29</sup> A CBN abriu aqui um espaço para que diversos setores da  
 3. sociedade opinem sobre o segundo turno das eleições... (+++) A  
 4. doutora MAYANA ZATZ que é professora da USP e diretora do  
 5. Centro de Estudos do Genoma Humano. Segundo ela, ela vota  
 6. em JOSÉ SERRA porque segundo ela o candidato vai melhorar  
 7. e ampliar os programas sociais e investir em educação.  
 8. TEC: SAI BG.  
 9. Mayana: Tenho certeza de que ele é muito mais preparado, tanto pela  
 10. sua formação acadêmica como pela experiência administrativa::

<sup>29</sup> A fala de Heródoto Barbeiro no roteiro original 25UR3 foi substituída pela atual.

11. como ministro da saúde e como/ no governo de São Paulo. E eu
12. tenho certeza de que ele poderá melhorar (+) os programas
13. sociais e econômicos que foram implantados pelo governo do
14. FERNANDO HENRIQUE CARDOSO, quando a inflação corria
15. solta, (+) e que foram continuados sabiamente pelo governo
16. LULA. (+) Mas a (incompreensível) igual ou melhora ou piora. (+)
17. Tá na hora de plantar de novo. (+) Há muito que melhorar na
18. saúde na educação, empregos. (+) E SERRA é na minha opinião
19. a melhor pessoa para fazer isso. [...] <sup>30</sup>
20. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
21. Heródoto: [...] <sup>31</sup> (Incompreensível) professor titular de neurociências da
22. Universidade do Rio Grande do Norte, professor SIDARTA
23. RIBEIRO, que vota em DILMA, destaca que o governo LULA
24. tirou 29 milhões de pessoas e lutou pelo fim da desigualdade
25. social ((sobe o tom da voz)).
26. TEC: SAI BG.
27. Sidarta: Eu voto na DILMA porque eu desejo que os grandes avanços do
28. governo LULA se aprofundem nos próximos quatro anos. (+)
29. Nós vivemos atualmente um período de crescimento econômico
30. com distribuição de renda (+) que tem diminuído
31. significativamente a desigualdade social brasileira. (+) Nos
32. últimos oito anos a renda per capita dos 10 por cento mais ricos
33. tem aumentou um vírgula cinco por cento ao ano enquanto a
34. renda dos 10 por cento mais pobres aumentou quase sete por
35. cento. São 29 milhões de pessoas pobres incorporadas à classe
36. média. O governo LULA, no qual a DILMA foi uma peça chave,

<sup>30</sup> A seguir, o trecho que foi suprimido do original 25UR3: “Foi ele que quando ministro da saúde criou os genéricos que hoje são vendidos nas farmácias populares. Foi ele que criou o combate à AIDS que é elogiado no mundo inteiro. Mas, eu defendo ele não só pelo seu discurso mas por sua experiência pessoal que eu tive quando ele era ministro da saúde (+). Eu fui procurá-lo para pedir ajuda para pacientes que tem doenças neuromusculares e morrem prematuramente por insuficiência respiratória. (+) E por causa desse apoio hoje eles conseguem viver 10 anos a mais. É:: o tempo que a gente espera para encontrar uma cura. (+) Eu sei também que o SERRA tem o ensino como uma de suas metas prioritárias. Foi no governo dele que nós iniciamos o programa de pré- iniciação científica, abrindo as portas da USP para alunos de escolas públicas/ que foi um sucesso. (+) E que se for estendido para o Brasil todo poderá beneficiar um milhão de alunos por ano. (+) Agora, foi também no governo ÉFE-AGÁ-CÊ (+) da da que nós iniciamos (++) a/”

<sup>31</sup> A fala de Heródoto Barbeiro no roteiro original 25UT3 foi suprimida e substituída pela atual.

37. (+) foi um governo estritamente democrático. Agiu pra  
 38. definitivamente reduzir os desequilíbrios regionais (+) e,  
 39. aumentou (+) é:: de forma é:: clara o respeito internacional do  
 40. país. [...] <sup>32</sup>

\*As opiniões contrárias foram suprimidas do roteiro original 26UR3. Isto significa que os períodos 97 a 103 abaixo foram excluídos desta reedição.

97. Sidarta: As razões para não votar no SERRA são muitas. Primeiro lugar,  
 98. não reconheço nenhuma superioridade moral no governo dos  
 99. tucanos em relação ao governo do PÊ-TÊ. A corrupção no  
 100. governo dos tucanos foi muito maior. Eles venderam um monte  
 101. de empresas, não pagaram a dívida e onde foi parar o dinheiro?  
 102. O histórico das gestões tucanas é de privatização equivocada de  
 103. empresas públicas, [...]

### **Terça-feira, 26 de outubro de 2010.**

26UT8

O debate entre os candidatos à Presidência da República na TV Record. Foi transmitido ao vivo em 25.10.2010.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.  
 2. Heródoto: Olá, você já está aqui no Jornal da CÊ-BÊ-ÊNE para  
 3. acompanhar aqui o penúltimo debate do segundo turno entre os  
 4. candidatos DILMA ROUSSEFF e JOSÉ SERRA, (+) que aliás foi

<sup>32</sup> A seguir, trecho suprimido do original 25UT3: "Especificamente no que diz respeito à minha área foi iniciado uma revolução educacional que precisa continuar (+) com o estabelecimento do piso salarial para os professores do nível básico, criação de muitas universidades, escolas técnicas, grande investimento em equipamentos, bolsas, salário. (++) Mas ainda precisa transformar a escola num local de excelência educacional e pra isso nós precisamos de ideias radicais. (+) É necessário que a carreira de professor seja inteiramente unificada e federalizada (+), de modo que a união se responsabilize pelo ensino em todos os níveis (+) que o salário de todos os professores seja equiparado ao salário dos professores universitários. A DILMA é uma gestora extremamente técnica e muito corajosa. Eu creio que tem todas condições pra adotar essas mudanças radicais na educação. (+) (incompreensível) nossas riquezas naturais (+) e o nosso capital humano, ela vai poder completar a transformação do Brasil num país desenvolvido em que os jovens encontram todas condições para desenvolver ao máximo suas aptidões. Por tudo isso eu voto na DILMA para presidente a república.

5. marcado por troca de acusações. Durante duas horas de
6. confrontos na TÊ-VÊ Record, ontem à noite, (+) os dois
7. elevaram o tom das críticas e se acusaram mutuamente de
8. mentir sobre corrupção e privatização. (++) O candidato do PÊ-
9. ÉSSE-DÊ-BÊ, JOSÉ SERRA, citou a ex-ministra da casa civil
10. ERENICE GUERRA, (+) investigada pela polícia federal, (+)
11. tráfico de influência. Já a candidata do PÊ-TÊ, DILMA
12. ROUSSEFF, acusou SERRA de acobertar as supostas
13. irregularidades cometidas pelo ex-diretor do Dersa, PAULO
14. VIEIRA DE SOUZA, acusado de desviar quatro milhões de reais
15. da campanha de SERRA.
16. TEC: SAI BG.
17. Serra: Quem lançou um projeto, sem discussão, mal feito, foi o braço
18. direito da DILMA, a ERENICE, que aliás hoje depôs pra Polícia
19. Federal a respeito dos seus malfeitos.
20. Dilma: Candidato? Pelo menos, (++) ah: (+) quase seis dias da eleição,
21. nós temos um fato importante. De fato, a ex-ministra ERENICE,
22. depôs na Polícia Federal. O que dizer do PAULO PRETO, que
23. não só não depõe, mas quando te ameaça, vocês recuam,
24. encobre, esconde o que ele faz?
25. Serra: Primeiro, (+) o apelido, é:, que vocês puseram, é preconceituoso
26. e racista. Eu nem conhecia. Quando me perguntaram, foi por
27. isso que eu disse: “Não conheço (+) é, pessoa com esse
28. nome.” Em seguida expliquei do que se tratava. Vocês
29. inventaram uma coisa de:: (++) que:: (++) terá havido uma
30. contribuição para a minha campanha, (+) que eu não teria
31. recebido, (+) e que ele teria recebido. Não aconteceu. Menciono
32. que ele está citado, numa operação que a Polícia Federal (+) fez
33. e está investigando”. Castelo de areia. Quem tem que investigar
34. é a Polícia Federal”.
35. Dilma: Pois muito bem:: A polícia civil de São Paulo poderia investigar o
36. fato que ele foi preso por receptação de jóia roubada. Além

37. disso vocês podiam ter aberto pelo menos uma sindicância para  
 38. investigar esses malfeitos. A diferença de um governo para outro  
 39. governo é a seguinte: malfeitos acontecem. A atitude do  
 40. governo de investigar (+) e punir, é que importa.
41. Serra: Sabe porque que a DILMA fica levantando isso? Esse é um  
 42. assunto fantasioso. Pra mostrar, ou pra procurar dar a ideia de  
 43. que é todo mundo igual na política. Mas não é não. (++) Não é  
 44. não. (++) Ela teve como braço direito (+) durante sua gestão,  
 45. em Minas e Energia, (+) e na Casa Civil, uma mulher que  
 46. montou um esquema amplo de corrupção. Está respondendo por  
 47. isso.
48. Dilma: O candidato SERRA quando está pressionado inventa essa  
 49. história de trololó. Ele gosta de enrolar. Na verdade, é muito  
 50. importante que ele responda pelo senhor PAULO PRETO.  
 51. Porque o senhor PAULO PRETO está envolvido. (+) Num é só  
 52. braço direito, é es, é direito, esquerdo, e se a gente duvidar é a  
 53. cabeça também. (+) Porque ele é o responsável pelos projetos  
 54. mais importantes do governo (+) do senhor candidato JOSÉ  
 55. SERRA.
56. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
57. Heródoto: A questão das privatizações também esquentou os ânimos do  
 58. debate de ontem à noite na TÊ-VÊ Record entre DILMA de um  
 59. lado e SERRA do outro.
60. SAI BG.
61. Serra: A candidata DILMA (+) nos seus comerciais, no seu horário  
 62. político (+) tem dito mentirosamente de que eu penso privatizar o  
 63. petróleo do Pré-sal. (++) No entanto, ao longo do governo LULA,  
 64. (+) ela foi presidente do conselho de administração da  
 65. Petrobrás. O conselho de administração é quem manda na  
 66. Petrobrás. (++) E ela entregou, a Petrobrás entregou, é:  
 67. exploração de petróleo para 108 empresas privadas. (+) Metade  
 68. mais ou menos estrangeiras, metade nacionais. Logo, é:: há  
 69. uma contradição. Não é coerente a acusação que ela me faz  
 70. com o que ela fez.



71. Dilma: Candidato SERRA, o pré-sal é um bilhete premiado. Eu  
 72. considero que estás (+) que você está fazendo mais uma vez  
 73. uma deliberada enrolação. Você está misturando um momento  
 74. onde não existia o pré-sal com o momento onde existe o Pré-sal.  
 75. A partir do momento que o Pré-sal existiu nós mudamos as  
 76. regras. Nunca mais houve leilão de blocos no Brasil, candidato.
77. Serra: O que ela fez (+) teria sido privatização, deu pras empresas  
 78. privadas estrangeiras e nacionais. No entanto, quando ela (+) é,  
 79. no caso do Pré-sal, quem quer fazer isso é privatizante, é o  
 80. capeta.
81. Dilma: Olha, candidato SERRA, você ficou caladinho quando mudaram  
 82. o nome Petrobrax, substituindo o brás de Brasil. Essa fala dele a  
 83. respeito é: da maioria dos blocos serem estrangeiros, ela é  
 84. mentira. Porque, na maioria dos casos, há o controle pela  
 85. Petrobrás, dos blocos. Eu digo que eles estão querendo  
 86. privatizar (+) o filé mignon. A carne de pescoço era o que existia  
 87. ho/ ho antes. Agora, tão querendo entregar o filé mignon do  
 88. país.
89. Serra: Ninguém mudou o nome da Petrobrás. A DILMA fala que eu  
 90. minto. Ela é uma profissional (+) dessa arte.
91. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
92. Heródoto: Bom, na tentativa de ganhar votos eleitores da candidata  
 93. MARINA SILVA<sup>33</sup>, que disputou o primeiro turno, e você sabe foi  
 94. muito bem votada, recebeu mais ou menos uns 20 milhões de  
 95. votos. (++) A candidata do PÊ-TÊ, DILMA ROUSSEFF, e o  
 96. tucano JOSÉ SERRA discutiram sobre meio-ambiente no debate  
 97. de ontem à noite na TÊ-VÊ Record.
98. TEC: SAI BG.
99. Dilma: Nós propusemos metas de desmatamento (+) e metas para a  
 100. questão do controle da emissão de gás de efeito estufa em  
 101. Copenhagen. (++) Eu queria saber do candidato SERRA qual é  
 102. a posição dele sobre essa questão do plano nacional de

<sup>33</sup> Nomes de atores políticos e convidados aparecem em CAIXA ALTA.

103. mudanças climáticas. Eu tô dizendo plano nacional.
104. Serra: Eu fiz como governador, protagonizei, porque não fiz sozinho.
105. Aliás foi em aliança com o próprio partido verde. (+) Nós fizemos
106. uma lei de mudanças climáticas, que é considerada a melhor do
107. hemisfério sul, do mundo, e a terceira do planeta, entre estados
108. no caso Quebec e a Califórnia, (+) que fizeram? Fizemos uma
109. ação ambiental no estado (+) exemplar, inclusive
110. com relação às queimadas da cana-de-açúcar que nós
111. reduzimos drasticamente, melhorando muito a qualidade do ar
112. em todo estado.
113. Dilma: Eu queria destaca que nós definimos voluntariamente lá na/ co,
114. na Conferência de Copenhague, Nós definimos uma redução de
115. 36 a 39 por cento da emissão de gás de efeito estufa no
116. horizonte até 2020. Integra essa proposta a redução de 80 por
117. cento de desmatamento da Amazônia. É bom dizer que nós
118. tivemos, nos últimos anos, uma das maiores quedas na taxa de/
119. de desmatamento. Mantemos toda nossa política de matriz
120. energética renovável (+) é/ hidrelétricas, biomassa,
121. principalmente o etanol.
122. Serra: Eu pretendo, eu proponho, eu vou fazer, desmatamento zero na
123. Amazônia. Não tem sentido ter mais desmatamento. Segundo,
124. ela diz que limpou, que ajudou a limpar a matriz energética.
125. Falso. Durante a gestão da DILMA, à frente de Minas e Energia,
126. e à frente é da casa civil, a a matriz energética brasileira ficou
127. mais suja, com mais é produção (+) de energia (+) com
128. combustíveis (+) de gás carbônico.
129. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
130. Heródoto: Bom, no debate de ontem à noite na TÊ-VÊ Record, os
131. candidatos SERRA e DILMA, também trocaram farpas sobre as::
132. questões relativas ao tema segurança pública.
133. SAI BG.
134. Serra: Contrabando de arma de droga é a base do crime organizado no
135. Brasil. O Rio de Janeiro tem experiência com as U-PÊ-PÊs.
136. Nada a opor: uma experiência interessante. No entanto,

137. continuam os arrastões. Continua tudo isso. Por quê? Porque é  
 138. a droga que é injetada. E as armas que são injetadas é no país,  
 139. em face do descaso, em face do abandono das nossas  
 140. fronteiras, das nossas ações nessa área. Inclusive, também pelo  
 141. mar, que entram é muitas é dessas drogas ou armas; por aí  
 142. também. Eu vou fazer um ministério pra combater isso. De  
 143. verdade. Não com disco voador, como a DILMA disse é, num  
 144. outro momento, que era um aparato, um avião, sem piloto etc.,  
 145. que, como a imprensa mesmo mostrou, tá lá parado, não  
 146. andou nunca, foi comprado fora, pegou por experiência, deixou  
 147. de fazer no Brasil, e que tem tecnologia pra isso, e tem lá uma  
 148. grande encrenca. Ela disse que tava voando, depois  
 149. desmentiram, e aí ela não falou mais nada.
150. Dilma: Ridicularizar os veículos aéreos não tripulados é uma tolice,  
 151. porque eles são uma tecnologia comprovada. Um país com a  
 152. quantidade de fronteira terrestre e marítima como a nossa,  
 153. precisa de tecnologia, de informação. Precisa de polícia  
 154. treinada. Desprezar a Força Nacional de Segurança (++) é:::  
 155. Pública, também não é:: correto. Nós temos de fortalecer, formar  
 156. policiais.
157. TEC: TRILHA MUSICAL BG.
158. Heródoto: Porra! Taí então. É::: tem também o espaço, Thiago Barbosa,  
 159. pras pessoas fazerem os seus comentários do por que sim e do  
 160. por que não. /
161. TEC: SAI BG.

26UT9

O debate na TV Record. Depois do confronto. Reportagem com Luiz Motta e Cristina Coghi.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: Agora são seis e quarenta e três. O tom agressivo do debate  
 3. entre os candidatos JOSÉ SERRA e DILMA ROUSSEFF, no

4. debate na TÊ-VÊ Record, continuou depois do confronto.
5. encontro foi marcado por acusações sobre escândalos de cá e
6. privatizações de lá.
7. TEC: SAI BG.
8. Cristina Coghi: Militantes do PÊ-ÉRRE, partido da coligação que apoia DILMA
9. ROUSSEFF até foram à TÊ-VÊ Record mas, minutos antes do
10. debate, a chuva forte calou o olé-olé. Sem refúgio no prédio da
11. emissora, eles foram embora antes do início do debate. Na
12. chegada dos dois lados o discurso que seria um debate de alto
13. nível. O governador reeleito de Pernambuco EDUARDO
14. CAMPOS incluiu dose de otimismo e uma pesquisa que
15. entregou à DILMA ROUSSEFF. Nela a petista aparece na frente
16. de SERRA no estado. Duas vezes falharam os monitores em
17. que JOSÉ SERRA controlava o tempo das perguntas e
18. respostas. Alguns tucanos agiram rápido. Usaram os
19. cronômetros dos celulares e quando o tempo chegava ao limite
20. assoviavam para SERRA. Diferentemente do debate anterior, na
21. Bandeirantes, no da Record, foi SERRA quem puxou o embate
22. de denúncias, como o suposto esquema de lobe na casa civil.
23. DILMA rebateu lembrando o suposto desvio de quatro
24. milhões de reais que teria sido feito por PAULO VIEIRA,
25. ex-diretor da Dersa. A petista reclamou do comportamento de
26. SERRA durante o debate e também no final. Disse que o
27. adversário deixou perguntas sem respostas e resumiu o
28. comportamento de SERRA como arrogante.
29. Dilma: Houve um clima mais de soberba, um pouco de desdém por
30. parte do candidato SERRA. Eu tentei não deixar perguntas sem
31. respostas. Agora, eu tive de lutar muito para ter algumas minhas
32. respondidas. A do emprego por exemplo. Acho que ele não
33. responde sobre a questão.
34. Cristina: O tucano desdenhou da reclamação da petista.
35. TEC: CRISTINA: <DILMA ACABOU DE DIZER QUE O SENHOR NÃO
36. RESPONDEU SOBRE EMPREGO>.

