Uma prévia da disputa eleitoral de 2018: João Doria e Luciano Huck nas páginas da Folha de S.Paulo[1]

Edinei José WASSOASKI[2]
Centro Universitário de União da Vitória (UNIUV)

Resumo

A mídia impressa sempre exerceu protagonismo nas disputas eleitorais e essa condição é vista como um dos pilares da democracia. Como o jornal de maior circulação no Brasil extrapola a missão de informar, apontar tendências e acompanhar o cotidiano de potenciais candidatos, assumindo para si o papel de criar ao menos um pré-candidato é o que o presente artigo pretende abordar. Para tanto, emprega análise do discurso de linha francesa a partir dos conceitos de Patrick Charaudeau (2005).

Palavras-chave: mídia impressa, manipulação, Eleições 2018, Folha de S.Paulo.

1 Introdução

A mídia impressa, tradicionalmente, assume protagonismo em disputas eleitorais[3]. Quando outras mídias não existiam até o final do século XIX e início do século XX, era por meio dos jornais, mesmo que tempo depois, que as pessoas se informavam sobre os vitoriosos nos pleitos municipais, estaduais e nacionais. Esse protagonismo, de certa forma, ajudou a construir a imagens dos jornais como pilares da democracia.

Ocorre que, já no século XVIII, a relação entre poder e imprensa produzia um jornalismo escancaradamente ideológico. É o período da ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionavam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos, de todas as ideias. "É também característica do período a imprensa partidária, na qual os próprios

[1] Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2]Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), e-mail: prof.edinei@uniuv.edu.br

[3]Já foi possível afirmar, antes do advento da Internet, que os jornais impressos eram protagonistas nos processos sucessórios, inclusive pautando os demais veículos de comunicação. No entanto, hoje se discute a importância das redes sociais digitais como principal elemento de influência de políticos junto a seus eleitores.

jornalistas eram políticos e o jornal, seu porta-voz", diz Ciro Marcondes Filho (2002, p. 11-12).

Cada político razoavelmente destacado criava seu próprio clube. Desses clubes saíam os jornais. Naquela época, os jornais não tinham cunho comercial, eram redigidos por escritores e intelectuais que tinham muito mais a função de influenciar os leitores com ideologias de seus patrões do que, de fato, informar. Os textos traziam críticas e opiniões calcadas quase sempre em posicionamentos políticos. Esse modelo descrito por Marcondes Filho se refere ao chamado Primeiro Jornalismo, que pregava, ainda, valores como a razão, a verdade, a transparência, o questionamento da autoridade e a confiança no progresso. Havia aí, uma reação aos séculos de dominação da Igreja Católica. A ideologia nascia do desejo da liberdade de expressão, uma das maiores reivindicações do jornalismo até hoje. Essa visão do jornalismo não demorou a ceder ao modelo industrial, calcado no lucro, que viria como Segundo Jornalismo (1830 a 1900):

> A atividade que se iniciara com as discussões político-literárias aquecidas, emocionais, relativamente anárquicas, começava agora a se constituir como grande empresa capitalista: todo o romantismo da primeira fase será substituído por uma máquina de produção de notícias e de lucros com os jornais populares e sensacionalistas (MARCONDES FILHO, 2002, p. 13).

Cria-se, então, o que Oliveira Filha e Lemos (2013) chamam de "jornalismo de mercado", cujo auge se deu em 1875, com a introdução da publicidade por meio de grandes anúncios nos jornais. "Alguns valores se mantêm, como a atualidade e o 'furo de reportagem', mas o grande filão do jornalismo passa a ser a imparcialidade e o entretenimento, em substituição ao espírito questionador de outrora" (OLIVEIRA FILHA; LEMOS, 2013, p. 4).

O Terceiro Jornalismo, que vigorou entre 1900 e 1960, foi, para Marcondes Filho (2002), um período de desintegração e enfraquecimento da atividade. O jornalismo passa a ser apenas um item a mais nos grandes conglomerados, competindo com a indústria publicitária e de relações públicas. E a imparcialidade, é claro, continuou a ser entendida como o conceito que deveria nortear o processo de produção de notícias (OLIVEIRA FILHA; LEMOS, 2013, p. 4).

