

## Géneros jornalísticos na cobertura de eleições: Diário de Notícias<sup>1</sup>

Estrela Serrano, Escola Superior de Comunicação Social

### Resumo

Este artigo analisa a evolução dos *géneros jornalísticos* na cobertura das campanhas para a eleição do Presidente da República, em Portugal, no *Diário de Notícias*, no período 1976-2001.

### A questão dos géneros

O conceito de género vem da história da literatura, para significar um conjunto de textos com semelhanças formais e estilísticas relacionados com determinadas situações comuns de comunicação (Fowler, 1991). Cada género emprega determinadas estratégias textuais que orientam os leitores, criando-lhes um “horizonte de expectativas” relativamente a determinadas formas discursivas. Contudo, relativamente a quase todos os géneros não há uma forma estandarizada nem um estilo único. Para Fowler (1991), o género é uma forma de intertextualidade e um texto pertence a um determinado género se remete para outros do mesmo tipo.

Carlos Reis e Ana Cristina Lopes (1996) aludem a uma “crise dos géneros”, fruto de uma época atravessada por práticas discursivas não hierarquizadas (o discurso literário a par do discurso de imprensa, do publicitário, do ensaístico, do cinematográfico, etc.) em cujo dinamismo pluridiscursivo a narrativa se integra.

A noção de “género” é retomada na análise dos media, acompanhada de qualificativos que a especificam segundo o suporte mediático: géneros jornalísticos (entendidos como a imprensa escrita), géneros televisivos, géneros radiofónicos. Para Charaudeau, (1997: 131), o texto é o resultado de um acto de comunicação produzido por um sujeito numa situação contratual de troca social que depende para a sua significação daquilo que caracteriza essa situação, isto é: uma finalidade *enunciativa*, uma *identidade* entre os parceiros de troca, um *propósito* como conteúdo temático de troca, um *dispositivo* particular como circunstância material de troca. Pelo facto de ter como origem um sujeito, esse texto apresenta-se, ao mesmo tempo com as propriedades da situação que

---

<sup>1</sup> Este artigo insere-se no projecto “Actos da Democracia”, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia e pelo Instituto Politécnico de Lisboa (IPL)

sobredetermina, em parte, esse sujeito e com propriedades singulares resultantes da intervenção individual deste.

Segundo José Rebelo (2000: 117-118) o discurso do jornal materializa-se em “géneros”, embora “nenhum género exista em estado puro, ou seja, a maior parte dos textos jornalísticos integra características próprias de diferentes géneros, cabendo ao analista determinar, em cada caso, qual o “género” dominante.

Carlos Chaparro (1998: 125), agrupa os géneros em duas grandes categorias: *comentário* e *relato*. Na primeira, inclui os sub-géneros *espécies argumentativas* e *espécie gráfico-artísticas* e na segunda, *espécies narrativas* e *espécies práticas*. Nas espécies *narrativas*, Chaparro inclui a *reportagem* e a *notícia*, definindo diversas variáveis para a reportagem.

### **Objectivos e metodologia**

Este artigo propõe-se analisar a evolução dos *géneros jornalísticos* no *Diário de Notícias*, no período 1976-2001, na cobertura das campanhas eleitorais. A investigação abrange 1301 peças, correspondentes à totalidade das peças publicadas nos períodos oficiais de campanha para eleição do Presidente da República, de 1976 a 2001. A partir da análise de uma amostra das peças incluídas no “corpus”, foram criadas as variáveis *breve; notícia; reportagem; fotolegenda, editorial; comentário, (coluna, crónica); entrevista; cartoon; estudos (dossier /destaque/ inquérito)*.

A análise de conteúdo confirma a “crise dos géneros” a que aludem Reis e Lopes (1996). De facto, a evolução dos géneros jornalísticos é notória ao longo do período 1976-2001, sendo marcada, sobretudo, pelo surgimento de peças de difícil enquadramento nas categorias tradicionais. Em muitos casos, o tema da peça constitui, em si mesmo, um “género”, dada a uniformização que mantém ao longo do período analisado. É o caso de peças dedicadas à “agenda” dos candidatos, aos “tempos de antena” na rádio e na televisão, a “notas à margem” da campanha, à citação de frases dos candidatos ou de comentadores e à introdução de “notas” (classificações) atribuídas pelos jornalistas ao desempenho dos candidatos na campanha eleitoral, rubrica a que o DN chamou “Jogo das Presidenciais”. Embora centrados sobre o “acontecimento

reportado” (Charaudeau, 1997) essas peças integram elementos de comentário, mais ou menos explícito, apresentando um grau elevado de envolvimento do jornalista.

O quadro 1 reflecte uma distribuição das peças analisadas por géneros tradicionais e géneros “derivados”, como sejam, a *notícia*, a *notícia comentada*, as *citações o estudo/dossiê/destaque* ou o *perfil/retrato*. Para efeitos de sistematização da análise, essas peças são analisadas como “género”, sem prejuízo de se constituírem, também, como “tema”.