37. Serra: É:.....? que interessa::nte! Eu só tinha uma coisa que eu fiquei  
 38. curioso de saber sobre o pensamento da DILMA. O  
 39. fato do COLOR ter influência, ser um dos mandantes da  
 40. BÊ-ÉRRE Distribuidora, da Petrobrás, e são questões que  
 41. estranhamente ela não se manifestou apesar de eu ter reiterado,  
 42. ficado sem resposta. ((alguém soprou ao ouvido de Serra))  
 43. Cristina: O deputado ANTONIO PALOCCI coordenador da campanha de  
 44. DILMA disse que SERRA foi agressivo no debate.  
 45. Palocci: É, ele foi um pouco mais agressivo, mas faz parte. Acho que não  
 46. é um bom procedimento no debate porque acho que a  
 47. população quer mais ouvir propostas né? (incompreensível) que  
 48. ela insistiu três vezes na questão do emprego e não obteve uma  
 49. resposta. Mais normal. Cada um (+) tem o seu procedimento.  
 50. Cristina: O presidente nacional do PÊ-ÉSSE-DÊ-BÊ senador Sérgio  
 51. Guerra afirmou que SERRA não foi agressivo e sim incisivo.  
 52. Guerra: Tem que respeitar o outro é evidente mas tem que falar de um  
 53. jeito que todo mundo entenda, que (incompreensível) interesse,  
 54. mobilização, energia. Tem que ter um certo combate para que  
 55. as pessoas se interessem.  
 56. Cristina: Os vices das duas chapas acompanharam os seus candidatos.  
 57. MICHEL TEMER rasgou elogios à DILMA no final do debate e  
 58. disse que nessa reta final vai intensificar a campanha nos  
 59. estados do sul. O vice de SERRA, ÍNDIO DA COSTA, disse que  
 60. vai se dedicar mais ao estado dele o Rio de Janeiro. (+) De São  
 61. Paulo, Luiz Motta e Cristina Coghi.

26UT11

Representantes da sociedade respondendo ao vivo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação dos líderes religiosos Leonardo Boff - teólogo e professor emérito de filosofia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro - e Silas Malafaia da Assembleia de Deus.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: Bem, nós temos perguntado aqui para convidados por que
3. que votam no no candidato, num candidato e noutro
4. candidato no segundo turno das eleições. Nós vamos
5. então repetir essas perguntas e limitar o tempo da resposta
6. a um minuto e meio pra dizer que vota e outro minuto e
7. meio pra dizer por que não vota. Eu tenho aqui dois líderes
8. religiosos. Estou aqui com o pastor SILAS MALAFAIA da
9. Assembleia de Deus e estou aqui também com o
10. LEONARDO BOFF, que é teólogo e professor emérito de
11. filosofia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Então
12. vou perguntar primeiro para o pastor SILAS MALAFAIA.
13. Pastor, por que é que o senhor vai votar no SERRA?
14. Malafaia: Bom dia, é um prazer, uma alegria, pela oportunidade. Eu
15. vou votar em SERRA pela sua biografia. Eu aprendo
16. que o ser humano, todos nós somos indivíduos, a
17. qualidade de ser único, insubstituível, inconfundível,
18. incomparável. Então a biografia de SERRA, ele me dá a
19. indicação que nós precisamos de alguém que esteja acima
20. de partidos políticos, que tenha liderança pra governar o
21. Brasil. Porque eleição não é prêmio, nem gratidão por
22. algum governante que tenha feito alguma coisa boa.
23. Eleição pra presidente do país, que até na minha casa é
24. necessário liderança. É alguém que tenha condições de
25. estar acima dos partidos políticos, que não tenha
26. aquela que não seja presa de radicalismo nenhum, de
27. partido nenhum Então eu acredito que pela biografia de
28. SERRA, pela sua história política, ele está mais bem
29. preparado para governar o nosso país nesse tempo. E
30. voltando a reafirmar que eleição pra mim não é uma
31. questão emocional. Ou é uma questão como um clube de
32. futebol de paixão. Eu não sou ligado a partido político
33. nenhum. Então, creio piamente que SERRA está preparado
34. pra esse momento pra dirigir a nossa nação (ok) e levar o

35. Brasil pra rumos melhores.
36. Heródoto: Ok. Muito obrigado. Agora eu pergunto ao doutor
37. LEONARDO BOFF. Doutor / LEONARDO BOFF, por que
38. que o senhor vai votar em DILMA?
39. Boff: Bom dia Heródoto, bom dia radio-ouvintes. Eu voto em
40. DILMA para garantir as conquistas e também pra
41. que se consolide os avanços que o governo LULA
42. alcançou. Não é pouca coisa, que uma população inteira na
43. França, mais de 50, são 60 milhões de pessoas
44. foram integradas na sociedade, deixaram a miséria, ((ruído
45. da linha)) comem, podem trabalhar, sentir a sua dignidade
46. de pessoas humanas. Então, esse legado de LULA, que é
47. legado de governo. Não se trata de pessoas,
48. nem se trata de atores sociais que governam em
49. nome de um conjunto de alianças e e e serviço de
50. um projeto de país. Então eu voto em LULA porque ele deu
51. centralidade às questões sociais encaminhou
52. fundamentalmente (ruído) essa os interesses
53. de governo para aqueles que foram sempre os condenados
54. da terra, destituídos, nunca contemplados, e que
55. ganharam agora importância e fundamentalmente pra
56. além do Brasil garantir uma política externa autônoma que
57. procura não alinhar-se simplesmente às potências centrais
58. militaristas, imperialistas, mas integrar a América Latina,
59. ajudar aqueles países mais pobres, reforçar o grande sul
60. que é empobrecido |<sup>34</sup> para que ele seja forte |
61. Heródoto: |ok... |doutor Boff?
62. Boff: pelo diálogo. Por isso que voto em DILMA | ...pra continuar
63. Heródoto: |Ok.
64. Boff: esse projeto.
65. Heródoto: Agora eu pergunto para o pastor SILAS MALAFAIA. Pastor,
66. por que não a DILMA?

---

<sup>34</sup> Falas simultâneas.

67. Malafaia: É porque DILMA só é alguma coisa por causa de LULA. Se  
 68. DILMA não ‘tivesse ancorada em popularidade de LULA, ela  
 69. nem no segundo turno ‘taria. Eu não voto como gratidão. E outra  
 70. coisa se tem estabilidade nesse país, porque o PÊ-TÊ não  
 71. descobriu o Brasil não, viu gente. Tem estabilidade nesse  
 72. país porque houve um negócio chamado Plano Real. Eu  
 73. queria saber se iam fazer tudo que estão fazendo se lá  
 74. atrás não tivessem outros pra fazerem. Então, eu não voto  
 75. em DILMA, absolutamente, porque ela só alguma coisa  
 76. pela popularidade de LULA e eu não tenho agora o voto  
 77. nem em LULA e nem em FERNANDO HENRIQUE. Eu  
 78. tenho o voto em alguém que tenha a competência de dirigir  
 79. o país. Ela não tem essa experiência. Está ancorado num  
 80. populismo e eu acredito que alguém que goste de HUGO  
 81. CHAVES, ah éh presidente do Irã, dessas coisas mais  
 82. retrógradas eu não quero isso pro meu país. Então, em  
 83. absoluto não voto em outro que ‘tá ancorado em populismo  
 84. de alguém. Mas que a pessoa seja pela sua competência e  
 85. trajetória. DILMA, ZERO, porque vai ser garra na mão de  
 86. radicais do PÊ-TÊ.
87. Heródoto: Ok. Vamos perguntar agora para o doutor LEONARDO  
 88. BOFF. Doutor BOFF, por que não o SERRA?
89. Boff: Eu não voto em SERRA porque não se trata de coisas e de  
 90. pessoas. Eu acho que é um equívoco político fazer  
 91. julgamento de pessoas, que se trata de julgar projetos  
 92. políticos. Um governo inteiro. Então a base política de  
 93. SERRA é a banca ruralista, são os negociantes das  
 94. privatizações, é aquele governo que fez políticas ricas para  
 95. os ricos e pobres para os pobres. Que nessa campanha  
 96. usou, manipulou a piedade popular, caluniou, mentiu,  
 97. favoreceu todo um (ruído da linha) uma degeneração do  
 98. discurso político. Então é uma pessoa que eu acho que  
 99. não é competente para unificar o país’. Competente  
 100. para que? Para reforçar os ricos, para reforçar o velho



101. projeto de alinhamento de grandes potências. Ou é para  
 102. voltar-se ao povo brasileiro com cuidado e não  
 103. simplesmente para gerenciá-lo. Então eu tenho mil razões  
 104. para não votar, não prolongar aquele projeto, que terminou  
 105. fracassado e que cujas teses foram rejeitadas na crise  
 106. econômica financeira de 2008 e agora são novamente  
 107. ressuscitadas. Então eu não vejo vantagem para o nosso  
 108. país voltar aquilo de antes mas agora continuar com  
 109. o novo que LULA inaugurou e que DILMA vai levar  
 110. avante com muito mais profundidade.
111. Heródoto: Ok. Muito obrigado aqui a gentileza dos dois líderes  
 112. religiosos aqui tempos iguais ao, eu quero agradecer  
 113. ao teólogo LEONARDO BOFF, professor emérito de  
 114. filosofia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro e  
 115. também ao pastor SILAS MALAFAIA que é da Assembleia  
 116. de Deus e (incompreensível) Cristo. Os dois fazendo  
 117. comentários aqui por que escolhem por que votam num  
 118. candidato e não votam em outro. Tempos iguais com  
 119. opiniões absolutamente divergentes pra que você possa  
 120. também formar a sua própria opinião a respeito do segundo  
 121. turno, que acontece no próximo domingo dia 31 e você  
 122. acompanha aqui uma cobertura especial feita pela CÊ-BÊ-  
 123. ÊNE desde manhãzinha ao longo de todo o dia de votação  
 124. para a escolha do presidente do país.

26UT12

Por dentro da política, com Lúcia Hypólito. O debate da Record.

1. TEC: VINHETA DE ABERTURA.
2. Heródoto: Olá Lúcia?
3. Lúcia: Bom dia Heródoto. Bom dia ouvintes da CÊ-BÊ-ÊNE.
4. Heródoto: Lúcia, estamos então aí numa (+) numa semana de  
 5. debates. Já tivemos um ontem:::

6. Lúcia: Ai Heródoto! Mas aquela hora da noite é desesperador.

7. Eu não consegui chegar até o final. Eu realmente quase (+)

8. eu dormi no último bloco. Eu realmente não consegui

9. chegar até o final. A pancadaria era de tal ordem que 'tava

10. difícil você: sabe ficar de olho aberto pra prestar atenção

11. em alguma coisa positiva. Realmente::: ah::: Aí assim (+) o

12. debate da TÊ-VÊ Globo nós vamos ver cenas de pugilato

13. mesmo porque realmente os dois 'tão se atacando de uma

14. forma incrível mesmo. E fica muito difícil de acompanhar

15. Heródoto porque toda propaganda da DILMA a coloca

16. como a, praticamente, dona do governo LULA, né? Ela fez

17. tudo, todos os outros ministros eram subordinados a ela.

18. Eram praticamente funcionários dela. Ela fez tudo. Ela

19. coordenou todas as ações de governo. Ela mandou e

20. desmandou. Todos os sucessos são atribuídos a ela. E pra

21. isso, ela precisa que SERRA faça o mesmo papel durante

22. os dois mandatos de FERNANDO HENRIQUE. E não foi o

23. que aconteceu. Quer dizer. Os ministros no governo

24. FERNANDO HENRIQUE eram autônomos. O presidente

25. tinha liderança. SERRA cuidava apenas da sua pasta.

26. Então muitas das ações do governo FERNANDO

27. HENRIQUE, inclusive SERRA foi contra. E aí fica muito

28. difícil porque no seu governo. Não era o governo dele. Era

29. o governo do FERNANDO HENRIQUE. É é:: Em muitas

30. coisas inclusive ele foi contra. Então fica difícil, você:: fica

31. falso. Fica forçado demais você querer colocar SERRA na

32. posição em que DILMA foi colocada pela propaganda

33. petista. E e aí fica artificial o debate. A conversa não anda,

34. num rende, aí ele tira uma ERENICE do bolso, ela tira um

35. PAULO PRETO do bolso e:: e:: e o debate fica todo

36. truncado. E àquela hora da noite realmente:: olha é uma

37. coisa de desafiar a pessoa mais bem intencionada pra

38. assistir aquilo, Heródoto. O debate na TÊ-VÊ Globo vai

39. ser um pouco mais cedo ah |e a gente...

40. Heródoto: |É na sexta-feira, né? ((A voz  
41. do âncora se sobrepôs à da Lúcia))<sup>35</sup>  
42. Lúcia: É na sexta-feira, exatamente. Aliás a CÊ-BÊ-ÊNE vai  
43. transmitir, não é isso?  
44. Heródoto: Sim.  
45. Lúcia: Na íntegra?  
46. Heródoto: Sim  
47. Lúcia: E aí a gente espera que seja, sabe, um pouco mais  
48. civilizados também, né? Um pouco menos, menos ah ah  
49. pugitado do que foi o debate de ontem,  
50. Heródoto: Até mais, Lúcia?  
51. Lúcia: Bom dia Heródoto. Até amanhã.  
52. Heródoto: Até amanhã.

## 26UT13

Representantes da sociedade respondendo ao vivo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação dos líderes religiosos Leonardo Boff - teólogo e professor emérito de filosofia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro - e Silas Malafaia da Assembleia de Deus.

Obs: Reedição da 26UT11R.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.  
2. Heródoto: [...] <sup>36</sup> Você tem acompanhado aqui a:::: para que diversos  
3. setores da sociedade possam opinar sobre candidatos à  
4. Presidência da República. A eleição é no próximo domingo.  
5. Você acompanha a cobertura aqui na CÊ-BÊ-ÊNE. (+++) Já  
6. ouvimos várias pessoas de vários segmentos de nossa  
7. sociedade. Hoje nós conversamos com dois líderes religiosos.

<sup>35</sup> Comentário do analista.

<sup>36</sup> A fala de Heródoto Barbeiro no roteiro original 25UR3 foi substituída pela atual.

8. (+) O pastor SILAS MALAFAIA da Assembleia de Deus afirma  
 9. que vai votar em JOSÉ SERRA pela sua biografia. Segundo ele  
 10. o candidato tucano está acima dos partidos políticos.  
 11. TEC: SAI BG.  
 12. Malafaia: [...] <sup>37</sup> Eu vou votar em SERRA pela sua biografia (+) Eu aprendo  
 13. que o ser humano, todos nós somos indivíduos, a qualidade de  
 14. ser único, insubstituível, inconfundível, incomparável. Então a  
 15. biografia de SERRA, ele me dá a indicação que nós precisamos  
 16. de alguém que esteja acima de partidos políticos e tenha  
 17. liderança pra governar o Brasil. Porque eleição não é prêmio,  
 18. nem gratidão por algum governante que tenha feito alguma coisa  
 19. boa. [...] <sup>38</sup>  
 20. TRILHA MUSICAL EM BG.  
 21. Heródoto: [...] <sup>39</sup> E agora o outro lado. Já o teólogo e professor emérito de  
 22. filosofia da Universidade Estadual do Rio, LEONARDO BOFF,  
 23. ele vai votar em DILMA porque segundo ele o governo LULA  
 24. tem um projeto de país e investiu nos mais pobres.  
 25. Boff: Eu voto em DILMA para garantir as conquistas e também para  
 26. que se consolide os avanços que o governo LULA alcançou.  
 27. Não é pouca coisa, que uma população [...] <sup>40</sup>, mais de 50,  
 28. são 60 milhões de pessoas (+) foram integradas na  
 29. sociedade, (+) deixaram a miséria, (ruído), comem, podem  
 30. trabalhar, sentir a sua dignidade de pessoas humanas. Então,  
 31. esse legado de LULA, que é legado de governo. (+) Não se trata  
 32. de pessoas, nem se trata de atores sociais que governam (+)  
 33. em nome de um conjunto de alianças e e e e a serviço de um

<sup>37</sup> Trecho suprimido do original que foi ao ar na edição anterior deste dia: “Bom dia, é um prazer, uma alegria, pela oportunidade.”

<sup>38</sup> Trecho suprimido do roteiro original 26UR9: “Eleição pra presidente do país, que até na minha casa é necessário liderança. É alguém que tenha condições de estar acima dos partidos políticos, que não tenha (+) aquela:: que não seja presa de radicalismo nenhum, de partido nenhum::: Então eu acredito que pela biografia de SERRA, pela sua história política, ele está mais bem preparado para governar o nosso país nesse tempo. E voltando a reafirmar (+) que eleição pra mim não é uma questão emocional. Ou é uma questão como um clube de futebol de paixão. Eu não sou ligado a partido político nenhum. Então, creio piamente que SERRA está preparado pra esse momento pra dirigir a nossa nação (+) e levar o Brasil pra rumos melhores.

<sup>39</sup> A fala de Heródoto Barbeiro no roteiro original 25UR3 foi suprimida e substituída pela atual.

<sup>40</sup> Foi suprimida a parte: “inteira na França”.

34. projeto de país. [...] <sup>41</sup> Por isso que voto em DILMA | ...pra  
 36. Heródoto: |Ok.  
 35. Boff: continuar esse projeto.

\*As opiniões contrárias foram suprimidas do roteiro original 26UR9. Isto significa que os períodos 65 a 110 abaixo foram excluídos desta reedição.

65. Heródoto: Agora eu pergunto para o pastor SILAS MALAFAIA. Pastor,  
 66. por que não (+) a DILMA?  
 67. Malafaia: É porque DILMA só é alguma coisa por causa de LULA. Se  
 68. DILMA (+) não 'tivesse ancorada em popularidade de LULA, ela  
 69. nem no segundo turno 'taria. Eu não voto como gratidão. E outra  
 70. coisa (+) se tem estabilidade nesse país, porque o PÊ-TÊ não  
 71. descobriu o Brasil não, viu gente. Tem estabilidade nesse  
 72. país porque houve um negócio chamado Plano Real. Eu  
 73. queria saber se iam fazer tudo que estão fazendo se lá  
 74. atrás não tivessem outros pra fazerem. Então, eu não voto  
 75. em DILMA, absolutamente, porque ela só alguma coisa  
 76. pela popularidade de LULA (+) e eu não tenho agora o voto  
 77. nem em LULA e nem em FERNANDO HENRIQUE. Eu  
 78. tenho o voto em alguém que tenha a competência de dirigir  
 79. o país. Ela não tem essa experiência. Está ancorado num  
 80. populismo e eu acredito que alguém que goste de HUGO  
 81. CHAVES, ah éh presidente do Irã, dessas coisas mais  
 82. retrógradas:::: eu não quero isso pro meu país. Então, em  
 83. absoluto não voto em outro que 'tá ancorado em populismo  
 84. de alguém. Mas que a pessoa seja pela sua competência e  
 85. trajetória. DILMA, ZERO, porque vai ser garra na mão de  
 86. radicais do PÊ-TÊ.  
 87. Heródoto: Ok. Vamos perguntar agora para o doutor LEONARDO

---

<sup>41</sup> às questões sociais (++) encaminhou fundamentalmente (ruído) essa os interesses de governo para aqueles que foram sempre os condenados da terra, destituídos, nunca contemplados, (+) e que ganharam agora importância (+) e fundamentalmente pra além do Brasil garantir uma política externa autônoma que procura não alinhar-se simplesmente às potências centrais militaristas, imperialistas, mas integrar a América Latina, ajudar aqueles países mais pobres, reforçar o grande sul que é empobrecido | para que ele seja forte |  
 Heródoto: |ok... |doutor Boff?  
 Boff: ...pelo diálogo.