O Quarto Jornalismo começa nos anos 1970 e segue até hoje como um modelo de persuasão, que se confunde com a propaganda. Os Estados, as grandes e pequenas

empresas e as instituições passam a se equipar com assessorias para promover, por si mesmas, a organização dos conteúdos que, depois, terão a mídia como meio para se massificarem. "Todos (os meios de comunicação) agora existem dentro de um campo maior, no qual a hegemonia é exercida pelas relações públicas generalizadas", conforme Eugênio Bucci (2000, p.194). É dentro deste contexto que a *Folha de S.Paulo*, maior jornal em circulação hoje no Brasil[4], se consolidou, especialmente na década de 1980, como um jornal ousado na formatação e pseudotransparente na forma de compartilhar informações. São os pilares do Projeto Folha, que se abordará com mais atenção a seguir, que o presente artigo questiona ao confrontar o início da cobertura das eleições presidenciais de 2018. Sem qualquer menção anterior na grande imprensa ao nome do apresentador de TV Luciano Huck como pré-candidato à Presidência da República em 2018, o jornal publicou entrevista com ele nas páginas de Poder, tradicionalmente direcionadas a personagens comuns na política nacional e raramente a artistas. O artigo contrapõe a entrevista feita com Huck à cobertura do mandato do prefeito de São Paulo, João Doria, apontado como pré-candidato à Presidência.

Trata-se de colocar em dúvida os pilares de um jornalismo dito apartidário e isento com uma pré-candidatura criada pelo maior jornal do Brasil. Para tanto, resgata-se a história do jornal, a fim de entender a construção de seus valores. Em seguida, busca-se entender as regras que regem a relação entre imprensa e política a partir de autores como Bourdieu (1997), Bucci (2000) e Erbolato (2001). Na sequência, emprega-se análise do discurso de linha francesa a partir dos conceitos de Patrick Charaudeau (2005) para discorrer sobre as publicações de reportagens sobre Luciano Huck e João Doria.

2 História e Projeto Folha

A *Folha de S.Paulo* surgiu como *Folha da Noite* em 19 de fevereiro de 1921 como uma dissidência de *O Estado de S. Paulo*. Os jornalistas, entre eles Júlio de Mesquita Filho, que escreveu o "programa" do jornal publicado na primeira edição, haviam ficado órfãos da edição vespertina do *Estadão*[5], informalmente chamada de *Estadinho*, que fizera sucesso durante a Primeira Guerra Mundial (1914-18). Ao

[4]http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/08/08/cai-a-circulacao-dos-grandes-jornais.html. Acesso em 8 jul 17
[5] Nome pelo qual *O Estado de S.Paulo* é popularmente conhecido

contrário do matutino, mais sisudo, o *Estadinho* se permitia um coloquialismo que era do agrado dos jovens jornalistas. Depois de seis anos, o vespertino foi fechado. "Não nos conformávamos com o seu desaparecimento. Daí a ideia de 'Folha da Noite'", escreveu Paulo Duarte, um dos integrantes do grupo em texto reproduzido no especial de 90 anos publicado pela *Folha*[6] em fevereiro de 2011[7]. Duarte e Mesquita logo voltaram ao *Estadão*, e a *Folha da Noite* ficou sob a responsabilidade de outros dois fundadores, Pedro Cunha e, sobretudo, Olívio Olavo de Olival Costa, responsável pela política editorial[8].

Em 1945, José Nabantino Ramos assume o controle da *Folha da Noite* e da *Folha da Manhã*, esta criada em 1925. Seu primeiro movimento foi afastar o conde Francisco Matarazzo Júnior, que havia adquirido o jornal para usá-lo como tribuna contra Assis Chateaubriand, que o atacava pelas páginas das publicações dos Diários Associados[9].

Uma vez no comando, Nabantino tratou de imprimir às *Folhas* uma política editorial pautada pela imparcialidade. Se nem sempre teve êxito, diferenciou os jornais da concorrência, toda ela alinhada ao conservadorismo da União Democrática Nacional (UDN). Em 1948, publicou o *Programa de Ação para as Folhas*, tentativa pioneira de conceituar a atividade em termos editoriais e empresariais, o que foi consolidado em 1959 num documento de 275 páginas. Seu legado foi um jornal de porte médio, a *Folha de S.Paulo*, fusão das *Folhas da Manhã, da Tarde e da Noite* concretizada em 1º de janeiro de 1960[10].

Em 1962, Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho compraram a *Folha*. Em 1965, entraram no ramo do jornalismo popular com a aquisição do jornal *Última Hora* e do *Notícias Populares*. No mesmo ano, compraram um terço da TV Excelsior, então líder de audiência. Dois anos depois, foi relançada a *Folha da Tarde* e surgiu o *Cidade de Santos*, enquanto os dois sócios assumiam o controle administrativo da Fundação Cásper Líbero[11].

[6] Para fins de simplificação, o jornal passa a ser tratado apenas como *Folha* a partir desta citação.
[7] FOLHA DE S.PAULO, 19 fev. 2011, p. 8.
[8] Idem.
[9] Ibidem.
[10] Ibidem.
[11] Ibidem.

A *Folha* reconhece que apoiou o golpe militar de 1964, mas diz que não participou da conspiração contra o presidente João Goulart[12]. No dia 1º de abril de 1964, destacou na primeira página: "II EXÉRCITO DOMINA O VALE DA PARAÍBA". No dia 2 de abril, o editorial "Em defesa da Lei" faz um contundente ataque ao avanço do comunismo no Brasil, que critica o presidente destituído e afirma que "na verdade, as Forças Armadas destinam-se a defender a Pátria e garantir os poderes constitucionais, a lei e a ordem"[13]. O jornal submeteu-se à censura, acatando as proibições.

Em meados de 1974, Claudio Abramo promoveu uma reforma editorial visando aumentar a credibilidade e poder de influência do jornal. As páginas 2 e 3 se tornaram espaços de opinião. Passaram a fazer parte da equipe editorial colunistas como Paulo Francis e, mais tarde, Jânio de Freitas. A trajetória teve um desvio em 1977, quando, por pressão da linha dura do governo militar, Abramo foi afastado de seu cargo. Boris Casoy, que o substituiu, manteve a orientação editorial[14].

Em 1983, o Brasil estava em um limbo político: tinha-se como certo que o ciclo militar se aproximava do fim, mas a eleição para presidente ainda era indireta. Foi nesse contexto que, timidamente, surgiu o movimento das Diretas Já. Ao contrário da postura de omissão do jornal com relação às atrocidades cometidas pelo governo militar, a *Folha* deu destaque ao movimento.

Quando praticamente toda a imprensa cobria o movimento, o diferencial da *Folha* foi o tom de campanha. Jornalistas da sede em São Paulo viajavam para todas as capitais e grandes cidades onde eventos eram realizados. Os textos, com frequência ufanistas, procuravam inflamar os ânimos, de modo a arrastar mais pessoas para as ruas. No auge do movimento, a *Folha* passou a ser chamada até nos palanques de "o jornal das Diretas"[15].

Quando as Diretas foram derrotadas no Congresso, em 25 de abril, a *Folha* destacou: "A NAÇÃO FRUSTRADA!" e publicou editorial que chamava os parlamentares responsáveis pelo resultado de "fiapos de homens públicos" e "fósseis da ditadura". Apesar da derrota, o movimento pavimentou o caminho para a eleição indireta do oposicionista Tancredo Neves. Com o início da redemocratização do Brasil, foi lançado o *Projeto Folha*, segundo o jornal, calcado no pluralismo e apartidarismo, já

[12] Ibidem.
[13] FOLHA DE S.PAULO. Editorial, 2 abr. 1964, p. 4.
[14] FOLHA DE S.PAULO, 19 fev. 2011, p. 8.
[15] Idem.

que vários partidos surgiram com o fim do bipartidarismo entre Aliança Renovadora Nacional (Arena) e Movimento Democrático Brasileiro (MDB), imposto pelo extinto governo militar

O projeto começou, na prática, um mês depois da votação das Diretas Já, quando Otavio Frias Filho assumiu a direção de Redação. Três meses depois entrava em vigor o Manual Geral da Redação[16]. O novo projeto surtiu efeitos positivos e levou a *Folha* a se autointitular como o jornal "mais influente do Brasil".