88. BOFF. Doutor BOFF, por que não o SERRA?
89. Boff: Eu não voto em SERRA porque não se trata de coisas e de
90. pessoas. Eu acho que é um equívoco político fazer
91. julgamento de pessoas, que se trata de julgar projetos
92. políticos. Um governo inteiro. Então a base política de
93. SERRA (++) é a banca ruralista, são os negociantes das
94. privatizações, é aquele governo que fez políticas ricas para
95. os ricos e pobres para os pobres. Que nessa campanha
96. usou, manipulou a piedade popular, caluniou, mentiu,
97. favoreceu todo um (ruído da linha) uma degeneração do
98. discurso político. Então é uma pessoa (+) que eu acho que
99. não é competente::: para unifica:::r o país'. Competente
100. para que? Para reforçar os ricos, para reforçar o velho
101. projeto de alinhamento de grandes potências. Ou é para
102. voltar-se ao povo brasileiro com cuidado e não
103. simplesmente para gerenciá-lo. Então eu tenho mil razões
104. para não votar, não prolongar aquele projeto, que terminou
105. fracassado (+) e que cujas teses foram rejeitadas na crise
106. econômica financeira de 2008 e agora são novamente
107. ressuscitadas. Então eu não vejo vantagem para o nosso
108. país (+) voltar aquilo de antes (+) mas agora continuar com
109. o novo que LULA inaugurou e que DILMA (+) vai levar
110. avante com muito mais profundidade.

#### **Quarta-feira, 27 de outubro de 2010.**

27UT14

Os candidatos à Presidência da República em campanha nacional. Dilma em Fortaleza e Serra em Caxias do Sul.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: Em Caxias do Sul, o candidato JOSÉ SERRA não quis comentar
3. a pesquisa do Datafolha que dá uma vantagem de 12 pontos

4. percentuais para DILMA ROUSSEFF. Sem especificar as
5. medidas imediatas que tomaria num eventual governo, SERRA
6. prometeu mudar<sup>42</sup> a política macroeconômica.
7. TEC: SAI BG.
8. Serra: (Ambiente público em BG.) O Brasil tá sofrendo uma
9. desindustrialização. E a DILMA encarna isso. É a volta a ser
10. um país exportador de *commodities*, de alimentos, de
11. matérias-primas, deixando a indústria de lado. Eu vou mudar
12. essa política econômica.
13. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
14. Heródoto: E agora, o outro lado. A candidata do PÊ-TÊ à presidência,
15. DILMA ROUSSEFF, fez campanha no Ceará e em Pernambuco.
16. Em Fortaleza, DILMA desfilou em carro aberto ao lado do
17. governador reale: reeleito do Ceará, CID GOMES, e fez uma
18. rápida saudação aos militantes.
19. TEC: SAI BG.
20. Dilma: (Multidão em BG.) Eu quero agradecer vocês, nesse
21. momento especial, nessa nessa reta final da campanha.
22. É o momento em que eu me encho (+) de força. E com
23. o voto de vocês, eu vou ser a primeira presidenta. Que
24. continue até o dia 31 dando o seu apoio, a sua confiança,
25. o seu voto.

27UT15

(Ler 27UT16)

Heródoto Barbeiro chama matéria que trata de denúncias de irregularidades no processo de licitação do Metrô de São Paulo. Entra sonora do Tribunal Superior Eleitoral, sobre direito de resposta. Erro de edição.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: São seis horas e catorze minutos::: O governo de São Paulo

---

<sup>42</sup> Verbo introdutor (dicendi)

3. suspendeu os contratos para a ampliação das linhas: da linha  
4. lilás do metrô. O objetivo aqui é investigar denúncias de  
5. irregularidades no processo de licitação. Aliás, uma  
6. denúncia que foi publicada pela Folha de São Paulo. O  
7. candidato do PÊ-ÉSSE-DÊ-BÊ à presidência, JOSÉ SERRA,  
8. que era governador do estado no início do processo, defendeu a  
9. investigação.
10. SAI BG.
11. TEC: ERRO. AO INVÉS DE RODAR A SONORA COM O  
12. EX-GOVERNADOR E ATUAL CANDIDATO À PRESIDÊNCIA  
13. JOSÉ SERRA RODOU A MATÉRIA COM A REPÓRTER  
14. BASÍLIA RODRIGUES SOBRE O TRIBUNAL SUPERIOR  
15. ELEITORAL, QUE NEGOU O DIREITO DE RESPOSTA A JOSÉ  
16. SERRA.
17. BASÍLIA: "O TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL NEGOU O  
18. DIREITO DE RESPOSTA A JOSÉ SERRA POR CAUSA DA  
19. PROPAGANDA PETISTA QUE CHAMOU DE TEATRO O  
20. EPISÓDIO DA SEMANA PASSADA EM QUE O TUCANO  
21. AFIRMA TER SIDO ATINGIDO NA CABEÇA. JÁ A CANDIDATA  
22. PETISTA GANHOU O SEU PRIMEIRO DIREITO DE  
23. RESPOSTA POR CAUSA DA EXPRESSÃO 'TURMA DA  
24. DILMA' USADA NA PROPAGANDA TUCANA. A SESSÃO  
25. DESTA TERÇA-FEIRA DO TÊ-ÉSSE-É. FOI TOMADA POR  
26. PEDIDOS APRESENTADOS PELOS PRESIDENCIÁVEIS. O  
27. ADVOGADO TUCANO EDUARDO ALCKMIN DEFENDEU QUE  
28. NÃO HOUVE OFENSA NA EXPRESSÃO 'TURMA DA DILMA'.  
29. ALCKMIN: ISSO NÃO MERECE SER DITO À POPULAÇÃO  
30. PARA QUE ELA POSSA FAZER A ESCOLHA MAIS  
31. PERTINENTE? SE O ELEITOR ACHA QUE ISSO NÃO TEM  
32. IMPORTÂNCIA TUDO BEM. MAS, SER INFORMADO DISSO, É  
33. ALGO, *DATA VENIA* LEGÍTIMA. NÃO SE OFENDEU A HONRA  
34. DE QUEM QUER QUE SEJA. ((PASSAGEM EDITADA))  
35. AQUELES QUE LHES SÃO MAIS PRÓXIMOS, COMO ZÉ  
36. DIRCEU, VALTER CARDEAL, ERENICE, É:: REALMENTE SE



37. ENVOLVERAM COM ESCÂNDALOS NOTÓRIOS.
38. BASÍLIA: OS ARGUMENTOS NÃO CONVENCERAM E A
39. PETISTA GANHOU DIREITO DE RESPOSTA DE UM MINUTO
40. CONTRA SERRA. O ADVOGADO PETISTA, ADMAR
41. GONZAGA, CONSIDEROU QUE A EXPRESSÃO PASSA A
42. IDEIA DE QUE A CANDIDATA INTEGRA UMA QUADRILHA.
43. GONZAGA: 'TOMADA', EXCELÊNCIAS, É UMA EXPRESSÃO
44. QUE, SEGUNDO OS DICIONÁRIOS, SABEM MAIS VOSSAS
45. EXCELÊNCIAS DO QUE EU, SIGNIFICA ASSALTAR,
46. USURPAR, FAZER TUDO AQUILO FORA DA LEGALIDADE. E
47. 'A TURMA DA DILMA', NO SENTIDO DE SE DAR A
48. IMPRESSÃO AO ELEITOR DE QUE AQUILO É UM BANDO,
49. UMA QUADRILHA, QUE TOMOU UMA EMPRESA PÚBLICA.
50. BASÍLIA: O CANDIDATO TUCANO SAI DA SESSÃO DESTA
51. TERÇA-FEIRA SEM DIREITO DE RESPONDER
52. À PROPAGANDA PETISTA, QUE O ACUSOU DE TER
53. FORJADO UMA SITUAÇÃO DURANTE A CAMINHADA NO RIO
54. DE JANEIRO NA SEMANA PASSADA. OS PETISTAS TAMBÉM
55. TENTARAM GANHAR NA JUSTIÇA O DIREITO DE REBATER
56. AS CRÍTICAS FEITAS NO PROGRAMA DE SERRA CONTRA O
57. PÊ-TÊ SOBRE O MESMO EPISÓDIO, MAS O PEDIDO
58. TAMBÉM FOI NEGADO. DE BRASÍLIA, BASÍLIA RODRIGUES.
59. Heródoto: Ok. Daqui a pouco a gente volta aqui com as informações ainda
60. a respeito da suspeita de fraude no Metrô, às seis e 16.

27UT16

(Ler 27UT15)

Detalhes a respeito da suspeita de contratos da linha lilás do Metrô.

1. Heródoto: Agora são seis e 19. Agora sim você tem os detalhes a respeito
2. da suspeita de contratos da linha lilás do Metrô.
3. João Vito O governador de São Paulo, ALBERTO GOLDMAN decidiu
4. interromper os contratos das obras da linha do Metrô que vai

5. ligar a zona sul de São Paulo à região central. Ele disse que vai  
6. pedir ao Ministério Público que investigue as denúncias de  
7. irregularidades no processo licitatório. O Jornal Folha de S.Paulo  
8. publicou uma reportagem nesta terça-feira informando que  
9. tomou conhecimento do resultado da licitação seis meses antes  
10. da divulgação. O governador ALBERTO GOLDMAN garantiu  
11. que não houve ainda a utilização de recursos públicos no  
12. projeto.
13. Goldman: Nós assinamos os contratos a semana passada mas as  
14. empresas ainda não receberam ordem de serviço:: então nós  
15. paralisamos (++) o andamento dessas licitações, e portanto  
16. paralisamos o andamento de qualquer obra. Não havia sido  
17. iniciado nenhuma obra, nenhum tostão foi gasto até agora. De  
18. qualquer forma nós paralisamos até que tudo isso pudesse ser  
19. esclarecido.
20. João Vito O governador ALBERTO GOLDMAN, que é do  
21. PÊ-ÉSSE-DÊ-BÊ, disse esperar que o assunto não chegue à  
22. campanha eleitoral, porque todos os esclarecimentos estão  
23. sendo dados. Mais cedo, o candidato tucano à presidência da  
24. República, JOSÉ SERRA, que era governador do estado no  
25. início do processo de licitação, havia defendido a suspensão  
26. dos contratos e uma investigação das construtoras que  
27. participaram da disputa.
26. Serra: Do ponto de vista dos custos, o Metrô atuou impecavelmente. Se  
27. houve ou não entendimento entre os construtores é uma  
28. questão que ao meu ver deve ser investigada.
29. João Vito Depois da divulgação da denúncia, a oposição ao governo  
30. paulista começou a se articular. O PÊ-DÊ-TÊ decidiu protocolar  
31. um pedido de CÊ-PÊ-Í na Assembleia Legislativa de São Paulo.  
32. O PÊ-TÊ pretende apresentar uma representação no Ministério  
33. Público. De São Paulo João Vito Cinquepalmi.

27UT18

Representantes da sociedade respondendo ao vivo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação de Alberto Broch - presidente da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura CONTAG - e de Roberto Ticoulat - vice-presidente da Sociedade Rural Brasileira.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: E você está acompanhando as notícias mais importantes da
3. manhã. E nós temos perguntado a opinião das pessoas a
4. respeito da eleição do próximo domingo e em quem vão votar. E
5. nós temos ah::: perguntado por que vota, um minuto e meio
6. cada um, e depois por que que não vota, um minuto e meio pra
7. cada um. Eu vou controlar o tempo, obviamente, para que essas
8. opiniões possam ser dadas no mesmo espaço. Dois convidados:
9. ROBERTO TICOULAT, que é vice-presidente da Sociedade
10. Rural Brasileira e também o:: ALBERTO BROCH que é
11. presidente da CONTAG - Confederação Nacional da
12. Agricultura.<sup>43</sup> Não é? ROBERTO TICOULAT, ROBERTO, por
13. que você vai votar no SERRA?
14. TEC: SAI BG.
15. Ticoulat: Bom, bom dia Heródoto. Eu, antes de mais nada eu acho que o
16. processo democrático se revigora com alternância de poder.
17. Então, nesses anos de administração do presidente Lula nós
18. vimos uma série de::: de::: avanços ocorridos na economia
19. brasileira. Mas isso é sem dúvida nenhuma uma continuidade do
20. início do do do da implantação do Plano Real. O Brasil, nós não
21. continuamos ainda avançar em vários é::: pontos (+) tendo em
22. vista a falta de um planejamento estratégico. Então dentro das
23. propostas apresentadas, me parece é que o candidato Serra é
24. aquele que reúne melhores qualidades administrativas para
25. fazer o país crescer (+) a taxas mais consistentes com maior

<sup>43</sup> O correto é Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura.

26. probidade administrativa e menores interesses partidários e  
 27. maior eficiência administrativa. Ao contrário do que estamos  
 28. vivenciando hoje na esfera federal né? Com aumento constantes  
 29. nos gastos correntes e baixa taxa de investimento. O Brasil não  
 30. pode continuar crescendo é::: dessa forma, com:: aumento dos  
 31. gastos correntes e baixa taxa de investimento. A agricultura  
 32. cresce hoje com / baixas taxas com relação ao seu potencial. E  
 33. isso é claro quando você vê que a área plantada no Brasil  
 34. praticamente não aumenta. O que tem aumentado sim é a  
 35. produtividade (+) da propriedade agrícola. Por que isso? Porque  
 36. falta investimento. Você não consegue abrir nova área, novas  
 37. áreas, e nós estamos falando aí sempre de novas ham, das  
 38. áreas...

39. Heródoto: Ok Roberto. Só pra só pra eu equilibrar o tempo. ALBERTO  
 40. BROCH, ALBERTO, por que você vai votar na DILMA?

41. Broch: Vou votar na DILMA, Heródoto, porque ela representa um  
 42. projeto para o Brasil que está dando certo. (++) Vou votar na  
 43. DILMA porque este projeto que ela representa (+) este projeto  
 44. criou mais de 15 milhões de empregos formais neste último  
 45. período. O que é mais importante foram 24 milhões de pessoas  
 46. que saíram da linha da miséria. Nós tivemos um aumento da  
 47. classe média no Brasil. Nós tivemos na agricultura familiar uma,  
 48. um incremento de recursos de dois vírgula quatro bilhões no  
 49. governo passado para mais de 16 bilhões de reais neste  
 50. período. Nós tivemos políticas agrícolas para aqueles que  
 51. historicamente foram esquecidos pelo Estado brasileiro e que  
 52. produzem alimentos, como o programa de aquisição de  
 53. alimentos que geraram mais de dois bilhões e quatrocentos  
 54. milhões nesse período. Nós tivemos programas importantes  
 55. como o programa da compra da merenda escolar, e nós tivemos  
 56. uma nova forma do governo, do estado brasileiro se relacionar  
 57. com a sociedade, especialmente com os segmentos

58. Heródoto: |Ok. Ok, Alberto. Ok, Ok, Alberto.

59. Broch: organizados.

60. Heródoto: Agora vou perguntar novamente para o ROBERTO TICOULAT.  
61. ROBERTO, por que não (+++) a DILMA?
62. Ticoulat: É:: Eu não votarei na DILMA porque o Brasil continua com falta  
63. de logística adequada. Uma falta de política cambial consistente.  
64. O campo vive em função do câmbio. O Brasil, a área agrícola  
65. brasileira, gera 50 bilhões de superávit/ano. Com o câmbio  
66. valorizado da forma como está nós não temos condições de  
67. trazer rentabilidade ao campo. A questão do trabalhador rural,  
68. que não tem uma legislação adequada, onera a produção  
69. brasileira. O excesso de regulamentação ambiental, e eu digo  
70. excesso e sem parceria do governo inibe a produção. Nós  
71. precisamos de um estado parceiro do povo brasileiro. Então, o  
72. (++) o excesso de regulamentações, de problemas fiscais,  
73. ambientais, previdenciários que não apoiam o produtor brasileiro  
74. inibe o crescimento. O excesso de tributação na cadeia  
75. produtiva, pra poder exportar produtos com maior valor  
76. agregado, inibe a nossa / ah: o aumento da nossa participação  
77. no no mundo. Nós somos a oitava economia do mundo hoje e  
78. somos o vigésimo nono em transações comerciais no mundo.  
79. Nós somos poucos abertos para o mundo. Nós precisamos  
80. ampliar a nossa participação no mundo. Nós precisamos investir  
81. mais.
82. Heródoto: Ok, ok, ROBERTO. Agora eu perguntaria ao ALBERTO BROCH.  
83. ALBERTO BROCH, porque não o SERRA?
84. Broch: Não votarei no SERRA porque eu não gostaria de termos no  
85. Brasil a política que nós tivemos no passado, quando ele era  
86. governo. Nós não gostaríamos de ter no Brasil as políticas  
87. agrícolas para a agricultura familiar que ele fez em São Paulo.  
88. Não votarei no SERRA porque nos programas de televisão, as  
89. promessas que ele / que ele veio fazendo, poderia já ter feito e  
90. não fez (+) Não votarei no SERRA porque nós tememos que a  
91. participação da sociedade organizada, nos conselhos, nas  
92. negociações das políticas públicas possam retroceder. Não  
93. votarei no SERRA porque nesse período que nós acreditamos

94. de que o governo de DILMA, se eleita, possa o Brasil continuar  
 95. sendo muito importante no cenário internacional. Coisa que não  
 96. era antes. Não votarei no SERRA porque entendo que poderá  
 97. ter retrocessos de políticas importantes conquistadas pela  
 98. sociedade brasileira e que no governo DILMA pode ser ampliada  
 99. é:..... a produção de alimentos, a valorização do agricultor, a  
 100. valorização do trabalho, a valorização e a continuidade das  
 101. políticas públicas.
102. Heródoto: Muito obrigado a gentileza dos dois aqui. Você ouviu a  
 103. participação do ALBERTO BROCH que é presidente da  
 104. CONTAE<sup>44</sup>, Confederação Nacional dos Trabalhadores na  
 105. Agricultura e o ROBERTO TICOULAT, que é vice-presidente da  
 106. Sociedade Rural Brasileira. Daí portanto duas opiniões  
 107. absolutamente antagônicas. Um vota em um candidato. Outro  
 108. vota em outro candidato. Suas ponderações aí para que você  
 109. possa avaliar e também formar a sua própria opinião a respeito  
 110. do segundo turno que todos vão votar no próximo domingo:::

27UT19

O comentário de Arnaldo Jabor.

1. TEC: VINHETA DE ABERTURA
2. Jabor: Amigos ouvintes. Não importa quem vai ganhar as eleições. Mas  
 3. o vencedor vai sofrer para cobrir o grande buraco de gastos que  
 4. o governo LULA fez. Aliás, confirmaram-se todas as previsões  
 5. que os analistas políticos fizeram. Inclusive este, que vos fala  
 6. aqui há quatro anos. Quando ele foi eleito, todos avisaram. Vem  
 7. aí o populismo gastador. Vem aí uma recusa de reformar  
 8. qualquer coisa arcaica do estado. Vem aí a contratação de  
 9. milhares de funcionários desnecessários. Vem aí. Vem aí. Não  
 10. deu outra. O próximo presidente, presidenta, talvez dê de cara

---

<sup>44</sup> O correto é CONTAG.