Segundo dados apresentados por Carlos Eduardo Lins da Silva (2005, p. 124), a circulação paga cresceu 39,5% de junho de 1984 a junho de 1986, chegando a um total de 291.659 por dia. Em 2006, o Instituto Verificador de Circulação (IVC) apontou que a *Folha* ocupava a liderança na venda de jornais no País, com circulação média de 309.383 exemplares. A edição de 8 de julho de 2017 aponta que o jornal tem circulação de 322.386 exemplares entre impressos e digitais.

A redação foi informatizada em 1983-84. Surgiram programas de treinamento, bolsas para jornalistas atuarem no exterior, avaliação interna das equipes e uma mensuração sistemática dos erros cometidos pelo jornal, assim como a seção *Erramos* e o cargo de *ombudsman*. Criado nessa fase, o Instituto Datafolha, além de pesquisas eleitorais, passou a fazer levantamentos periódicos do perfil do leitor do jornal.

Desde meados dos anos 1980, a *Folha* tem feito reformas gráficas a cada cinco ou seis anos. Na mais recente, ampliou o tamanho das letras impressas e usa mais imagens. Ironicamente, na mesma edição de 30 de março de 2017, na qual traz a entrevista com o apresentador de TV Luciano Huck, que será analisada no capítulo 4, a *Folha* publica uma reformulação de seu projeto editorial, calcado em 12 preceitos: veracidade, atualização, interesse público, valores do conhecimento, disposição crítica, pluralidade, contraponto, atitude apartidária, vigor financeiro, distinção entre material noticioso e publicitário, rechaçar censura e corrigir erros[17].

Em 2010, a *Folha* se tornou um dos primeiros jornais do país a promoverem a fusão entre as equipes voltadas ao jornal impresso e à versão online, que passou a se chamar Folha.com. Nos últimos anos, a exemplo de *O Globo* e *Estadão* – seus maiores concorrentes –, tem suprimido cadernos e diminuído o número de páginas, reflexo da crise que se abate sobre o jornalismo impresso. O Grupo Folha publica ainda os jornais *Agora* e, em parceria com a Infoglobo, o *Valor Econômico*.

[16] Ibidem.
[17] FOLHA DE S. PAULO, 30 mar 17. P. A14.

Demonstrando disposição para reconhecer seus equívocos, a *Folha* tenta se firmar, especialmente em coberturas políticas, como um jornal influente em defesa do interesse público. Na campanha de 2014, foi o único dos três estudados a trazer uma denúncia contra o principal opositor de Dilma. Em julho de 2014, mostrou que o governo de Minas Gerais, então sob comando de Aécio, construiu um aeroporto em terreno de um tio do então governador. "O governo de Minas Gerais gastou quase R$ 14 milhões para construir um aeroporto dentro de uma fazenda de um parente do senador tucano Aécio Neves, no fim do seu segundo mandato como governador do Estado", revelou o repórter Lucas Ferraz[18]. O assunto repercutiu e constrangeu o presidenciável, que três anos depois seria denunciado na Operação Lava-Jato[19].

3 Política e imparcialidade

Certamente não cabe a um jornal apontar qual seria o candidato ideal em uma disputa eleitoral. Ao veículo cabe, no máximo, expressar sua opinião em editoriais, como a própria *Folha* fez na disputa de 2014, quando no dia do segundo turno expressou uma posição equilibrada entre os dois candidatos: "O próximo ano virá com dificuldades econômicas que o improviso não poderá contornar. Tanto Aécio Neves quanto Dilma Rousseff são dignos de tal tarefa; que um deles a empreenda"[20].

Há, também, os colunistas do jornal, pagos para expressar suas opiniões, refletindo sobre o noticiário. Isso fica claro ao leitor pela diagramação diferenciada e a assinatura de quem escreveu a análise. A principal função do jornal, contudo, é a informação.

Segundo Mário Erbolato (2001, p. 34-35), as informações devem ser classificadas de acordo com fatores, como proximidade do fato com o universo do leitor/espectador, impacto, conflito, consequências, interesse pessoal do leitor, interesse humano, importância, rivalidade (disputas, esportes), utilidade pública, política editorial do jornal, *site* ou emissora de rádio ou TV, oportunidade (aproveitar o 'gancho'), expectativa ou suspense, originalidade e repercussão. A notícia deve ser recente, inédita, verdadeira e de interesse público, pois o leitor quer novidades. Deseja saber o que ainda desconhece, ou o que sabe apenas superficialmente, em uma conversa com amigos.

[18] FOLHA DE S.PAULO, 20 jul. 2014, p. A4.
[19] Maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve. Iniciada em 2014, já prendeu 74 pessoas (http://politica.estadao.com.br/blogs/coluna-do-estadao/lava-jato-ja-fez-61-delacoes-premiada-prendeu-74-pessoas-e-apurou-r-64-bilhoes-em-propina/. Acesso em 8 jul 17).
[20] FOLHA DE S.PAULO, 26 out 14, p A2.

Percebe-se aí que não cabe ao jornalista fabricar a notícia, mas sim, baseados nos indícios abordados por Erbolato, perseguir o que tem potencial para estar nas páginas do jornal. É preciso, portanto, haver um mínimo de interesse público no assunto.

Por mais que desfrute de credibilidade, o veículo de comunicação não pode manipular a informação de acordo com suas crenças ou princípios, sob risco de comprometer sua credibilidade. Patrick Charaudeau (2013) diz que a mídia, continuamente, obriga-se a emitir, paralelamente ao discurso de informação, um discurso que justifique sua razão de ser, como se além de dizer "eis o que é preciso saber", as mídias dissessem o tempo todo: "eis porque temos a competência para informar" (2013, p. 34). Essa relação do veículo de imprensa com o seu leitor, especificamente na cobertura política, se inter-relaciona com os próprios agentes políticos.

Ainda que antagônica, a relação entre agentes políticos e a imprensa tem um ponto em comum: ambos estão submetidos ao veredito popular, a uma sanção de mercado.

> Daí decorre que a influência do campo jornalístico reforça as tendências dos agentes comprometidos com o campo político a submeter-se à pressão das expectativas e das exigências da maioria, por vezes passionais e irrefletidas, e frequentemente constituídas como reivindicações mobilizadoras pela expressão que recebem na imprensa (BOURDIEU, 1997, p. 114-115).

Bucci (2000, p.92) ensina que dizer que "o presidente da República entrou em reunião com quatro de seus ministros no Palácio do Planalto há dez minutos", por exemplo, é fazer um relato objetivo, ou seja, fornecer, como sujeito pesquisador, a descrição exata do objeto estudado. A notícia enquanto gênero de texto é o relato de fatos, sem comentário, juízo de valor ou opinião. "Relata a informação da maneira mais objetiva possível" (NOVO MANUAL DA REDAÇÃO, Folha de S.Paulo, 2001, p. 71). O conceito de objetividade, no entanto, é bastante discutível. O próprio surgimento do termo "objetividade" suscita especulações. Quando no século XVIII a maioria dos jornais ingleses atendia a interesses específicos, em 1702 surgiu o *The Daily Courant*, com tendências comerciais e políticas, além de notícias estrangeiras (PEREIRA JR, 2010, p. 48). Com um cenário político conturbado e com a maioria das publicações tendendo abertamente para determinado lado, o diário hasteou a bandeira da independência, vertida em textos imparciais. Para Pereira Jr (2010, p. 49), o *The Daily*

Courant deixou como legado a "invenção comercial da objetividade". Viu um nicho de mercado inexplorado e foi muito bem-sucedido ao apostar nele. Por privilegiarem um assunto ou um personagem em detrimento de outros, os jornais, por si só, derrubam qualquer defesa da objetividade.

Nas mídias, os jogos de aparências se apresentam como informação objetiva, democracia, deliberação social, denúncia do mal e da mentira, explicação dos fatos e descoberta da verdade. "Entretanto, e por isso mesmo, os discursos de explicação não podem pretender à verdade absoluta e menos ainda à profecia" (CHARAUDEAU, 2013, p. 29). Quando o jornalista pauta sobre o que o leitor vai ter conhecimento, está tentando impor sua verdade, como em qualquer conversa na qual se tenta persuadir o outro de suas convicções. O que está em causa não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de "credibilidade", isto é, aquilo que determina o "direito à palavra" de quem se comunica, além das condições de validade da palavra emitida (CHARAUDEAU, 2013, p. 49). Nesse caso, pode-se atribuir à informação uma característica de despistamento (fazer crer na importância de uma notícia para evitar outras) ou mesmo de intoxicação (vazar informações de forma proposital) ou de barrigas (plantar uma notícia falsa).