11. com 126 bilhões de reais. Eu disse bilhões de gastos esperando
12. no Congresso para serem resolvidos. Bem, esses gastos
13. absurdos ainda não estão definidos porque são demandas,
14. preitos, como eles dizem, vindo dos funcionários públicos que
15. aproveitam a agonia de um governo, o fim de linha, pra emplacar
16. as suas vantagens. Os números ficam abstratos, num fim de
17. governo, quem vai chiar, quem vai negar? É fim de festa. Pois as
18. demandas são de 88 bilhões de reais, só pra reajustar as
19. aposentadorias o I-ÊNE-ÊSSE-ÊSSE, que é um buraco negro.
20. 20 bilhões para piso salarial mais alto para polícias militares e
21. civis. Aumento de sete bilhões para os servidores do judiciário.
22. PEC que vai acabar com a contribuição de servidores públicos
23. aposentados, a partir dos 65 anos, e mais coisa, mais coisa.
24. Total: 126 bilhões, se aprovados no congresso. O que fará o
25. eleito? Bem, na cabeça do LULA: “Azar o dele.” LULA será
26. lembrado por tudo que ele não fez, pois se apropriou do legado
27. do governo anterior. E os seus erros e desmandos serão
28. problema do seu sucessor. O tempo passa, o tempo voa, e o
29. LULA está sempre numa boa. Eta cabra esperto.

27UT20

Representantes da sociedade respondendo ao vivo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação de Alberto Broch - presidente da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura CONTAG - e de Roberto Ticoulat - vice-presidente da Sociedade Rural Brasileira. Erro de edição de Matéria.

Obs: Reedição da 27UT18.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: [...] <sup>45</sup> Você está acompanhando aqui na CÊ-BÊ-ÊNE diversos
3. setores da sociedade que opinam sobre os dois candidatos à
4. Presidência da República – eleição no próximo domingo com

<sup>45</sup> A fala de Heródoto Barbeiro no roteiro original 27UR14 foi substituída pela atual.

5. cobertura aqui da CÊ-BÊ-ÊNE. Nós já ouvimos vários setores da  
 6. sociedade e hoje vamos buscar setores do meio rural.  
 7. ROBERTO TICOULAT que é vice-presidente da Sociedade  
 8. Rural Brasileira afirma que vai votar em SERRA porque defende  
 9. a alternância de poder.  
 10. TEC: SAI BG.  
 11. TEC: ERRO. AO INVÉS DE RODAR A SONORA COM O  
 12. VICE-PRESIDENTE DA SOCIEDADE RURAL BRASILEIRA,  
 13. ROBERTO TICOULAT, RODOU A SONORA DA MATÉRIA  
 14. SOBRE LEI DA FICHA LIMPA, COM O MINISTRO  
 15. GILMAR MENDES DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.  
 16. MENDES: “É UM TEMA DIFÍCIL. O CASO TEM  
 17. PECULIARIDADES COMO NÓS A CONHECEMOS; É UMA  
 18. RENÚNCIA QUE SE VERIFICOU JÁ HÁ OITO ANOS, O QUE  
 19. É:: INDICA O FORTE CARÁTER RETROATIVO DA PRÓPRIA  
 20. LEI, NESSE CASO, PRECISA DE TODA ATENÇÃO”.  
 21. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.  
 22. Heródoto: [...] <sup>46</sup>E agora, o outro lado. Já o presidente da Confederação  
 23. Nacional dos Trabalhadores na Agricultura ALBERTO BROCH  
 24. vai votar em DILMA porque segundo ele o governo LULA criou  
 25. mais de 15 milhões de empregos informais.  
 26. TEC: ERRO. AO INVÉS DE RODAR A  
 27. SONORA COM O PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO  
 28. NACIONAL DOS TRABALHADORES NA AGRICULTURA  
 29. ALBERTO BROCH, RODOU A SONORA DA MATÉRIA  
 30. SOBRE LEI DA FICHA LIMPA, COM O PRESIDENTE DA  
 31. ASSOCIAÇÃO DOS MAGISTRADOS BRASILEIROS MOZART  
 32. VALADARES PIRES.  
 33. VALADARES: “QUANTO À APLICABILIDADE DA LEI, SE É  
 34. PARA AS ELEIÇÕES 2010, É A A A O SENTIMENTO É QUE O  
 35. SUPREMO NÃO TÁ DIVIDIDO NÃO É? OU SEJA, SE PODE SE  
 36. REPETIR O EMPATE. AGORA, SE JADER BARBALHO POR

<sup>46</sup> A fala de Heródoto Barbeiro no roteiro original 27UR14 foi substituída pela atual.



37. SER UM CASO DIFERENTE DE JOAQUIM RORIZ, POR
38. JADER BARBALHO TER DISPUTADO DUAS ELEIÇÕES
39. DEPOIS DA RENÚNCIA, TER SE LEGITIMADO PERANTE É::
40. ATRAVÉS DO VOTO POPULAR. TER SIDO DIPLOMADO
41. PELA JUSTIÇA BRASILEIRA PODE SER QUE O SUPREMO
42. POR MAIORIA ENTENDA QUE ELE NÃO É ATINGIDO PELA
43. LEI DA FICHA LIMPA”.

**Quinta-feira, 28 de outubro de 2010.**

28UT21

Representantes da sociedade respondendo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação do jornalista e poeta Ferreira Gullar e do jornalista e escritor Fernando Moraes.

1. TEC: TRILHA MUSICAL
2. Heródoto: Ok. Nós temos aqui convidados as pessoas para dizerem se
3. voltam num candidato ou se votam no outro e depois porque que
4. não vota no um e não vota no outro. E nós temos feito isso
5. durante toda essa semana e temos limitado o tempo de resposta
6. a um minuto e meio pra que o tempo seja igual. E nós temos
7. então mais dois convidados aqui. Nós estamos aqui com o
8. FERREIRA GULLAR, que é jornalista e poeta, e também com o
9. FERNANDO MORAIS, que é jornalista e escritor. Então vou
10. perguntar primeiro ao FERREIRA GULLAR. FERREIRA
11. GULLAR, por que que você vota no SERRA?
12. Gullar: Porque eu conheço o SERRA desde 1963, quando ele foi eleito
13. presidente da UNE no final de 63, quando ele foi eleito
14. presidente da União Nacional dos Estudantes. Então eu era
15. presidente do CÊ-PÊ-CÊ da UNE. (++) em seguida veio Walter
16. né e aconteceu o que todo mundo sabe. O SERRA quando

17. voltou ao Brasil ele foi eleito deputado constituinte, contribuiu  
18. para a nova Constituição Brasileira, foi senador, foi ministro da  
19. saúde, e, como ministro da saúde, foi considerado o melhor  
20. ministro do mundo na sua época. Como ministro da saúde ele  
21. introduziu no Brasil o genérico que faz as pessoas comprarem  
22. remédio por menos da metade do preço. E introduziu o  
23. tratamento gratuito da AIDS, e vai por aí:: Como governador e  
24. prefeito de São Paulo realizou obras importantes no campo da  
25. educação, da saúde, e de obras públicas importantes. Então, é  
26. um homem íntegro contra o qual não pesa nada em quarenta  
27. anos de vida (++) política, de vida pública. Então, não tenho  
28. dúvida nenhuma de que SERRA sem dúvida é melhor candidato  
29. que a DILMA, que eu não sei quem é.
30. Heródoto: Ok. Vou perguntar agora para o FERNANDO MORAIS.
31. FERNANDO MORAIS, por que que você vota na DILMA?
32. Moraes: Bom, em primeiro lugar eu queria dizer que é uma honra poder  
33. esgrimir no seu programa Heródoto com o FERREIRA GULLAR,  
34. um dos maiores poetas, senão hoje o maior poeta vivo do Brasil.  
35. É:: Estamos em campos opostos mas isto não diminui a minha  
36. admiração por ele. Eu voto na DILMA porque é a pessoa mais  
37. qualificada pra fazer continuar o:: perío::do, seguramente, o  
38. período mais importante da história recente do Brasil, eu diria  
39. dos últimos 50 anos. De GETÚLIO VARGAS pra cá nenhum  
40. presidente como o LULA, promoveu transformações tão  
41. profundas (++) é:: eu vou pegar só no no no no no superficial,  
42. pegar dois ou três exemplos, em primeiro lugar o exemplo que a  
43. população inteira sabe que foi tirar da miséria absoluta 30  
44. milhões de pessoas. Isso é 10 vezes a população do Uruguai,  
45. isso é seis vezes a população da Dinamarca. Então, e não é  
46. esmola, como dizem os adversários dele, é é:: o bolsa família é  
47. um projeto de integração, de inclusão social, um dos maiores,  
48. provavelmente um dos maiores já realizados no mundo. Depois,  
49. por outra razão também que é a política externa independente.  
50. Provavelmente o Brasil, desde HORÁCIO LAFER, não tem uma

51. política externa tão ativa, tão independente e que o CHICO  
 52. BUARQUE acho resumiu muito bem, é uma política externa que  
 53. não fala fino com Washington e não fala grosso com o Paraguai  
 54. e com a Bolívia.
55. Heródoto: Ok. Só pra gente equilibrar o tempo. FERREIRA GULLAR,  
 56. por que não à DILMA?
57. Gullar: Bom, ((ri)) o o o problema é o seguinte. Até o que eu ouvi do  
 58. nosso querido companheiro, cujo (incompreensível) agradeço e  
 59. retribuo, é que o que fez o LULA mas não é dito o que fez a  
 60. DILMA. O que fez o LULA todo mundo sabemos. É preciso  
 61. esclarecer que Bolsa Família nasceu de Bolsa Alimentação, que  
 62. foi criada pelo SERRA. E que é é, além disso, é todo plano  
 63. que faz com que se tenha um equilíbrio financeiro e econômico  
 64. no Brasil nasceu no governo FERNANDO HENRIQUE. A Lei  
 65. de Responsabilidade Fiscal, não é?, o superávit primário, tudo  
 66. que o LULA combateu. (++) Não é isso? Eu reconheço que o  
 67. LULA fez coisas muito importantes e muito significativas e não  
 68. 'tô aqui pra negar isso, agora, é preciso dizer que não começou  
 69. com ele. Veio de antes e que ele combateu tudo que tornou  
 70. possível o que ele fez. Agora, quanto à DILMA, eu não sei nada.  
 71. A DILMA não tem / eu digo, se você tivesse uma empresa e  
 72. fosse entregar a um gerente, nué? Tem dois gerentes  
 73. candidatos a tomar conta da sua empresa, um que tem  
 74. experiência demonstrada, comprovada, e outro que não se sabe.  
 75. Você entregaria a quem? Ao outro que não tem experiência  
 76. comprovada? Duvido. Você entregaria a quem tem experiência  
 77. comprovada. Agora, dizer que, todo argumento da DILMA é que  
 78. |ela vai continuar o o |governo do LULA, mas o LULA continuou  
 79. Heródoto: |OK |Ferreira?
80. Gullar: o governo do FERNANDO HENRIQUE| e o SERRA continuará o  
 81. Heródoto: |ok!
82. Gullar: governo do LULA. |Não há por que não.|
83. Heródoto: |ok |Ok Ferreira, só pra  
 84. equilibrar o tempo. (+) Fernando, por que você não vota no

85. SERRA?
86. Morais: Olha, talvez pela mesma razão ao oposto que o FERREIRA
87. GULLAR disse que vota nele. Ele disse que vota no SERRA
88. porque conhece o SERRA. Eu não voto também porque
89. conheço o SERRA. Não conheço desde 60 mas conheço desde
90. que voltou do exílio, desde 80 até agora e sei quem é ele. Ele é
91. um desagregador, ele é um dos poucos políticos que conheço
92. que não tem amigos. O SERRA, além disso, todos esses cargos
93. que o FERREIRA GULLAR se referiu, nenhum dos cargos que o
94. FERREIRA GULLAR se referiu, ele terminou. O SERRA foi a um
95. cartório em São Paulo e registrou, escreveu num pedaço de
96. papel e assinou em baixo: "Vou ser candidato a prefeito de São
97. Paulo e prometo cumprir o mandato até o fim". E assinou
98. embaixo, JOSÉ SERRA. E no meio do mandato foi embora.
99. Largou a prefeitura pela metade. Entregou a prefeitura pro DEM,
100. pra antiga Arena, depois se elege governador, larga o governo
101. pela metade, como é que eu posso colocar pra dirigir um país,
102. que não é pra ser gerente. O Brasil não é uma agência bancária.
103. Não é uma loja de banana. Como é que eu vou colocar pra
104. dirigir um país de 200 milhões de habitantes alguém que não
105. cumpre nem a própria palavra? Entendeu? Essa é a razão.
106. Essencial. Essas:::: são as razões essenciais pelas quais eu
107. não voto no SERRA.
108. Heródoto: Ok. Muito obrigado aqui pela gentileza dos dois jornalistas. Muito
109. obrigado ao jornalista FERNANDO MORAIS que você acabou
110. de ouvir, jornalista e escritor, e também ao FERREIRA GULLAR
111. jornalista e poeta::: ah:::: expressando aqui suas opiniões
112. contrárias, exatamente para que você possa também formar a
113. sua própria opinião não é? e em cima dessas e de outras
114. observações, obviamente, é::: suas, escolher o presidente da
115. república no próximo domingo, que você tem aqui a cobertura
116. especial da CÊ-BÊ-ÊNE. Muito obrigado aqui a gentileza dos
117. dois.

## 28UT22

Representantes da sociedade respondendo porque votam e porque não votam neste e naquele candidato.

Participação do jornalista e poeta Ferreira Gullar e do jornalista e escritor Fernando Moraes.

Obs: Reedição da 28UT21R.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: [...] <sup>47</sup> Bem, você tem acompanhado todo dia aqui as perguntas e
3. por que que vota num candidato e por que que não vota no outro
4. na eleição do próximo domingo. E nós fizemos hoje mais uma
5. rodada. O jornalista e poeta Ferreira Gullar afirma que vai votar
6. em JOSÉ SERRA pela sua trajetória política.
7. Gullar [...] <sup>48</sup> contribuiu para a nova Constituição Brasileira, foi senador,
8. foi ministro da saúde, e, como ministro da saúde, foi considerado
9. o melhor ministro do mundo na sua época. Como ministro da
10. saúde ele introduziu no Brasil o genérico que faz as pessoas
11. comprarem remédio por menos da metade do preço. E
12. introduziu o tratamento gratuito da AIDS [...] <sup>49</sup>. Como
13. governador e prefeito de São Paulo realizou obras importantes
14. no campo da educação, da saúde, e de obras públicas
15. importantes. Então, é um homem íntegro contra o qual não pesa
16. nada em quarenta anos de vida [...] <sup>50</sup>
17. Heródoto: [...] <sup>51</sup> E agora, o outro lado. O jornalista FERNANDO MORAIS
18. vota em DILMA ROUSSEFF porque segundo ele o governo
19. Lula promoveu transformações profundas na economia e na

<sup>47</sup> A fala original de Heródoto Barbeiro no roteiro 28UR21 foi substituída na íntegra pela seguinte.

<sup>48</sup> Trecho suprimido do original que foi ao ar na edição anterior deste dia: “Porque eu conheço o SERRA desde 1963, quando ele foi eleito presidente da UNE no final de 63, quando ele foi eleito presidente da União Nacional dos Estudantes. Então eu era presidente do CÊ-PÊ-CÊ da UNE. (++) em seguida veio Walter né e aconteceu o que todo mundo sabe. O SERRA quando voltou ao Brasil ele foi eleito deputado constituinte,...”

<sup>49</sup> Trecho suprimido do original: “..., e vai por aí...”

<sup>50</sup> Trecho suprimido do original: “...política, de vida pública. Então, não tenho dúvida nenhuma de que SERRA sem dúvida é melhor candidato que a DILMA, que eu não sei quem é.”

<sup>51</sup> A fala original de Heródoto Barbeiro no roteiro 28UR21 foi substituída na íntegra pela seguinte.

20. sociedade como tirar milhões de pessoas da miséria.
21. Morais: [...] <sup>52</sup> Eu voto na DILMA porque é a pessoa mais qualificada pra
22. fazer continuar o período, seguramente, o período mais
23. importante da história recente do Brasil, eu diria dos últimos 50
24. anos. De GETÚLIO VARGAS pra cá nenhum presidente como o
25. LULA, promoveu transformações tão profundas [...] <sup>53</sup> a
26. população inteira sabe, que foi tirar da miséria
27. absoluta 30 milhões de pessoas. Isso é 10 vezes a população do
28. Uruguai [...] <sup>54</sup> Depois, por outra razão também que é a política
29. externa independente. Provavelmente o Brasil, desde HORÁCIO
30. LAFER, não tem uma política externa tão ativa, tão
31. independente e que o CHICO BUARQUE acho que resumiu
32. muito bem, é uma política externa que não fala fino com
33. Washington e não fala grosso [...] <sup>55</sup>.
34. Heródoto: [...] <sup>56</sup> Ok. Aí estão os nossos dois convidados. Aqui no Jornal da
35. CÊ-BÊ-ÊNE participam Willian Fernandes, Thiago Barbosa,
36. Caroline Tamassia, Carolina Marcelino e Clésio Botelho. A
37. direção nacional de jornalismo é de Mariza Tavares.
38. TEC: ENTRA VINHETA: “APRESENTAÇÃO: HERÓDOTO
39. BARBEIRO”.

\*As opiniões contrárias foram suprimidas do roteiro original 28UR17. Isto significa que os períodos 55 a 117 a seguir foram excluídos desta reedição.

55. Heródoto: Ok. Só pra gente equilibrar o tempo. FERREIRA GULLAR,
56. por que não à DILMA?
57. Gullar: Bom, ((riso)) o o o problema é o seguinte. Até o que eu ouvi

<sup>52</sup> Trecho suprimido do original: “...Bom, em primeiro lugar eu queria dizer que é uma honra poder esgrimir no seu programa Heródoto com o FERREIRA GULLAR, um dos maiores poetas, senão hoje o maior poeta vivo do Brasil. É:: Estamos em campos opostos mas isto não diminui a minha admiração por ele.”

<sup>53</sup> Trecho suprimido do original: “...é:: eu vou pegar só no no no no no superficial, pegar dois ou três exemplos, em primeiro lugar o exemplo que...”

<sup>54</sup> Trecho suprimido do original: “, isso é seis vezes a população da Dinamarca. Então, e não é esmola, como dizem os adversários dele, é é:: o bolsa família é um projeto de integração, de inclusão social, um dos maiores, provavelmente um dos maiores já realizados no mundo.”

<sup>55</sup> Trecho suprimido do original: “...com o Paraguai e com a Bolívia.”

<sup>56</sup> A fala original de Heródoto Barbeiro no roteiro 28UR21 foi substituída na íntegra pela seguinte.