4 O candidato ideal

Charaudeau (2013, p. 51) questiona: "Por que dar uma informação que ninguém está pedindo?" Pois bem, em 30 de março de 2017[21] a *Folha* publicou nas páginas da editoria de Poder uma entrevista com o apresentador de TV, Luciano Huck. A entrevista abre mão dos mesmos recursos jornalísticos usados em reportagem publicada na mesma edição abordando a possibilidade de o prefeito de São Paulo, João Doria, renunciar ao mandato para concorrer à Presidência da República em 2018 – pluralidade de fontes, contrapontos e versões – para enaltecer a imagem de Huck como bom moço, na mais imediata das perspectivas. "É hora de minha geração ocupar os espaços do poder" é o título da publicação que tem perguntas pouco objetivas e que em nenhum momento constrange o entrevistado. "Qual a sua missão?", "Que marcas quer deixar?", "O que te inspira?", "É assediados por partidos (políticos)?" são perguntas que passam longe do estilo agressivo que o jornal usaria com João Doria por ocasião dos 100 primeiros dias

[21] FOLHA DE S.PAULO, 30 mar. 17, P. A8.

de governo como prefeito de São Paulo[22]. "Não faz sentido manter cobrador dentro dos ônibus", destaca a primeira página do jornal. A primeira pergunta é amena, trata da aprovação de governo. Logo a segunda pergunta, no entanto, se refere à reprovação de governo, que havia subido de 13% para 20%. Na sequência as perguntas vão ficando ainda mais incisivas: "Segundo o Datafolha, metade acha que São Paulo está igual a quando o sr assumiu. Qual é o prazo para resolver buraco, mato alto e semáforo apagado? Quando o sr vai dizer: 'Agora é minha responsabilidade'?". Sobre as doações pedidas a empresários amigos do prefeito para ajudar o erário público, a repórter pergunta: "Isso não vai criar um constrangimento? O empresário não vai cobrar a fatura depois?". Comenta logo em seguida: "A pesquisa Datafolha mostra que esse processo de doações tem, para a maioria, pouca ou nenhuma transparência". Ao perguntar se o prefeito cometeu erros nos 100 primeiros dias de governo e ouvir que ele se arrepende do modo como combateu as pichações, a repórter ironiza: "Um erro só em três meses?"

As perguntas incisivas seguem, até que se chega à inevitável questão da disputa presidencial: "O Datafolha perguntou o que a população acha de o sr ser candidato em 2018, e a maioria (55%) quer que o sr fique na prefeitura. Mesmo assim, continuará instigando esse tipo de situação?". Ao negar que instiga o eleitorado, Doria ouve da repórter a seguinte colocação: "A gente vê um jogo de palavras. Por exemplo: 'Fui eleito para cumprir um mandato de quatro anos'. Depois o sr fala: 'Vou ficar os quatro anos'. Isso não acelera essa onda (de especulações)?". Para finalizar, uma última provocação: "O sr costuma mandar os petistas 'para Curitiba'. Nesse momento em que o PSDB é alvejado por delações, não falta uma autocrítica?".

O tratamento crítico com relação a Doria se repete em várias edições. Em fevereiro a *Folha* destacou na primeira página: "Símbolo da nova gestão, varrição de rua recua no primeiro mês de Doria". Diz o texto:

> O prefeito de São Paulo, João Doria (PSDB), fez da roupa de gari a principal marca do início de seu governo, com foco na limpeza da cidade. A gestão do tucano, porém, tem recolhido menos lixo das ruas do que a gestão anterior, do petista Fernando Haddad. (FOLHA DE S.PAULO, 2017)[23]

De fato, a coleta caiu de 8.000 para 7.732 toneladas, queda de 3,4%, algo irrisório para justificar uma manchete de capa em edição de domingo. A explicação de

[22] FOLHA DE S.PAULO 10 abr. 17, P. A6.
[23] FOLHA DE S.PAULO, 19 fev 17.P B1.

Doria foi: O programa Cidade Limpa, de conscientização de descarte correto do lixo, estaria surtindo efeito positivo na população.[24]

Focando sempre no negativo em detrimento de qualquer ponto positivo que a gestão Doria possa ter, o jornal extravasa em manchetes que batem no governo municipal. Pesquisa no *site* do jornal aponta que das 6.721 menções aos nomes de Doria, delimitando-se apenas as 200 primeiras, em 186 há um viés crítico negativo.

Como prefeito, é natural que Doria mereça uma cobertura crítica, mas fica claro, também, que há pelo menos uma personalidade que merece tratamento bem mais acolhedor por parte do jornal. Evidentemente, Huck é um empresário e apresentador de TV sem qualquer envolvimento com política (ao menos não direto). Doria também é empresário e apresentador de TV e, neste caso, é citado como prefeito da maior cidade do País. Essa condição, por si só, não justifica a retórica do jornal. Voltando às entrevistas de Doria e Huck publicadas nas páginas de Poder, isso diz muito sobre o que se pretende abordar no presente artigo. Sete meses antes da entrevista com Huck, na mesma página do caderno Ilustrada, a colunista Mônica Bergamo publicou entrevista com o empresário e apresentador de TV Roberto Justus. O título da matéria é: "Nunca pensei em me candidatar, diz Roberto Justus após eleição de Trump e Doria"[25]. Como fica claro, a mesma tônica da entrevista com Huck foi usada na entrevista com Justus, com a diferença de que o tratamento dado a Justus foi de artista com pretensões políticas.

Ao ser alçado às páginas de Poder, Huck é tratado como pré-candidato, mesmo que negue essa pecha. Ao que parece, o jornal criou uma situação e apostou nela.Levantamento feito a partir do *site* de pesquisas Google mostra que de 1º de dezembro de 2016 a 29 de junho de 2017 não havia nenhuma associação entre as palavras "Luciano Huck presidente (da República)" publicada na rede mundial de computadores. A partir de 30 de junho de 2017, quando a entrevista é publicada nas páginas de Poder da *Folha*, até 7 de julho de 2017, no entanto, foram 373.000 associações encontradas. Esse dado parece o suficiente para inferir que foi o jornal quem lançou uma suposta pré-candidatura do apresentador de TV. O que se vê adiante na cobertura do governo Doria e no repentino interesse pelos feitos de Huck dão indícios do que pode ser a intenção do jornal. Um exemplo para justificar tal afirmação está em uma foto que estampa a capa da *Folha* de 20 de abril de 2017. Nela, Huck

[24] Idem.
[25] FOLHA DE S.PAULO, 9 nov. 16. P. E2.

conversa com o juiz federal Sérgio Moro, ícone da Operação Lava Jato, costumeiramente associado na imprensa e nas redes sociais à ética, justiça e virtude. A legenda da foto diz que os dois receberam medalha de Honra ao Mérito Militar, entregue a pessoas que tenham prestado serviços relevantes à nação[26].

Oito dias depois da entrevista nas páginas de Poder, a *Folha* já havia incluído Huck no rol de personagens que mereciam ser cobertos pela editoria de política. "Aplaudido de pé, Huck lamenta nos EUA situação brasileira", diz reportagem[27]. O texto se referia a uma palestra que o apresentador teria proferido em uma Universidade. No mesmo evento, a ex-presidente Dilma Rousseff também palestrou, mas não mereceu a mesma cobertura do jornal.

O instituto de pesquisas da *Folha*, o Datafolha, chegou a incluir o nome de Huck em pesquisa de intenção de votos. O apresentador de TV somou apenas 3 pontos de intenção, ante 23 de rejeição[28].

Um mês depois da divulgação da pesquisa, Huck publicou artigo na página de Tendências/Debates da *Folha* no qual afirma que não é pré-candidato à Presidência da República: "Não, não sou candidato à Presidência da República", começa afirmando[29].O artigo não parece uma forma de desconstruir o discurso que o jornal vinha construindo sobre ele, considerando que segundo a presidente da escola de samba Salgueiro, do Rio de Janeiro, Huck havia oferecido R$ 6 milhões para que a história de sua vida fosse samba-enredo da escola em 2018[30]. A partir do artigo, no entanto, a *Folha* deixou de associar a imagem de Huck a de pré-candidato à Presidência da República. A cobertura crítica a Doria, no entanto, prossegue.