58. do nosso querido companheiro, cujo (incompreensível) agradeço  
 59. e retribuo, é que o que fez o LULA mas não é dito o que fez a  
 60. DILMA. O que fez o LULA todo mundo sabemos. É preciso  
 61. esclarecer que Bolsa Família nasceu de Bolsa Alimentação, que  
 62. foi criada pelo SERRA. E que é é, além disso, é é todo plano  
 63. que faz com que se tenha um equilíbrio financeiro e econômico  
 64. no Brasil nasceu no governo FERNANDO HENRIQUE. A Lei  
 65. de Responsabilidade Fiscal, não é?, o superávit primário, tudo  
 66. que o LULA combateu. (++) Não é isso? Eu reconheço que o  
 67. LULA fez coisas muito importantes e muito significativas e não  
 68. 'tô aqui pra negar isso, agora, é preciso dizer que não começou  
 69. com ele. Veio de antes e que ele combateu tudo que tornou  
 70. possível o que ele fez. Agora, quanto à DILMA, eu não sei nada.  
 71. A DILMA não tem / eu digo, se você tivesse uma empresa e  
 72. fosse entregar a um gerente, nué? Tem dois gerentes  
 73. candidatos a tomar conta da sua empresa, um que tem  
 74. experiência demonstrada, comprovada, e outro que não se sabe.  
 75. Você entregaria a quem? Ao outro que não tem experiência  
 76. comprovada? Duvido. Você entregaria a quem tem experiência  
 77. comprovada. Agora, dizer que, todo argumento da DILMA é que  
 78. |ela vai continuar o o |governo do LULA, mas o LULA continuou  
 79. Heródoto: |OK |Ferreira?  
 80. Gullar: o governo do FERNANDO HENRIQUE| e o SERRA continuará o  
 81. Heródoto: |ok!  
 82. Gullar: governo do LULA. |Não há por que não.|  
 83. Heródoto: |ok |Ok Ferreira, só pra  
 84. equilibrar o tempo. (+) Fernando, por que você não vota no  
 85. SERRA?  
 86. Moraes: Olha, talvez pela mesma razão ao oposto que o FERREIRA  
 87. GULLAR disse que vota nele. Ele disse que vota no SERRA  
 88. porque conhece o SERRA. Eu não voto também porque  
 89. conheço o SERRA. Não conheço desde 60 mas conheço desde  
 90. que voltou do exílio, desde 80 até agora e sei quem é ele. Ele é  
 91. um desagregador, ele é um dos poucos políticos que conheço

92. que não tem amigos. O SERRA, além disso, todos esses cargos  
93. que o FERREIRA GULLAR se referiu, nenhum dos cargos que o  
94. FERREIRA GULLAR se referiu, ele terminou. O SERRA foi a um  
95. cartório em São Paulo e registrou, escreveu num pedaço de  
96. papel e assinou em baixo: “Vou ser candidato a prefeito de São  
97. Paulo e prometo cumprir o mandato até o fim”. E assinou  
98. embaixo, JOSÉ SERRA. E no meio do mandato foi embora.  
99. Largou a prefeitura pela metade. Entregou a prefeitura pro DEM,  
100. pra antiga Arena, depois se elege governador, larga o governo  
101. pela metade, como é que eu posso colocar pra dirigir um país,  
102. que não é pra ser gerente. O Brasil não é uma agência bancária.  
103. Não é uma loja de banana. Como é que eu vou colocar pra  
104. dirigir um país de 200 milhões de habitantes alguém que não  
105. cumpre nem a própria palavra? Entendeu? Essa é a razão.  
106. Essencial. Essas:::: são as razões essenciais pelas quais eu  
107. não voto no SERRA.
108. Heródoto: Ok. Muito obrigado aqui pela gentileza dos dois jornalistas. Muito  
109. obrigado ao jornalista FERNANDO MORAIS que você acabou  
110. de ouvir, jornalista e escritor, e também ao FERREIRA GULLAR  
111. jornalista e poeta:: ah:::: expressando aqui suas opiniões  
112. contrárias, exatamente para que você possa também formar a  
113. sua própria opinião não é? e em cima dessas e de outras  
114. observações, obviamente, é:: suas, escolher o presidente da  
115. república no próximo domingo, que você tem aqui a cobertura  
116. especial da CÊ-BÊ-ÊNE. Muito obrigado aqui a gentileza dos  
117. dois.



**Sexta-feira, 29 de outubro de 2010.**

29UT23

Representantes da sociedade respondendo por que votam e por que não votam neste e naquele candidato.

Participação dos professores Gilberto Velho - titular e decano do Departamento de Antropologia do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – e Flávio Rocha - coordenador do Curso de Política e Relações Internacionais da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

1. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
2. Heródoto: Nós temos aqui perguntado ham:: por que que vota no candidato
3. A e por que que não se vota no candidato B, pra várias pessoas
4. aqui, que ao longo dessas duas semanas do Jornal da
5. CÊ-BÊ-ÊNE. Nós temos mais dois convidados e vamos fazer
6. exatamente as mesmas perguntas a eles. Nós estamos aqui
7. com o antropólogo GILBERTO VELHO, que é professor titular e
8. decano do Departamento de Antropologia do Museu Nacional da
9. Universidade Federal do Rio de Janeiro e também do professor
10. FLÁVIO ROCHA, professor e coordenador do curso de Política e
11. Relações Internacionais da Fundação Escola de Sociologia e
12. Política de São Paulo. Então eu pergunto inicialmente ao
13. professor GILBERTO VELHO. Professor, por que que o senhor
14. vai votar no SERRA?
15. Velho: Bom dia::: Eu voto no SERRA porque eu acho que o SERRA
16. integra duas preocupações fundamentais pro futuro da
17. sociedade brasileira. De um lado a questão da justiça social (+) e
18. de outro lado a questão da democracia. (+) Acho que ambas as
19. questões se inter-relacionam. Uma fundamenta a outra e são
20. fundamentais para o futuro da nossa sociedade. É impossível
21. não pensar na justiça social como fator fundamental, crucial.
22. Tem havido um desenvolvimento, há que se reconhecer isso,
23. sem a menor dúvida, para os últimos governos, mas por outro

24. lado é necessária também uma preocupação prioritária com a  
25. democracia. E entendo por democracia, a democracia  
26. representativa com divisão e respeito aos poderes da República.  
27. Heródoto: Professor FLÁVIO ROCHA, por que que o senhor vai votar na  
28. DILMA?  
29. Rocha: É::: bom dia Heródoto. Bem, eu voto na candidata DILMA  
30. ROUSSEFF porque basicamente eu faço uma aposta (+) na  
31. continuação e na melhora de uma opção política que esse  
32. governo fez claramente ao longo dos últimos oito anos. (+)  
33. Internamente o que que eu observo? Observo que é é este  
34. governo implementou uma série de políticas que levaram à  
35. expansão do crédito, que levaram à dinamização da  
36. economia brasileira, especialmente para os setores dos  
37. pequenos negócios, e isso sem se descuidar por exemplo é de  
38. grandes setores. Setores que tradicionalmente sempre  
39. ganharam dinheiro no Brasil. Como por exemplo é::: o setor  
40. bancário. Eu voto nesse governo porque internamente eu pude  
41. observar que os mais pobres e os mais humildes né? pela  
42. primeira vez nos últimos oito, 10, 15 anos tiveram realmente um  
43. acesso à condição de melhora de sua vida. Ou seja, os mais  
44. humildes puderam sair, várias parcelas expressivas da  
45. sociedade brasileira, puderam sair de uma condição (+) é::: de  
46. trabalhadores, de meras, de meros trabalhadores assim que mal  
47. tinham condição de manter o seu dia-a-dia, de manter é o básico  
48. né? Em termos de sobrevivência, para uma condição onde eles  
49. estão consumindo:: Estão consumindo produtos que há alguns  
50. anos não faziam parte do rol de preocupações deles. Estão  
51. construindo oportunidades de vida. Estão planejando (+)  
52. estudar, estão planejando abrir seus pequenos negócios. Enfim,  
53. (+) eu faço essa aposta. Voto neste governo porque  
54. internamente eu vejo essa melhora né? é::: na distribuição de  
55. renda , essa melhora na economia do país.  
56. Heródoto: Ok, ok, professor. Vamos perguntar agora ao professor  
57. GILBERTO VELHO. Professor GILBERTO VELHO, por que não

58. a DILMA?
59. Velho: Eu tenho todo respeito por uma série de coisas positivas,  
60. iniciativas positivas que foram feitas no governo LULA. Mas  
61. acredito que é importante haver uma renovação, um  
62. revezamento de grupos de visões de mundo no  
63. governo do país. Acho que a continuidade e a permanência  
64. basicamente do mesmo grupo, que tem qualidades mas que  
65. também tem vícios, não é bom isso para o desenvolvimento da  
66. democracia brasileira. E vejo que a DILMA tem aliados e apoios  
67. que não prezam muito, que não valorizam muito valores  
68. democráticos. Utilizam métodos às vezes um tanto truculentos.  
69. Nem sempre os métodos mais límpidos (incompreensível)  
70. alcançar os seus objetivos de permanência no poder. Acho que  
71. temos que pensar no estado brasileiro, na sua relação com a  
72. sociedade nacional. Devemos evitar qualquer tentativa de  
73. permanência por tempo indeterminado de qualquer grupo que  
74. seja. Então vejo na renovação, na substituição da é: desse  
75. grupo, dessa equipe, que tem acompanhado o governo LULA,  
76. seus aliados, por uma equipe que possa tentar de alguma  
77. maneira | (+) fazer uma |síntese |(+)| com que as conquistas  
78. Heródoto: |ok. |ok. |Ok, professor.  
79. democráticas que vem pelo menos desde o governo (+)  
80. |ITAMAR FRANCO...
81. Heródoto: |Ok, professor, professor. Só pra eu poder equilibrar o tempo  
82. aqui. Professor FLÁVIO ROCHA por que o senhor não vota no  
83. SERRA?
84. Rocha: Bom, eu não voto no candidato SERRA porque eu creio que o  
85. candidato SERRA é oposição política que não soube se  
86. constituir propositivamente no país nos últimos oito anos. Ou  
87. seja, não voto no candidato SERRA, porque o candidato SERRA  
88. representa uma visão de mundo que não está calcada é:::: na  
89. articulação dos grandes valores, ou dos grandes problemas do  
90. Brasil, ou das potencialidades do Brasil. Mas o candidato  
91. SERRA representa na verdade a continuidade de um modelo

92. antigo que não prezava é: pelo fortalecimento das instituições  
 93. democráticas, que não prezava, por exemplo, pelo  
 94. reconhecimento de que existe necessidades básicas né do povo  
 95. brasileiro. E porque o candidato SERRA é::: deu mostras é: na  
 96. sua atuação política, na sua propaganda política, da maneira  
 97. como conduziu ou simbolizou a condução desta campanha  
 98. eleitoral, que não está preparado pra fazer, pra administrar o  
 99. país. Ou seja, não basta apenas você se credenciar como  
 100. oposição, competir eleitoralmente, mas você tem que pensar no  
 101. dia-a-dia. Você tem que pensar depois como é que você vai é::  
 102. administrar as relações com os diferentes entes federativos, é:::  
 103. e não vejo esse governo com essa possibilidade porque na  
 104. campanha eleitoral há uma instigação constante do ódio, uma  
 105. instigação constante é:::: é:::: Há uma instigação constante, uma  
 106. minimização do atual governo e dos seus aliados. E também  
 107. porque eu não vejo nos aliados do do do candidato SERRA,  
 108. aliados que prezam pelos valores democráticos e pelo respeito  
 109. é::: ao povo e à democracia brasileira.
110. Heródoto: Ok. Ok. Muito obrigado então aqui à gentileza dos nossos dois  
 111. convidados. Muito obrigado ao professor FLÁVIO ROCHA, que  
 112. você acabou de ouvir, que é professor do curso de Política e  
 113. Relações Internacionais da Fundação Escola de Sociologia e  
 114. Política de São Paulo e ao antropólogo GILBERTO VELHO, que  
 115. é professor titular e decano do Departamento de Antropologia do  
 116. Museu da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Taí  
 117. novamente duas opiniões antagônicas. Ambas respeitáveis,  
 118. cidadãos, para que a gente possa pensar um pouco e também  
 119. estabelecer e formar o nosso espírito crítico haja vista que nós  
 120. vamos exercer o domingo escolhendo um ou escolhendo o outro  
 121. na eleição do segundo turno.

29UT24

O comentário de Arnaldo Jabor.

- |           |  |
|-----------|--|
| 1. TEC:   | VINHETA DE ABERTURA  |
| 2. Jabor: | Amigos ouvintes, hoje é o DIA-DÊ. A HORA-AGÁ. A hora da            |
| 3.        | onça beber água. O frigar dos ovos. Hoje haverá o debate final     |
| 4.        | das eleições da TÊ-VÊ Globo. Hoje veremos o ponto final de         |
| 5.        | uma campanha que dos dois lados existiu pelas negações. Isso.      |
| 6.        | O que eu quero dizer é o seguinte: eu digo que durante esses       |
| 7.        | meses, só ouvimos o que os candidatos não achavam. Uma             |
| 8.        | campanha presidencial monitorada pelo marketing e com a            |
| 9.        | mitologia pseudo científica da mídia, só podia dar nisso. Os       |
| 10.       | marqueteiros de dois lados só pensavam, não nas verdades,          |
| 11.       | que os candidatos deveriam dizer; o que achavam, o que             |
| 12.       | pensavam, não. Os pensamentos, as pesquisas, eram só isso: o       |
| 13.       | que que o povo quer ouvir? O que que eles querem que               |
| 14.       | pensemos? Eles querem que sejamos contra o aborto?                 |
| 15.       | Sere::mos. Querem que acreditemos em DEUS? Seja o DEUS             |
| 16.       | de mercado, dos falsos evangé::licos, o DEUS das bea::tas, o       |
| 17.       | DEUS dos poli::ticos, querem que nos esfalcemos nos sinos de       |
| 18.       | Nazaré, querem que nos ajoelhemos e choremos diante de             |
| 19.       | Nossa Senhora, mesmo que sejamos os dois ateus? Isso. Se           |
| 20.       | houvesse um islamismo mais intenso no Brasil eles gemeriam:        |
| 21.       | “Alau:: Akbar! Só Alá é grande!” Ou seja, está acabando esse       |
| 22.       | show de cabeça para baixo. E o resultado, qual será? Pelos         |
| 23.       | institutos, a petista ganha e o tucano perde. Mas tudo pode        |
| 24.       | mudar até na porta da igreja, da república. Agora, (+) outra coisa |
| 25.       | que me impressionou nessas campanhas é que elas foram              |
| 26.       | movidas por dois tipos de narcisismos: em primeiro lugar o         |
| 27.       | narcisismo do Serra, que fez a campanha analógica, tímida, sem     |
| 28.       | alvo claro no primeiro turno, uma campanha que no primeiro         |
| 29.       | turno cometeu o erro espantoso de aceitar as sugestões do          |
| 30.       | LULA sobre como se comportar. Porque o LULA convenceu o            |

31. PÊ-ÉSSE-DÊ-BÊ de que não podia nem se defender, nem de  
32. defender o FERNANDO HENRIQUE CARDOSO, que foi o  
33. governo que mudou o país para melhor, como nunca. Foi  
34. inacreditável isso. Em segundo lugar, o espantoso narcisismo do  
35. LULA, que com o seu poder de fogo de 80 por cento do IBOPE,  
36. com a sorte de que uma economia mundial se dirige ao Brasil  
37. pelo saneamento, que o governo do FERNANDO HENRIQUE  
38. fez, LULA nos ofereceu a sucessora. Ele impôs ao PÊ-TÊ e ao  
39. país uma senhora que deverá ser sua seguidora, caso seja  
40. eleita. É isso amigos ouvintes. Vocês vão votar num e em outro.  
41. Ou nele, ou nela. Agora, saibam que essas eleições são virtuais.  
42. São fruto de mentiras bem arrumadas pelos marqueteiros e que  
43. a verdade verdadeira vocês ainda vão conhecer. E fiquem certos  
44. de que muitos amigos ouvintes vão se arrepender  
45. amargamente!

**Sábado, 30 de outubro de 2010.**

30UT25

O debate entre os candidatos à Presidência da República na TV Globo. Foi transmitido ao vivo em 29.10.2010.

1. TEC: VINHETA DE ABERTURA
2. Diego Matoso: Olá, muito bom dia. Você já está no Jornal da CBN deste
3. sábado dia 30 de outubro de 2010 pra saber as principais
4. notícias do Brasil e do mundo, véspera de eleição. E no último
5. dia, aliás, no último debate do segundo turno realizado pela
6. TÊ-VÊ Globo, os candidatos JOSÉ SERRA e DILMA
7. ROUSSEFF evitaram ataques diretos e acusações.
8. Diferentemente do clima de guerra dos últimos debates, os
9. presidenciáveis se concentraram em responder aos temas
10. propostos pelos eleitores indecisos selecionados pelo IBOPE.
11. No primeiro bloco, os candidatos responderam a uma pergunta
12. sobre corrupção, mas evitaram citar os casos ERENICE
13. GUERRA E PAULO PRETO. DILMA lembrou os Escândalos dos
14. Sanguessugas e SERRA citou o Dossiê dos Alopados.
15. TEC: TRILHA MUSICAL EM BG.
16. Serra: A corrupção no Brasil chegou em níveis insuportáveis. O que
17. espanta no Brasil não é só o nível de corrupção, é o
18. grau de impunidade. Nós vemos escândalos grandes que
19. aconteceram (++) nos últimos 20 anos, escândalos de grande
20. porte, não ficou ninguém preso. Segundo: o exemplo, tem que
21. vir de cima. O chefe de governo seja prefeito, governador, seja
22. Presidente da República, tem que começar dando exemplo,
23. escolhendo bem as suas equipes e punindo (+) quando alguma
24. irregularidade| acontecer.
25. William Boner: | (incompreensível)
26. Dilma: Eu considero, que nos últimos anos, quando nós reforçamos e
27. profissionalizamos a Polícia Federal, nós começamos a ver uma

28. porção de casos de corrupção sendo apurados. E pela primeira  
29. vez foram atingidos pessoas de gradação mais elevada.  
30. Nós tivemos presa, prisões de empresários, de governadores,  
31. e isso resultou, eu acho, num combate a a a corrupção bastante  
32. forte. Malfeito, você pode ter certeza que, em qualquer lugar em  
33. que houver ou impunidade ou não houver investigação, ele vai  
34. ocorrer. Então, é importante investigar e punir. Há outro  
35. elemento fundamental na área do governo federal, foi a  
36. Controladoria Geral da União, porque a Controladoria Geral da  
37. União, por exemplo, foi responsável pela investigação dos  
38. Sanguessugas. Não sei se você lembra disso. Ela que  
39. investigou, descobriu, que havia é:: todo um processo né de de  
40. uso (+) é: do dinheiro público, na área da Saúde, tanto é que  
41. chamou de Sanguessuga a operação, (+) é e junto com a Polícia  
42. Federal, a CÊ-GÊ-U denunciou, a Polícia Federal investigou.  
43. (++) No Ministério Público é importantíssimo que não haja o  
44. engavetador geral da república.
45. Serra: A Controladoria Geral da República é importante, foi criada pelo  
46. FERNANDO HENRIQUE, só que eu acho que é um cargo de  
47. confiança do presidente. Sendo um cargo de confiança, que  
48. pode ser demitido, nomeado etc., num tem aquela liberdade e  
49. aquela independência, e há demonstrações nos anos recentes  
50. da falta de independência, da tendenciosidade, e até de política  
51. eleitoral. Como atrapalha também os ataques aos órgãos que  
52. são os responsáveis por fiscalizar, por controlar, e olha, tem  
53. casos que até hoje que estão insepultos, que não aconteceu  
54. nada. Lembra? Dossiê dos Aloprados, por exemplo, quando foi  
55. feito, na eleição de 2006, tinha um milhão, 700 mil que a polícia  
56. prendeu, tirou fotos etc. e tal. Ninguém foi condenado, não tem  
57. processo...
58. Matoso: O modelo do debate na TÊ-VÊ Globo, em que os eleitores  
59. indecisos perguntavam aos candidatos, fez com que houvesse  
60. uma redução do confronto entre eles. DILMA e SERRA foram  
61. respondendo às questões dos eleitores sem se referirem



62. diretamente um ao outro. Cada eleitor perguntou sobre  
63. um tema a um candidato e o outro fez comentários em seguida.  
64. Dos 80 eleitores selecionados, 12 fizeram perguntas  
65. sobre temas como funcionalismo público, segurança, agricultura,  
66. saúde, carga tributária e educação.
67. Dilma: Se não houver pagamento digno para professora não há  
68. valorização pela sociedade da profissão de professor. Não há  
69. como no Brasil se fazer qualidade da educação sem pagar bem  
70. o professor. Nós começamos fazendo o piso nacional do  
71. magistério e elevamos o salário pra mil e 24. É pouco? É pouco.  
72. Porque o professor, pra ser valorizado, ele precisa de ganhar  
73. bem, e mais, ele precisa ter formação continuada. Não se pode  
74. também estabelecer com o professor uma relação de atrito,  
75. quando o professor pede melhores salários. Recebê-los com  
76. cacetete ou interromper o diálogo.
77. Serra: O piso nacional de professores que aqui foi mencionado é eu em  
78. São Paulo não foi necessário aplicar porque o piso lá era mais  
79. alto. Agora, ficou valendo pro Brasil, mas muitos estados,  
80. estados e municípios não estão pagando nem o piso.  
81. Havia compromisso do Governo Federal de cobrir a diferença,  
82. não cobriu. Então, em muitos lugares nem o piso consegue  
83. pagar. Então, eu, se for eleito Presidente, eu vou fazer com  
84. que o Governo Federal apoie todos esses estados e municípios  
85. pra poder pelo menos pagar o piso que existe. E a minha  
86. preocupação não é com questão eleitoral, política, de cobra  
87. disso e daquilo. A minha preocupação é com o Brasil.
88. Matoso: No debate da TÊ-VÊ Globo os candidatos JOSÉ SERRA  
89. e DILMA ROUSSEFF também discutiram a questão dos  
90. impostos.
91. Dilma: O meu compromisso é com uma reforma tributária que diminua  
92. né? a oneração sobre a folha de salário, pra que a gente não  
93. tenha essa situação estranha precisando gerar emprego e  
94. tributando a folha de salário.
95. Serra: Isso pra ser modificado não é simples né? Por que?