5 Considerações finais

A *Folha*, como toda a imprensa, defende o jornalismo apartidário, transparente, objetivo e crítico. É o que deixa claro seu recém-atualizado projeto editorial. O modo como cobre o mandato de João Doria à frente da prefeitura de São Paulo, de fato, mostra uma capacidade de criticidade que beira a má vontade, mas tem a defesa do jornalismo que busca naquilo que o político não quer mostrar uma exposição que para o

[26]FOLHA DE S.PAULO, 20 abr. 17. P. A1.
[27] FOLHA DE S.PAULO, 8 abr. 17. P. A8.
[28] FOLHA DE S.PAULO, 30 abr 17, p. A4.
[29] FOLHA DE S.PAULO, 14 mai 17, p. A3.
[30] TV FAMA, 16 maio 17. Disponível em: < http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/cogitado-na-politica-luciano-huck-quer-ser-enredo-de-carnaval/>. Acesso em 8 jul. 17.

leitor pode ser (nem sempre é) pertinente. Mesma cobertura pode ser conferida a outras personalidades do meio político. Causa estranhamento, portanto, quando o jornal lança mão de suas páginas de Poder para publicar entrevista com um apresentador de TV que, até então, não se colocava como pré-candidato à Presidência da República. Pior: ao invés de confrontá-lo com pontos frágeis como denúncias de crimes ambientais[31] ou de exploração da pobreza na TV, a repórter apela para perguntas dignas de revistas juvenis como "Qual sua missão?" e "Que marca quer deixar?". A entrevista permite inferir que a *Folha* criou um roteiro de como a imprensa pode fabricar um candidato.

A repercussão negativa em vários outros veículos de imprensa e no próprio meio político mostra que a imprensa influenciadora e formadora de opinião, tão exaltada no passado, hoje tem seu poder reduzido. O crescimento das redes sociais, onde o leitor monta seu próprio jornal de acordo com suas convicções, tem abatido a mídia tradicional, especialmente os jornais impressos, já abalados pelo alto custo de produção e a queda nas assinaturas.

A *Folha* apostou em um nome jovem, cara de bom moço, rico e influente para chamar de candidato à Presidência da República. Poderia ter feito isso em seus editoriais ou instigado seus colunistas a apostar no apresentador de TV, não que isso fosse razoavelmente correto. Optou, no entanto, a abrir mão de sua autoconstruída imagem de jornal ético e imparcial para de modo dissimulado apresentar um candidato fabricado por ela mesma ao leitor, tentando legitimar por meio de sua editoria de política uma candidatura que o próprio jornal fabricou com total anuência do apresentador que, certamente, saberia da repercussão que a entrevista causaria e pagou pra ver.

Dado o exposto, fica a impressão de que o jornal quis criar um "candidato ideal", a despeito de suas próprias condutas editoriais. Aposta frustrada considerando a repercussão que teve.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro (RJ): Jorge Zahar Editor. 1997.

[31]http://angranews.com.br/luciano-huck-fecha-acordo-por-crime-ambiental-em-angra/. Acesso em 8 jul. 17.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo (SP). Editora Contexto, 2013.

FOLHA DE S.PAULO, 2 abr. 1964. Editorial e p. 4.

_____, 19 fev. 2011. P. A8.

_____, 20 jul. 2014. P. A4.

_____, 26 out. 2014. P. A2.

_____, 9 nov. 2016. P. E2.

_____, 30 mar. 2017. P. A8 e A14.

_____, 8 abr. 2017. P. A8.

_____, 10 abr. 2017. P. A6.

_____, 20 abr. 2017. P. A1.

_____, 30 abr. 2017. P. A4.

_____, 14 mai 2017. P. A3.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 2001.

MANUAL de Redação Folha de S. Paulo. São Paulo (SP): Publifolha. 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo e Comunicação - A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de; LEMOS, João. **Jornalismo de Ideologia: uma análise do posicionamento do Jornal Gazeta do Povo na abordagem do projeto Tudo Aqui Paraná**. Trabalho apresentado à Área 1, Jornalismo, do Intercom Junior, IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

PEREIRA JR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis (RJ). Editora Vozes, 2006.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias: seis mil dias depois**. 2ª Ed. São Paulo: Publifolha, 2005.

VEJA.COM. Cogitado em 2018, Luciano Huck é recusado por escolas de samba. 9 maio 2017. Disponível em: < http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/cogitado-na-politica-luciano-huck-quer-ser-enredo-de-carnaval/>. Acesso em 8 jul. 2017.