96. Porque aquilo que você arrecada você tem que gastar.
97. Tá certo? Tem outros compromissos, pra previdência, pra isso,
98. praquilo. De maneira que é:: nós temos que ser muito
99. responsáveis nessa matéria. Não adianta sair falando eu vou
100. tirar, eu vou fazer. Você vai tirar o que? O Fundo de Garantia?
101. Você vai tirar o quê? A contribuição pro I-ÊNE-ÉSSE-ÉSSE?
102. Né? Não é moleza isso. Eu acho que dá pra avançar é:: nessa
103. desoneração, se você pensar num outro esquema tributário. Mas
104. isso tem que ser muito meditado, porque você não pode perder
105. receita. Estou sendo bem sincero. Você não pode perder
106. receita.
107. Dilma: Pelo que nós percebemos, do que aconteceu no Brasil, nos
108. últimos oito anos, nós percebemos que quando você diminui a
109. tributação é:: você não diminui necessariamente a arrecadação,
110. porque as pessoas passam a empregar mais, quem ela
111. empregou passa a consumir, tá consumindo, vai pagar outros
112. tributos e aí você cria um círculo virtuoso. Foi assim que nós
113. combatemos a crise.
114. Serra: Nessa semana é: o impostômetro, que é uma coisa que mede
115. quanto se arrecadou de imposto no Brasil, deu um trilhão de
116. arrecadação neste ano. Um trilhão de reais. Cinquenta dias
117. antes do que foi no ano passado. Ou seja, os impostos estão
118. aumentando muito não é que se cinquenta dias menos
119. arrecadou um trilhão. E o grande problema, que existe, é entre
120. aquilo que se paga e aquilo que se recebe de volta.
121. Dilma: Sabe por que que aumentou a arrecadação? Porque a gente
122. que crescia dois e meio por cento, às vezes crescia zero, né?
123. Ou seja, não crescia. Este ano nós estamos crescendo. A
124. discussão é se é sete, sete e meio ou oito por cento. Então,
125. quando isso acontece, 'cê tributa, 'cê arrecada mais sem
126. aumentar imposto. Porque você arrecada, porque as pessoas
127. consumiram mais, lucraram mais, tiveram maior renda.
128. TEC: SOBE BG. / DESCE BG.
129. Matoso: Ao responder a uma pergunta sobre agricultura, o candidato

130. JOSÉ SERRA aproveitou para atacar<sup>57</sup> a política cambial do  
 131. governo e criticou<sup>58</sup> a alta no preço dos alimentos.  
 132. A candidata DILMA ROUSSEFF defendeu a política de  
 133. agricultura familiar do governo LULA e disse que não há risco  
 134. de volta da inflação.
134. Serra: O que que tá acontecendo hoje? Com a política econômica  
 135. de juro alto e real, a moeda, muito valorizada, o agricultor do Rio  
 136. Grande do Sul, por exemplo, perde competitividade com o  
 137. Uruguai, com o argentino. Um outro aspecto é o aspecto da  
 138. infraestrutura. Estrada, isso encarece as coisas, e aliás nós  
 139. estamos tendo agora uma inflação de alimentos. Aumentos  
 140. imensos no arroz, no leite, no açúcar, no feijão, na carne,  
 141. que não são aumentos assim apenas de temporada né?,  
 142. sazonais, são aumentos é: muito fortes, muito altos que 'tá  
 143. pegando, a inflação de alimentos está o dobro da inflação do  
 144. consumidor médio no Brasil. E agricultura tem um papel  
 145. essencial nisso. Portanto, ficar no campo significa fortalecer a  
 146. agricultura e enfrentar essas questões.
147. Dilma: Nós aumentamos o crédito, que era de quatro vírgula dois  
 148. bilhões em 2002, pra 16 bilhões. E acredito que todo  
 149. mundo sabe que o crédito agrícola, principalmente da agricultura  
 150. familiar, ele é feito com juros subsidiados. Esse momento de  
 151. aumento é:: de preços de alguns alimentos, o arroz por  
 152. exemplo caiu, o feijão aumentou, a carne também, é sazonal.  
 153. Isso aconteceu em outros momentos no Brasil e imediatamente  
 154. retoma a sua trajetória. Por isso inclusive que a nossa inflação  
 155. tá em torno de cinco vírgula um por cento. Nós conseguimos, eu  
 156. vou dar todo empenho a isso, aumentar a capacidade de o  
 157. agricultor familiar, no Brasil, de produzir alimentos.
158. Matoso: Nas considerações finais do debate da TÊ-VÊ Globo a candidata  
 159. DILMA ROUSSEFF disse ter sido vítima de uma campanha  
 160. difamatória mas não acusou diretamente o adversário

---

<sup>57</sup> Verbo introdutor (*dicendi*)

<sup>58</sup> Verbo introdutor (*dicendi*)

161. JOSÉ SERRA.
162. TEC: SOBE /DESCE BG.
163. Matoso: São seis horas e 12 minutos, vamos a um breve intervalo e
164. daqui a pouco o Jornal da CÊ-BÊ-ÊNE volta com outras notícias
165. do Brasil e do mundo neste sábado.

## **ANEXO A: Princípios editoriais das Organizações Globo**

Desde 1925, quando O Globo foi fundado por Irineu Marinho, as empresas jornalísticas das Organizações Globo, comandadas por quase oito décadas por Roberto Marinho, agem de acordo com princípios que as conduziram a posições de grande sucesso: o êxito é decorrência direta do bom jornalismo que praticam. Certamente houve erros, mas a posição de sucesso em que se encontram hoje mostra que os acertos foram em maior número. Tais princípios foram praticados por gerações e gerações de maneira intuitiva, sem que estivessem formalizados ordenadamente num código. Cada uma de nossas redações sempre esteve imbuída deles, e todas puderam, até aqui, se pautar por eles. Por que, então, formalizá-los neste documento?

Com a consolidação da Era Digital, em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência potencialmente ampla para divulgar o que quer que seja, nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista, como se deve ou não proceder quando se tem em mente produzir informação de qualidade. A Era Digital é absolutamente bem-vinda, e, mais ainda, essa multidão de indivíduos (isolados ou mesmo em grupo) que utiliza a internet para se comunicar e se expressar livremente. Ao mesmo tempo, porém, ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente. O objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença. As Organizações Globo, diante dessa necessidade, oferecem ao público o documento "Princípios Editoriais das Organizações Globo".

É possível que, para a maioria, ele não traga novidades. Se isso acontecer, será algo positivo: um sinal de que a maior parte das pessoas reconhece uma informação de qualidade, mesmo neste mundo em que basta ter um computador conectado à internet para se comunicar.

Desde logo, é preciso esclarecer que não se tratou de elaborar um manual de redação. O que se pretendeu foi explicitar o que é imprescindível ao exercício, com integridade, da prática jornalística, para que, a partir dessa base, os veículos das Organizações Globo possam atualizar ou construir os seus manuais, consideradas as especificidades de cada um. O trabalho tem o preâmbulo "Breve definição de

jornalismo" e três seções: a) Os atributos da informação de qualidade; b) Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha; c) Os valores cuja defesa é um imperativo do jornalismo.

O documento resultou de muita reflexão, e sua matéria-prima foi a nossa experiência cotidiana de quase nove décadas. Levou em conta os nossos acertos, para que sejam reiterados, mas também os nossos erros, para que seja possível evitá-los. O que nele está escrito é um compromisso com o público, que agora assinamos em nosso nome e de nossos filhos e netos.

Rio de Janeiro, 6 de agosto de 2011

Roberto Irineu Marinho

João Roberto Marinho

José Roberto Marinho

#### BREVE DEFINIÇÃO DE JORNALISMO

De todas as definições possíveis de jornalismo, a que as Organizações Globo adotam é esta: jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. Qualquer fato e qualquer pessoa: uma crise política grave, decisões governamentais com grande impacto na sociedade, uma guerra, uma descoberta científica, um desastre ambiental, mas também a narrativa de um atropelamento numa esquina movimentada, o surgimento de um buraco na rua, a descrição de um assalto à loja da esquina, um casamento real na Europa, as novas regras para a declaração do Imposto de Renda ou mesmo a biografia das celebridades instantâneas. O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem. É, portanto, uma forma de apreensão da realidade.

Antes, costumava-se dizer que o jornalismo era a busca pela verdade dos fatos. Com a popularização confusa de uma discussão que remonta ao surgimento da filosofia (existe uma verdade e, se existe, é possível alcançá-la?), essa definição clássica passou a ser vítima de toda sorte de mal-entendidos. A simplificação chegou a tal ponto que, hoje, não é raro ouvir que, não existindo nem verdade nem objetividade, o jornalismo como busca da verdade não passa de uma utopia. É um entendimento equivocado. Não se trata aqui de enveredar por uma discussão sem

fim, mas a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo.

É para contornar essa simplificação em torno da "verdade" que se opta aqui por definir o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História. Quando uma crise política eclode, por exemplo, o entendimento que se tem dela é superficial, mas ele vai se adensando ao longo do tempo, com fatos que vão sendo descobertos, investigações que vão sendo feitas, personagens que resolvem falar. A crise só será mais bem entendida, porém, e jamais totalmente, anos depois, quando trabalhada por historiadores, com o estudo de documentos inacessíveis no momento em que ela surgiu. Dizer, portanto, que o jornalismo produz conhecimento, um primeiro conhecimento, é o mesmo que dizer que busca a verdade dos fatos, mas traduz com mais humildade o caráter da atividade. E evita confusões.

Dito isso, fica mais fácil dar um passo adiante. Pratica jornalismo todo veículo cujo propósito central seja conhecer, produzir conhecimento, informar. O veículo cujo objetivo central seja convencer, atrair adeptos, defender uma causa faz propaganda. Um está na órbita do conhecimento; o outro, da luta político-ideológica. Um jornal de um partido político, por exemplo, não deixa de ser um jornal, mas não pratica jornalismo, não como aqui definido: noticia os fatos, analisa-os, opina, mas sempre por um prisma, sempre com um viés, o viés do partido. E sempre com um propósito: o de conquistar seguidores. Faz propaganda. Algo bem diverso de um jornal generalista de informação: este noticia os fatos, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas. Produz conhecimento. As Organizações Globo terão sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar.

É claro que um jornal impresso, uma revista, um telejornal, um noticiário de rádio e um site noticioso na internet podem ter diversas seções e abrigam muitos gêneros: o noticiário propriamente dito, os editoriais com a opinião do veículo, análises de especialistas, artigos opinativos de colaboradores, cronistas, críticos. E é igualmente

evidente que a opinião do veículo vê a realidade sob o prisma das crenças e valores do próprio veículo. Da mesma forma, um cronista comentará a realidade impregnado de seu subjetivismo, assim como os articulistas convidados a fazer as análises. Livre de prismas e de vieses, pelo menos em intenção, restará apenas o noticiário. Mas, se de fato o objetivo do veículo for conhecer, informar, haverá um esforço consciente para que a sua opinião seja contradita por outras e para que haja cronistas, articulistas e analistas de várias tendências.

Em resumo, portanto, jornalismo é uma atividade cujo propósito central é produzir um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas.

## SEÇÃO I

### OS ATRIBUTOS DA INFORMAÇÃO DE QUALIDADE

Para que o jornalismo produza conhecimento, que princípios deve seguir? O trabalho jornalístico tem de ser feito buscando-se isenção, correção e agilidade. Porque só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez, os seus três atributos de qualidade.

#### 1) A isenção:

Isenção é a palavra-chave em jornalismo. E tão problemática quanto "verdade". Sem isenção, a informação fica enviesada, viciada, perde qualidade. Diante, porém, da pergunta eterna – é possível ter 100% de isenção? – a resposta é um simples não. Assim como a verdade é inexaurível, é impossível que alguém possa se despir totalmente do seu subjetivismo. Isso não quer dizer, contudo, que seja impossível atingir um grau bastante elevado de isenção. É possível, desde que haja um esforço consciente do veículo e de seus profissionais para que isso aconteça. E que certos princípios sejam seguidos. São eles:

a) Os veículos jornalísticos das Organizações Globo devem ter a isenção como um objetivo consciente e formalmente declarado. Todos os seus níveis hierárquicos, nos vários departamentos, devem levar em conta este objetivo em todas as decisões;

b) Na apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos que ela busca retratar ou analisar devem ser abordados. O contraditório deve ser sempre acolhido, o que implica dizer que todos os diretamente envolvidos no assunto têm direito à sua versão sobre os fatos, à expressão de seus pontos de vista ou a dar as explicações que considerarem convenientes;



c) Isso não quer dizer que o relato e/ou a análise de fatos serão sempre uma justaposição de versões. Ao contrário, o jornalista deve se esforçar para deixar claro o que realmente aconteceu, quando isso for possível. Se uma apuração, durante a qual se ouvem várias fontes, estabelecer como fato que certa autoridade disse isso ou aquilo durante uma reunião fechada, o relato deve ser assertivo, sem o uso do condicional. Será dito que "a autoridade disse isso e aquilo", em vez de "a autoridade teria dito isso e aquilo". Se a autoridade negar a afirmação publicamente, deve-se registrar a atitude, não para invalidar a apuração, mas porque a negativa passa a ser ela própria uma informação para o julgamento do público. O condicional só será usado quando a apuração não for suficiente para que o jornalista consolide uma convicção;

d) Não pode haver assuntos tabus. Tudo aquilo que for de interesse público, tudo aquilo que for notícia, deve ser publicado, analisado, discutido;

e) Ninguém pode ser perseguido por se recusar a participar de uma reportagem; da mesma forma, ninguém pode ser favorecido por fazê-lo;

f) Todos os jornalistas envolvidos na apuração, edição e publicação de uma reportagem, em qualquer nível hierárquico, devem se esforçar ao máximo para deixar de lado suas idiossincrasias e gostos pessoais. Gostar ou não de um assunto ou personagem não é critério para que algo seja ou não publicado. O critério é ser notícia;

g) A hierarquia, numa redação, é fundamental para que o trabalho jornalístico possa ser feito a tempo e a hora. E a decisão final caberá sempre àquele que estiver no comando. Ocupantes de cargos de chefia e direção devem, contudo, ter ouvidos abertos a críticas e argumentações contrárias. O trabalho jornalístico é essencialmente coletivo, e errarão menos aqueles que ouvirem mais. Porque aquilo que pode parecer certo, acima de dúvidas, confrontado com outros argumentos, pode se revelar apenas fruto de gosto pessoal, idiossincrasia ou preconceito;

h) É imperativo que não haja filtros na composição das redações. Quanto mais diversa for uma redação – em termos de gostos, crenças, tendências políticas, orientação sexual, origens social e geográfica – mais isenta será a escolha dos assuntos a serem cobertos, discutidos e analisados, e mais abrangente a acolhida dos pontos de vista em torno deles. Esse objetivo não se alcança estabelecendo-se cotas, mas simplesmente evitando-se filtros. Os jornalistas devem ser escolhidos

entre os mais capazes em suas áreas e funções, entre aqueles que têm a democracia e a liberdade de expressão como valores absolutos e universais;

i) As Organizações Globo são apartidárias, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

j) As Organizações Globo são laicas, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

k) As Organizações Globo repudiam todas as formas de preconceito, e seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

l) As Organizações Globo são independentes de governos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

m) As Organizações Globo são independentes de grupos econômicos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos. Por esse motivo, as decisões editoriais sobre reportagens envolvendo anunciantes serão tomadas a partir dos mesmos critérios usados em relação aos que não sejam anunciantes;

n) As Organizações Globo são entusiastas do Brasil, de sua diversidade, de sua cultura e de seu povo, tema principal de seus veículos. Isso em nenhuma hipótese abrirá espaço para a xenofobia ou desdém em relação a outros povos e culturas;

o) Os jornalistas das Organizações Globo devem evitar situações que possam provocar dúvidas sobre o seu compromisso com a isenção. Por exemplo, pode acontecer que atividades sociais ou econômicas de parentes tenham impacto no trabalho cotidiano ou eventual dos jornalistas. É possível também que haja relação de amizade entre jornalistas e personalidades públicas ou personagens que estejam em destaque no noticiário ou que venham a estar. Em casos dessa natureza ou assemelhados, os jornalistas nessa situação devem comunicar o fato a seus superiores, que deverão encontrar meios de superar o conflito. Jornalistas em cargo de chefia ou que lidem diretamente com assuntos econômicos não podem fazer investimentos diretos em empresas ou em suas ações na Bolsa de Valores para que não venham a ser acusados de publicar reportagens positivas ou negativas sobre elas em benefício próprio (o investimento em fundos é permitido). De maneira geral, todo jornalista, na administração de seus investimentos, deve evitar negócios com empresas ou instituições cujas atividades cubra cotidianamente. Em caso de dúvida, a direção deve ser consultada;

p) É inadmissível que jornalistas das Organizações Globo façam reportagens em benefício próprio ou que deixem de fazer aquelas que prejudiquem seus interesses;

- q) Os jornalistas das Organizações Globo não podem se engajar em campanhas políticas, de forma alguma: nelas trabalhando, anunciando publicamente apoio a candidatos ou usando adereços que os vinculem a partidos. Em seus manuais de redação, os veículos devem criar normas de quarentena para receber de volta jornalistas que tenham pedido demissão a fim de trabalhar para partidos, candidatos ou governos;
- r) Os veículos das Organizações Globo devem ser transparentes em suas ações e em seus propósitos. Isso significa que o público será sempre informado sobre as condições em que forem feitas reportagens que fujam ao padrão. Assim, para citar um exemplo, se for imperativo aceitar carona num avião governamental em determinada cobertura, isso será dito ao público claramente e, sempre que possível, o governo será ressarcido das despesas. Da mesma forma, quando uma decisão editorial provocar questionamentos relevantes, abrangentes e legítimos, os motivos que levaram a tal decisão devem ser esclarecidos;
- s) Os veículos das Organizações Globo estabelecerão normas, em seus manuais de redação, sobre como devem proceder seus jornalistas diante de convites e presentes. A regra geral é que nada de valor deve ser aceito;
- t) Todo esforço deve ser feito para que o público possa diferenciar o que é publicado como comentário, como opinião, do que é publicado como notícia, como informação. Fora do noticiário propriamente dito, os veículos das Organizações Globo buscarão ter um corpo de comentaristas, cronistas e colaboradores, fixos ou eventuais, que seja plural, representando o arco mais amplo de tendências legítimas em uma sociedade democrática. Articulistas, cronistas e colaboradores fixos têm de zelar para que os dados objetivos usados para sustentar suas opiniões estejam corretos. O mesmo deve acontecer com convidados, embora, neste caso, a responsabilidade pelo que é dito seja deles e não do veículo;
- u) Os jornalistas das Organizações Globo agirão sempre dentro da lei, procurando adaptar seus métodos de apuração ao arcabouço jurídico do país. Como o interesse público deve vir sempre em primeiro lugar, buscarão o auxílio de especialistas para que não sejam vítimas de interpretações superficiais da legislação;
- v) Uma pessoa poderá ser apresentada como suspeita de crime ou irregularidade quando investigações jornalísticas, feitas segundo os preceitos deste documento, assim permitirem. A reportagem terá de trazer a versão da pessoa acusada, de forma ampla, se ela se dispuser a falar;

w) Denúncia anônima não é notícia; é pauta, mesmo se a fonte for uma autoridade pública: a denúncia deve ser investigada à exaustão antes de ser publicada (ver seção II item 4-e);

x) Denúncias e acusações, feitas em entrevistas por pessoas devidamente identificadas, que desfrutem de credibilidade, seja pelo cargo que ocupam, seja pela história de vida, podem ser publicadas, sem investigação própria, mas, necessariamente, acompanhadas pela versão dos acusados, de preferência no mesmo dia, quando estes se dispuserem a falar. Denúncias feitas em entrevistas por pessoas sem credibilidade, como criminosos, por exemplo, mesmo se identificadas, devem ser exaustivamente investigadas, antes de ser publicadas;

y) Uma reportagem pode legitimamente apresentar uma pessoa como suspeita de crime ou irregularidade quando a suspeição partir oficialmente de alguma autoridade pública e estiver registrada em documento ou entrevista. O anúncio oficial de que alguém é suspeito de crime ou irregularidade é um fato, que pode ser registrado dependendo de sua relevância para a sociedade. Ao jornalista, cabe informar sobre o estágio em que se encontram as investigações, devendo sempre cobrar os indícios que levaram a autoridade a sustentar suas suposições, publicando-os, acompanhados da versão da pessoa acusada, se ela se dispuser a falar. Se a autoridade errar e culpar um inocente, o fato deve ser publicado com o mesmo destaque, e a polícia deve ser cobrada por seus erros;

z) Os veículos jornalísticos das Organizações Globo devem priorizar sempre suas próprias investigações e publicar o que resultar delas apenas se houver convicção formada de que a reportagem é legítima. Dessa forma, não é automática a publicação de repercussões sobre reportagens de outros veículos. Isso só deve ocorrer se o exame da reportagem produzir, de imediato, a convicção de que nela há elementos de verdade. Do contrário, é imperioso que haja investigação própria e, somente depois, se for o caso, repercutir a reportagem. Há ocasiões em que a mera publicação de uma reportagem produz efeitos instantâneos. Quando for assim, publicam-se os efeitos, descreve-se a reportagem, mas ressaltando-se a sua origem e de modo algum acolhendo-a como verdadeira. Tudo dependerá do caso, do assunto, do momento e dos efeitos que ela produzir. Mas pode-se dizer, de modo geral e a título de exemplo, que um ministro emitir uma nota respondendo a uma reportagem não é motivo suficiente para que um veículo das Organizações Globo a

repercuta, antes de investigação própria; a queda do ministro, porém, sim, justifica a publicação.

## 2) A correção:

Correção é aquilo que dá credibilidade ao trabalho jornalístico: nada mais danoso para a reputação de um veículo do que uma reportagem errada ou uma análise feita a partir de dados equivocados. O compromisso com o acerto deve ser, portanto, inabalável em todos os veículos das Organizações Globo. É evidente que, depois de tudo o que aqui já foi dito sobre o conceito de "verdade", não é demais dizer que estar correto é procurar descrever e analisar os fatos da maneira mais acurada, dadas as circunstâncias do momento. Nesse sentido, a correção é um processo, uma construção que vai se dando dia após dia. O jornalista investiga os fatos, pouco a pouco, e vai montando um quebra-cabeça. O retrato final estará ainda incompleto, à espera da História, mas terá de ser já, necessariamente, uma silhueta com contornos visíveis. Não há fórmula, e nem jamais haverá, que torne o jornalismo imune a erros, porém. Quando eles acontecem, é obrigação do veículo corrigi-los de maneira transparente, sem subterfúgios, num movimento que é ele próprio essencial à busca da informação correta. Um dos mecanismos que mais contribuem no controle de qualidade posterior à publicação das informações é a reação do público. É essencial, portanto, que todos os veículos das Organizações Globo tenham, cada um à sua maneira, estruturas que recebam amplamente as observações do público, críticas ou elogiosas, para processá-las, entendê-las e dar seguimento a elas. Na busca pela correção, é necessário seguir os seguintes princípios:

- a) Informações, para ser publicadas, devem ser confirmadas pelo maior número de fontes possível. Exceção feita às informações oficiais, de entidades públicas ou privadas;
- b) Informações e imagens enviadas pelo público pela internet só devem ser publicadas depois de averiguação quanto à sua veracidade. Na cobertura de eventos em que o trabalho de jornalistas esteja cerceado, haverá casos em que será necessária a publicação de informações e imagens assim obtidas, sem averiguação, mas o público deverá ser avisado de que não há como confirmar se são verdadeiras;
- c) O rigor com minúcias não é exagero, mas obrigação. Todos os dados de uma reportagem – nomes, datas, locais, horários, idades, endereços, referências históricas, descrições de processos, definições científicas, termos de um contrato,

explicações sobre formas de governo, enfim, tudo o que de objetivo houver numa reportagem – devem ser exatos, corretos, sem erros;

d) Todo repórter é responsável pela exatidão daquilo que apura, mas, como em jornalismo quase tudo se faz coletivamente, todos os envolvidos na edição de uma reportagem devem estar atentos para perceber inexatidões. Expressar dúvidas sobre dados de uma reportagem antes de sua publicação é a melhor maneira de torná-la mais exata;

e) A revisão não é uma forma de controle ou censura. É parte integrante e fundamental do processo jornalístico, e sua principal função é evitar erros. Se o processo jornalístico prescindiu da figura clássica do revisor, foi apenas porque todos os envolvidos numa reportagem se tornaram revisores. Nesse sentido, nenhuma reportagem deve ser publicada apenas com o exame do autor: é indispensável que outros envolvidos no processo participem desse exame;

f) Ferramentas tecnológicas hoje permitem o acesso rápido a bancos de dados confiáveis. Todas as redações das Organizações Globo devem viabilizar tal acesso, e seus jornalistas devem se impor como obrigação consultar tais arquivos;

g) Em reportagens que requeiram conhecimento técnico, a consulta a especialistas deve ser obrigatória. Nenhum jornalista precisa ser médico, químico, biólogo ou historiador. Mas, por isso mesmo, para não errar em assuntos técnicos, todo jornalista precisa se socorrer de assessoria especializada, ouvindo sempre mais de um técnico toda vez que o assunto for controverso;

h) Quanto mais diversificado for o interesse dos jornalistas por disciplinas que não fazem parte de sua formação universitária básica, mais equipada estará uma redação para tratar dos múltiplos assuntos com que lida diariamente. Ilustrar-se continuamente é dever intransferível de todo jornalista: num mundo em constante evolução, nenhum jornalista deixa de estar em aprendizado contínuo. Os veículos das Organizações Globo, no entanto, devem montar programas e estruturas de treinamento para auxiliar seus jornalistas, subsidiariamente, nessa tarefa;

i) Com esse mesmo objetivo, embora as Organizações Globo devam manter a prática de recrutar majoritariamente seus profissionais nas faculdades de Comunicação, seus veículos devem estar sempre abertos a acolher profissionais de outros campos que decidam se dedicar ao jornalismo, desde que demonstrem aptidão para tal;

j) A análise crítica das edições passadas é um imperativo. É a verificação cotidiana de pontos negativos e positivos das reportagens que permite o aperfeiçoamento contínuo delas e a adesão a estes princípios editoriais. Todos os veículos das Organizações Globo devem ter as suas estruturas de análise, escolhendo aquelas que melhor se adaptam ao seu perfil;

k) Os veículos das Organizações Globo devem ter estruturas para receber e processar as observações, positivas e negativas, vindas do público de uma maneira geral: os consumidores de suas informações, as fontes, os especialistas e os personagens de suas reportagens. Não se trata aqui de publicar ou deixar de publicar uma informação porque esta agrada a amplas camadas ou porque lhes desagrada: o dever de informar vem sempre em primeiro lugar. Conhecer a reação do público é fundamental porque contribui para a melhoria da qualidade da informação de muitas formas. Ajuda a conhecer possíveis erros, facilita o recebimento de novas informações sobre alguma cobertura e pode revelar o que é um fato em si mesmo: a própria reação do público. Essas estruturas devem ser capazes de discernir o que é manifestação espontânea e o que, em tempos de internet, é orquestração. Não há um modelo único: cada veículo deve encontrar aquele mais condizente com o seu perfil;

l) Os erros devem ser corrigidos, sem subterfúgios e com destaque. Não há erro maior do que deixar os que ocorrem sem a devida correção;

m) Os veículos das Organizações Globo usarão a norma culta da Língua Portuguesa, levando sempre em conta a sua evolução e as múltiplas possibilidades que ela acolhe. Gírias e neologismos serão evitados, sendo aceitos em declaração de entrevistados ou em reportagens mais leves, acompanhados, quando necessário, da explicação sobre seu significado. Cada veículo estabelecerá, em seu manual de redação, a padronização que considerar a mais apropriada. Mas editores evitarão que suas idiossincrasias em relação à língua se tornem norma;

n) Os veículos das Organizações Globo têm obrigação de se fazer entender. Uma notícia tem de ser publicada de forma clara, para que o público a compreenda sem dificuldades. Nesse sentido, na edição de reportagens, recursos explicativos que facilitem o entendimento são uma obrigação.

3) A agilidade:

A agilidade da produção jornalística é o que compensa, em larga medida, as suas imperfeições, se a compararmos a outras formas de conhecer a realidade. Em

outras palavras, há um duplo sentido na afirmação de que o jornalismo produz uma primeira imagem dos fatos: a imagem é primeira porque dela ainda não se têm os contornos definitivos; mas, também, é primeira porque é traçada logo após o ocorrido. A informação tem de ser prestada no menor espaço de tempo da melhor maneira possível, eis a equação diante da qual os jornalistas se veem todos os dias. Portanto, é atributo fundamental da qualidade da informação jornalística ser produzida com rapidez. Se a História pode dispor de anos de trabalho para fazer aflorar a realidade, o jornalismo dispõe de algumas horas (no máximo, de alguns dias, se a publicação for semanal ou mensal). É a celeridade com que traça o primeiro retrato dos fatos que ao mesmo tempo dá utilidade à produção jornalística e justifica as suas lacunas. A notícia tem pressa. E é por essa razão que os seguintes princípios devem ser perseguidos:

- a) Os veículos das Organizações Globo terão sempre como prioridade investir em tecnologia capaz de dar celeridade ao trabalho jornalístico e à sua difusão. Deverão estar atualizados com o que de melhor houver em maquinaria, equipamentos, softwares e meios de transporte;
- b) A burocracia que envolve o lado administrativo das empresas jornalísticas deve levar sempre em conta a necessidade de dar celeridade ao trabalho jornalístico. Os veículos devem desenvolver processos que controlem orçamentos e despesas sem que estes se transformem em entraves à agilidade que o jornalismo requer;
- c) A rapidez necessária ao trabalho jornalístico não se confunde com precipitação: nenhuma reportagem será publicada sem que esteja apurada dentro de parâmetros seguros de qualidade;
- d) Deve-se perseguir o furo jornalístico, a informação exclusiva, em primeira mão, mas jamais se descuidar dos outros atributos da informação de qualidade: a isenção com que é produzida, ouvindo-se todos os lados nela envolvidos, e a correção dos dados nela apresentados. Notícia errada ou enviesada não é furo; é um golpe na credibilidade do veículo;
- e) Como princípio geral, não se deve guardar notícia. Em geral, informação confirmada é informação publicada. Os veículos, no entanto, devem julgar quando uma reportagem deve ser publicada de imediato, quando pode esperar a próxima edição ordinária ou, se houver convicção de sua exclusividade, quando pode esperar por uma edição especial. O critério é a certeza de que a reportagem continuará a ser dada em primeira mão, e que a demora em publicá-la não



acarretará prejuízos à sociedade. Quanto mais postergada for uma reportagem, mais completa e mais trabalhada ela deve ser;

f) Deve-se ter humildade diante de furos de veículos concorrentes. Diante de casos assim, não se deve negar a realidade, mas entrar no assunto o mais rapidamente possível, tentando fazer mais e melhor, dando o crédito a quem de direito;

g) Essa postura em nada se confunde com a adesão acrítica a reportagens veiculadas por concorrentes. Antes de serem publicadas em veículos das Organizações Globo, todas têm de ser confirmadas por verificações próprias. Isso é especialmente verdadeiro quando se trata de denúncias, de acordo com os procedimentos descritos no item 1-z desta seção.

## SEÇÃO II

### COMO O JORNALISTA DEVE PROCEDER DIANTE DAS FONTES, DO PÚBLICO, DOS COLEGAS E DO VEÍCULO PARA O QUAL TRABALHA

#### 1) Diante das fontes:

a) Fazer e manter boas fontes é um dever de todo jornalista. Como a isenção deve ser um objetivo permanente, é altamente recomendável que a relação com a fonte, por mais próxima que seja, não se transforme em relação de amizade. A lealdade do jornalista é com a notícia;

b) Se a relação de amizade com uma fonte for anterior à vida profissional do jornalista, este deve manter a direção do veículo informada, para que os conflitos possam ser evitados. O mesmo deve acontecer caso a relação fonte-jornalista, apesar dos esforços em sentido contrário, torne-se uma amizade ou algo maior;

c) O respeito e a transparência devem marcar a relação dos jornalistas com suas fontes. Quando indagado por elas sobre o destino da informação que acaba de lhe dar, o jornalista deve responder com a exatidão possível;

d) Deve-se sempre respeitar compromisso assumido com as fontes, principalmente aqueles relativos à preservação da identidade delas. Por esse motivo, esse tipo de compromisso deve ser apenas firmado com fontes de cuja credibilidade não se possa desconfiar (ver item 4-e, desta seção);

e) Concedida uma entrevista exclusiva, uma fonte pode pedir alterações, acréscimos ou supressões, mas o jornalista julgará se o pedido se justifica. Haverá vezes em que o jornalista não concordará com a mudança, sendo, nestes casos, necessário registrar que a mudança foi solicitada, mas não aceita.

## 2) Diante do público:

- a) O público será sempre tratado com respeito, consideração e cortesia, em todas as formas de interação com os jornalistas e seus veículos: seja como consumidor da informação publicada, seja como fonte dela;
- b) Cada veículo tem um público-alvo e deve agir de acordo com as características dele, adaptando a elas pauta, linguagem e formato. Mas, para as Organizações Globo, todo público tem um alto poder de discernimento e entendimento: o menos culto dos homens é capaz de decidir o que é melhor para si, escolhe visando à qualidade e entende tudo o que lhe é relatado de forma competente. Essa convicção deve ser levada em conta especialmente pelos veículos de massa que produzem informação para pessoas de todos os níveis de instrução. Nesse caso, a linguagem e o formato não devem ser rebuscados a ponto de afastar os menos letrados nem simplórios a ponto de afastar os mais instruídos. Se informarem em linguagem clara sobre assuntos de interesse de todos, serão sempre bem entendidos;
- c) Nenhum veículo das Organizações Globo fará uso de sensacionalismo, a deformação da realidade de modo a causar escândalo e explorar sentimentos e emoções com o objetivo de atrair uma audiência maior. O bom jornalismo é incompatível com tal prática. Algo distinto, e legítimo, é um jornalismo popular, mais coloquial, às vezes com um toque de humor, mas sem abrir mão de informar corretamente;
- d) A sensibilidade do público será levada em conta. Cenas chocantes receberão o tratamento devido de acordo com as características do público-alvo. Quanto mais indistinto o público, mais cuidados são necessários. Nesses casos, o público deve ter sempre a confiança de que não será surpreendido por cenas que afrontem os valores médios presumidos da sociedade. A título de exemplo, talvez seja necessário mostrar o vídeo ou a foto de um homem-bomba explodindo, mas a cena pode ser congelada segundos antes do dilaceramento. Em resumo, a decisão de publicar ou não cenas potencialmente chocantes e de como tratá-las deve sempre levar em conta a sua relevância para o entendimento da questão abordada. A melhor saída é submeter a decisão à opinião do maior número de jornalistas de uma redação. De um grupo, sempre emerge mais facilmente o bom-senso;
- e) Todo veículo jornalístico tem uma responsabilidade social. Se é verdade que nenhum jornalista tem o condão de, certeira e, escolher que informações são "boas" ou "más", é legítima a preocupação com os efeitos maléficos que uma

informação possa causar à sociedade. Esse é um tema complexo, e sempre dependente da análise do momento. A regra de ouro é divulgar tudo, na suposição de que a sociedade é adulta e tem o direito de ser informada. A crença de que os veículos jornalísticos, ao não fazerem restrições a temas, estimulam comportamentos desviantes é apenas isso: uma crença;

f) O jornalismo, contudo, não é insensível a riscos evidentes, mas estes são evitáveis quando se respeita outra regra de ouro: só se divulga informação relevante. Para citar um exemplo, um vídeo divulgado por um assassino em série pode e deve ser divulgado naquilo que é importante, mas não faz sentido deixar o criminoso ensinar como se articula um plano de assassinato em massa. Da mesma forma, não se publicam informações úteis para grupos criminosos, como o local aonde a polícia irá à cata de um sequestrador. E respeitam-se pedidos de pessoas que se considerem em risco com a publicação de informações que lhes digam respeito, como um policial que matou em ação um traficante perigoso e pode ser vítima de represália de seus comparsas;

g) Notícias sobre sequestros serão sempre publicadas. Estudos de experiências internacionais levaram as Organizações Globo à convicção de que a publicação de que uma pessoa foi sequestrada não põe a vítima em risco, mas a protege. A notícia será publicada com todas as ressalvas, de modo a não revelar ao bandido o planejamento da polícia e da família, nem dar informações que mostrem a situação econômica da vítima. Isso obriga o veículo a um acompanhamento do sequestro mais sóbrio, sem necessariamente a publicação diária de reportagens a respeito. O registro de solidariedade pública, quando relevante, ou de fatos que ajudem a família ou a polícia deve ser feito;

h) A privacidade das pessoas será respeitada, especialmente em seu lar e em seu lugar de trabalho. A menos que esteja agindo contra a lei, ninguém será obrigado a participar de reportagens;

i) Pessoas públicas – celebridades, artistas, políticos, autoridades religiosas, servidores públicos em cargos de direção, atletas e líderes empresariais, entre outros – por definição abdicam em larga medida de seu direito à privacidade. Além disso, aspectos de suas vidas privadas podem ser relevantes para o julgamento de suas vidas públicas e para a definição de suas personalidades e estilos de vida e, por isso, merecem atenção. Cada caso é um caso, e a decisão a respeito, como

sempre, deve ser tomada após reflexão, de preferência que envolva o maior número possível de pessoas;

j) O uso de microcâmeras e gravadores escondidos, visando à publicação de reportagens, é legítimo se este for o único método capaz de registrar condutas ilícitas, criminosas ou contrárias ao interesse público. Deve ser feito com parcimônia, e em casos de gravidade. Seu uso deve ser precedido da análise, pelas chefias imediatas, dos riscos que correrão os jornalistas caso venham a ser descobertos. A imagem e/ou o áudio de pessoas que não estejam envolvidas diretamente no que estiver sendo denunciado devem ser protegidos. Em seus manuais de redação, os veículos devem estabelecer suas normas de uso.

3) Diante dos colegas:

a) De jornalistas de um mesmo veículo das Organizações Globo, espera-se espírito de colaboração. Todos numa redação têm de cooperar entre si, para que o trabalho seja o melhor possível;

b) Os envolvidos numa mesma reportagem – da apuração à edição – são responsáveis por sua qualidade. Devem agir como revisores uns dos outros, para bem do trabalho;

c) Os jornalistas não devem nunca se furtar de opinar sobre reportagens que estejam sendo feitas por colegas, criticando, sugerindo, ajudando a encontrar caminhos. A decisão de publicar ou não uma reportagem, e de como tratá-la, é do editor responsável por ela, mas ele errará se menosprezar a opinião de colegas de qualquer nível hierárquico. Errará ainda mais quando se conduzir de tal modo que iniba os jornalistas a opinar ou ponderar a respeito do que está sendo feito. Vale sempre repetir: jornalismo é uma obra coletiva, e terá tanto mais êxito quanto mais pessoas participarem do processo;

d) As redações dos veículos das Organizações Globo são absolutamente independentes umas das outras e competem entre si pelo furo, pela reportagem exclusiva. Esta é uma tradição que vem desde a origem do grupo e que tem se mostrado profícua: evita a pasteurização do noticiário e estimula o pluralismo de abordagens. Isso não quer dizer que, levando-se em conta a convergência de mídias, não seja possível a construção de sinergias em torno do chamado noticiário básico – aquelas notícias obrigatórias a que todos os veículos têm acesso. Em outras palavras, faz sentido a disputa por assuntos exclusivos, faz sentido dar mais ênfase a determinados temas e não a outros, mas não há mal algum na troca de

informações sobre a dimensão de um temporal ou a ocorrência de um assalto, por exemplo.

4) Diante do veículo:

a) As redações são independentes na busca por notícias, mas há uma união de princípios sobre como obtê-las, sendo estes princípios editoriais sua maior expressão. Nenhum jornalista das Organizações Globo justificará falhas alegando desconhecer este código. Desconhecê-lo será considerado um erro ainda maior;

b) Os veículos das Organizações Globo expressam, em seus editoriais, uma opinião comum sobre os temas em voga. Os textos podem e devem divergir no estilo, no enfoque, na ênfase nesse ou naquele argumento, mas a essência é a mesma. Essa opinião deve refletir a visão do seu conselho editorial, composto por membros da família Marinho e jornalistas que dirigem as redações. Nenhum outro jornalista do grupo precisa, porém, concordar com tais opiniões, que, em nenhuma hipótese, influenciarão as coberturas dos fatos. Estas, como exposto aqui extensivamente, devem se pautar por critérios de isenção;

c) Os jornalistas têm um dever de lealdade com os veículos para os quais trabalham. As informações a que têm acesso se destinam ao veículo e com ele devem ser divididas. Ninguém, somente o veículo, deve decidir o que fazer com elas, sendo certo que o seu destino será a publicação, se estiverem de acordo com os princípios explicitados neste documento. Da mesma forma, os veículos têm um dever de lealdade com seus jornalistas, e tudo devem fazer para protegê-los em sua atividade, fornecer-lhes meios adequados de trabalho e ampará-los em disputas provocadas por reportagens que publicam;

d) A participação de jornalistas das Organizações Globo em plataformas da internet como blogs pessoais, redes sociais e sites colaborativos deve levar em conta três pressupostos: notícias por eles apuradas devem ser divulgadas exclusivamente pelos veículos para os quais trabalham ou por estes autorizados; procedimentos internos, projetos, ideias, planos para o futuro ou quaisquer outras informações relativas ao dia a dia das redações não devem ser divulgados, sob pena de tornar vulnerável o veículo em que trabalham em relação a seus concorrentes; os jornalistas são em grande medida responsáveis pela imagem dos veículos para os quais trabalham e devem levar isso em conta em suas atividades públicas, evitando tudo aquilo que possa comprometer a percepção de que exercem a profissão com isenção e correção. Com base nestas premissas, cada veículo deve ter políticas

próprias para presença de seus profissionais na internet, e que todos os jornalistas se obrigam a cumprir;

e) O sigilo sobre as fontes é inviolável, e os veículos das Organizações Globo protegerão seus jornalistas na tarefa de mantê-lo em todas as instâncias, sob qualquer circunstância. O jornalista, porém, pode e deve dividi-lo com a direção do veículo, sempre que isso for fundamental para a tomada de decisão sobre publicar ou não uma informação. Isso não é quebra de sigilo, pois a direção se obriga a guardá-lo em todos os casos. Fontes que deliberadamente mintam para o jornalista, levando-o propositadamente a erro, podem ter seu nome revelado, não como represália, mas se essa medida for fundamental para a correção que o veículo terá de publicar na edição seguinte.

### SEÇÃO III

#### OS VALORES CUJA DEFESA É UM IMPERATIVO DO JORNALISMO

As Organizações Globo serão sempre independentes, apartidárias, laicas e praticarão um jornalismo que busque a isenção, a correção e a agilidade, como estabelecido aqui de forma minuciosa. Não serão, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderão intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre-iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza.

Para os propósitos deste documento, não cabe defender a importância de cada um desses valores; ela é evidente por si só. O que se quer é frisar que todas as ações que possam ameaçá-los devem merecer atenção especial, devem ter uma cobertura capaz de jogar luz sobre elas. Não haverá, contudo, apriorismos. Essas ações devem ser retratadas com espírito isento e pluralista, acolhendo-se amplamente o contraditório, de acordo com os princípios aqui descritos, de modo a que o público possa concluir se há ou não riscos e como se posicionar diante deles.

A afirmação destes valores é também uma forma de garantir a própria atividade jornalística. Sem a democracia, a livre iniciativa e a liberdade de expressão, é impossível praticar o modelo de jornalismo de que trata este documento, e é imperioso defendê-lo de qualquer tentativa de controle estatal ou paraestatal. Os limites do jornalista e das empresas de comunicação são as leis do país, e a liberdade de informar nunca pode ser considerada excessiva.

Esta postura vigilante gera incômodo, e muitas vezes acusações de partidarismos. Deve-se entender o incômodo, mas passar ao largo das acusações, porque o jornalismo não pode abdicar desse seu papel: não se trata de partidarismos, mas de esmiuçar toda e qualquer ação, de qualquer grupo, em especial de governos, capaz de ameaçar aqueles valores. Este é um imperativo do jornalismo do qual não se pode abrir mão.

Isso não se confunde com a crença, partilhada por muitos, de que o jornalismo deva ser sempre do contra, deva sempre ter uma postura agressiva, de crítica permanente. Não é isso. Não se trata de ser contra sempre (nem a favor), mas de cobrir tudo aquilo que possa pôr em perigo os valores sem os quais o homem, em síntese, fica tolhido na sua busca por felicidade. Essa postura está absolutamente em linha com o que rege as ações das Organizações Globo. No documento "Visão, Princípios e Valores", de 1997, está dito logo na abertura: "Queremos ser o ambiente onde todos se encontram. Entendemos mídia como instrumento de uma organização social que viabilize a felicidade".

O jornalismo que praticamos seguirá sempre este postulado.

Sábado, 06/08/2011.

**ANEXO B: Lei Eleitoral nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**

Tribunal Superior Eleitoral. (T.S.E)

**DA PROPAGANDA ELEITORAL NO RÁDIO E NA TELEVISÃO**

**Art. 44.** A propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta Lei, vedada a veiculação de propaganda paga.

**Art. 45.** A partir de 1º de julho do ano da eleição, é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e noticiário:

**I** – transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;

**II** – usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito;

**III** – veicular propaganda política ou difundir opinião favorável ou contrária a candidato, partido, coligação, a seus órgãos ou representantes;

**IV** – dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação;

**V** – veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;

**VI** – divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em Convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou com a variação nominal por ele adotada. Sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

**§ 1º** A partir de 1º de agosto do ano da eleição, é vedado ainda às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por candidato escolhido em Convenção.



**§ 2º** Sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 55, a inobservância do disposto neste artigo sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de vinte mil a cem mil UFIR, duplicada em caso de reincidência.

**§ 3º** As disposições deste artigo aplicam-se aos sítios mantidos pelas empresas de comunicação social na Internet e demais redes destinadas à prestação de serviços de telecomunicações de valor adicionado.

**Art. 46.** Independentemente da veiculação de propaganda eleitoral gratuita no horário definido nesta Lei, é facultada a transmissão, por emissora de rádio ou televisão, de debates sobre as eleições majoritária ou proporcional, sendo assegurada a participação de candidatos dos partidos com representação na Câmara dos Deputados, e facultada a dos demais, observado o seguinte:

**I** – nas eleições majoritárias, a apresentação dos debates poderá ser feita:

a) em conjunto, estando presentes todos os candidatos a um mesmo cargo eletivo;

b) em grupos, estando presentes, no mínimo, três candidatos;

**II** – nas eleições proporcionais, os debates deverão ser organizados de modo que assegurem a presença de número equivalente de candidatos de todos os partidos e coligações a um mesmo cargo eletivo, podendo desdobrar-se em mais de um dia;

**III** – os debates deverão ser parte de programação previamente estabelecida e divulgada pela emissora, fazendo-se mediante sorteio a escolha do dia e da ordem de fala de cada candidato, salvo se celebrado acordo em outro sentido entre os partidos e coligações interessados.

**§ 1º** Será admitida a realização de debate sem a presença de candidato de algum partido, desde que o veículo de comunicação responsável comprove havê-lo convidado com a antecedência mínima de setenta e duas horas da realização do debate.

**§ 2º** É vedada a presença de um mesmo candidato a eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora.

**§ 3º** O descumprimento do disposto neste artigo sujeita a empresa infratora às penalidades previstas no art. 56.

**Art. 47.** As emissoras de rádio e de televisão e os canais de televisão por assinatura mencionados no art. 57 reservarão, nos quarenta e cinco dias anteriores à antevéspera das eleições, horário destinado à divulgação, em rede, da propaganda eleitoral gratuita, na forma estabelecida neste artigo.

**§ 1º** A propaganda será feita:

**I** – na eleição para Presidente da República, às terças e quintas-feiras e aos sábados:

a) das sete horas às sete horas e vinte e cinco minutos e das doze horas às doze horas e vinte e cinco minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinqüenta e cinco minutos, na televisão;

**II** – nas eleições para Deputado Federal, às terças e quintas-feiras e aos sábados:

a) das sete horas e vinte e cinco minutos às sete horas e cinqüenta minutos e das doze horas e vinte e cinco minutos às doze horas e cinqüenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e vinte e cinco minutos às treze horas e cinqüenta minutos e das vinte horas e cinqüenta e cinco minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;

**III** – nas eleições para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas às sete horas e vinte minutos e das doze horas às doze horas e vinte minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e vinte minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinqüenta minutos, na televisão;

**IV** – nas eleições para Deputado Estadual e Deputado Distrital, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas e vinte minutos às sete horas e quarenta minutos e das doze horas e vinte minutos às doze horas e quarenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e vinte minutos às treze horas e quarenta minutos e das vinte horas e cinqüenta minutos às vinte e uma horas e dez minutos, na televisão;

**V** – na eleição para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas e quarenta minutos às sete horas e cinqüenta minutos e das doze horas e quarenta minutos às doze horas e cinqüenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e quarenta minutos às treze horas e cinqüenta minutos e das vinte e uma horas e dez minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;

**VI** – nas eleições para Prefeito e Vice-Prefeito, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas às sete horas e trinta minutos e das doze horas às doze horas e trinta minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e trinta minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte e uma horas, na televisão;

**VII** – nas eleições para Vereador, às terças e quintas-feiras e aos sábados, nos mesmos horários previstos no inciso anterior.

**§ 2º** Os horários reservados à propaganda de cada eleição, nos termos do parágrafo anterior, serão distribuídos entre todos os partidos e coligações que tenham candidato e representação na Câmara dos Deputados, observados os seguintes critérios:

**I** – um terço, igualitariamente;

**II** – dois terços, proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos que a integram.

**§ 3º** Para efeito do disposto neste artigo, a representação de cada partido na Câmara dos Deputados será a existente na data de início da legislatura que estiver em curso.

**§ 4º** O número de representantes de partido que tenha resultado de fusão ou a que se tenha incorporado outro corresponderá à soma dos representantes que os partidos de origem possuíam na data mencionada no parágrafo anterior.

**§ 5º** Se o candidato a Presidente ou a Governador deixar de concorrer, em qualquer etapa do pleito, e não havendo a substituição prevista no art. 13 desta Lei, far-se-á nova distribuição do tempo entre os candidatos remanescentes.

**§ 6º** Aos partidos e coligações que, após a aplicação dos critérios de distribuição referidos no caput, obtiverem direito a parcela do horário eleitoral inferior a trinta segundos, será assegurado o direito de acumulá-lo para uso em tempo equivalente.

**Art. 48.** Nas eleições para Prefeitos e Vereadores, nos Municípios em que não haja emissora de televisão, os órgãos regionais de direção da maioria dos partidos participantes do pleito poderão requerer à Justiça Eleitoral que reserve dez por cento do tempo destinado à propaganda eleitoral gratuita para divulgação em rede da propaganda dos candidatos desses Municípios, pelas emissoras geradoras que os atingem.

**§ 1º** A Justiça Eleitoral regulamentará o disposto neste artigo, dividindo o tempo entre os candidatos dos Municípios vizinhos, de forma que o número máximo de Municípios a serem atendidos seja igual ao de emissoras geradoras disponíveis.

**§ 2º** O disposto neste artigo aplica-se às emissoras de rádio, nas mesmas condições.

**Art. 49.** Se houver segundo turno, as emissoras de rádio e televisão reservarão, a partir de quarenta e oito horas da proclamação dos resultados do primeiro turno e até a antevéspera da eleição, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita, dividido em dois períodos diários de vinte minutos para cada eleição, iniciando-se às sete e às doze horas, no rádio, e às treze e às vinte horas e trinta minutos, na televisão.

**§ 1º** Em circunscrição onde houver segundo turno para Presidente e Governador, o horário reservado à propaganda deste iniciar-se-á imediatamente após o término do horário reservado ao primeiro.

**§ 2º** O tempo de cada período diário será dividido igualmente entre os candidatos.

**Art. 50.** A Justiça Eleitoral efetuará sorteio para a escolha da ordem de veiculação da propaganda de cada partido ou coligação no primeiro dia do horário eleitoral gratuito; a cada dia que se seguir, a propaganda veiculada por último, na véspera, será a primeira, apresentando-se as demais na ordem do sorteio.

**Art. 51.** Durante os períodos previstos nos arts. 47 e 49, as emissoras de rádio e televisão e os canais por assinatura mencionados no art. 57 reservarão, ainda, trinta minutos diários para a propaganda eleitoral gratuita, a serem usados em inserções de até sessenta segundos, a critério do respectivo partido ou coligação, assinadas obrigatoriamente pelo partido ou coligação, e distribuídas, ao longo da programação veiculada entre as oito e as vinte e quatro horas, nos termos do § 2º do art. 47, obedecido o seguinte:

- Resolução-TSE nº 20.377, de 6.10.98: distribuição do tempo das inserções no segundo turno.

I – o tempo será dividido em partes iguais para a utilização nas campanhas dos candidatos às eleições majoritárias e proporcionais, bem como de suas legendas partidárias ou das que compoñham a coligação, quando for o caso;

II – destinação exclusiva do tempo para a campanha dos candidatos a Prefeito e Vice-Prefeito, no caso de eleições municipais;

III – a distribuição levará em conta os blocos de audiência entre as oito e as doze horas, as doze e as dezoito horas, as dezoito e as vinte e uma horas, as vinte e uma e as vinte e quatro horas;

**IV** – na veiculação das inserções é vedada a utilização de gravações externas, montagens ou trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais, e a veiculação de mensagens que possam degradar ou ridicularizar candidato, partido ou coligação.

**Art. 52.** A partir do dia 8 de julho do ano da eleição, a Justiça Eleitoral convocará os partidos e a representação das emissoras de televisão para elaborarem plano de mídia, nos termos do artigo anterior, para o uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito, garantida a todos participação nos horários de maior e menor audiência.

**Art. 53.** Não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

**§ 1º** É vedada a veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos, sujeitando-se o partido ou coligação infratores à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte.

**§ 2º** Sem prejuízo do disposto no parágrafo anterior, a requerimento de partido, coligação ou candidato, a Justiça Eleitoral impedirá a reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

**Art. 54.** Dos programas de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação poderá participar, em apoio aos candidatos desta ou daquele, qualquer cidadão não filiado a outra agremiação partidária ou a partido integrante de outra coligação, sendo vedada a participação de qualquer pessoa mediante remuneração.

**Parágrafo único.** No segundo turno das eleições não será permitida, nos programas de que trata este artigo, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos.

**Art. 55.** Na propaganda eleitoral no horário gratuito, são aplicáveis ao partido, coligação ou candidato as vedações indicadas nos incisos I e II do art. 45.

**Parágrafo único.** A inobservância do disposto neste artigo sujeita o partido ou coligação à perda de tempo equivalente ao dobro do usado na prática do ilícito, no período do horário gratuito subsequente, dobrada a cada reincidência, devendo, no mesmo período, exibir-se a informação de que a não-veiculação do programa resulta de infração da lei eleitoral.

**Art. 56.** A requerimento de partido, coligação ou candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por vinte e quatro horas, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições desta Lei sobre propaganda.

**§ 1º** No período de suspensão a que se refere este artigo, a emissora transmitirá a cada quinze minutos a informação de que se encontra fora do ar por ter desobedecido à lei eleitoral.

**§ 2º** Em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado.

**Art. 57.** As disposições desta Lei aplicam-se às emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e os canais de televisão por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembléias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras Municipais.