Quadro 1

Género Jornalístico		Ano da Eleição						
		1976	1980	1986/1	1986/2	1991	1996	2001
	Notícia	59,7%	37,3%	36,5%	47,3%	39,7%	30,9%	25,4%
	Notícia comentada		2,0%	3,5%	1,4%	22,8%	12,6%	5,3%
	Reportagem	26,4%	42,0%	31,5%	24,3%	22,3%	13,5%	19,1%
	Fotolegenda	1,6%	1,3%	,5%			13,0%	
	Editorial	1,6%	2,0%	3,0%	4,1%		,5%	,7%
	Coluna/ Comentário/ Crónica	1,6%		11,0%	12,2%	1,6%	7,7%	7,1%
	Crítica de Televisão			6,5%	2,7%	6,0%	8,2%	3,9%
	Entrevista	1,6%	4,7%	1,5%	1,4%		1,0%	
	Cartoon		1,3%	1,0%	2,7%	1,1%		,4%
	Estudo/ Dossier/ Destaque/ Inquérito		1,3%	1,0%	2,7%	1,1%		,4%
	Citações/ Excertos	7,8%		4,5%	3,4%	6,5%	1,4%	17,7%
	Jogo das Presidenciais							17,7%
	Perfil/ Retrato		3,3%				1,9%	
	Infografia						2,4%	

A análise permite verificar que, a partir de 1996, a fragmentação das peças, é acompanhada de uma maior variedade de géneros, nomeadamente em 2001, com destaque para as peças de Opinião e do surgimento de formatos híbridos, como os *excertos* e *citações* (frases soltas) e o “Jogo das Presidenciais”. Os valores obtidos

nestas duas últimas categorias atingem um total de 35,4% das peças que, acrescido dos valores encontrados para géneros como a *notícia comentada* e a *reportagem* – que relevam mais da análise e interpretação do jornalista do que da descrição dos factos - atingem 59,8%, das peças publicadas. Trata-se, pois, de uma evolução muito acentuada, no sentido de um jornalismo mais interpretativo e menos baseado nos factos.

As notícias como relato “factual” de acontecimentos vão perdendo peso desde 1976, altura em que a *notícia* era o género predominante, devido, sobretudo aos comunicados oficiais de partidos e outras instituições e de iniciativas com origem nos “staffs” das candidaturas. O género *reportagem* surge com relevo idêntico ao da *notícia* até 1991, altura em que perde peso no total das peças. Os jornalistas limitam-se, em 1976 e em 1980 (embora menos, nesta última campanha), quase sempre, ao relato dos acontecimentos, sem a introdução de elementos de interpretação ou de explicação, não se encontrando, em 1976, a variável *notícia comentada* que em 1980 atinge o valor ainda escasso de 1,5%. Os "factos" relatados são determinados pelo programa da campanha dos candidatos e pelo conteúdo dos seus discursos. A cobertura da campanha limita-se, praticamente, ao relato descritivo do que o candidato diz. Os repórteres raramente se debruçam sobre a interpretação do discurso dos candidatos. A partir de 1991, a situação altera-se radicalmente: os factos e a sua interpretação estão misturados na cobertura jornalística em textos que revestem formatos variados.

Vejamos exemplos de aberturas de reportagens publicadas no DN nas diferentes campanhas.

Ramalho Eanes iniciou a sua campanha eleitoral com deslocações à Beira Baixa (...) participando em três comícios (...) (15/6/76)

Em 1980, as notícias e reportagens são, ainda, essencialmente descritivas e as palavras dos candidatos constituem o essencial. Vejamos a abertura de uma peça:

“Convergência ou querela institucional, estagnação ou desenvolvimento da democracia em Portugal, estas as duas perguntas postas por Soares Carneiro aos portuenses que assistiram ao comício-festa realizado na Praça General Humberto Delgado” (24/11/80)

Em 1986, as reportagens, embora na generalidade possuam um *lead* essencialmente descritivo, começam, quase sempre, com elementos de natureza subjectiva e interpretativa:

“A mais completa colagem de Veloso a Zenha ficou perfeitamente visível (...). O discurso do candidato comunista foi de resto mais uma repetição do que ele (...) tem vindo a trocar por miúdos (20/1/86, peça assinada).

Em 1991, 1996 e 2001 as reportagens acentuam, ainda mais, o registo interpretativo:

“Marques surpreendido consigo próprio” (título, 1/1/91)

“Carlos Marques é um candidato confiante. Em cada dia que passa vai crescendo o seu ânimo (...)” (abertura da mesma peça).

“Calúnias e ataques disparatados” (título, 1/1/96)

“O último dia do ano, primeiro da campanha, fez estalar definitivamente o verniz. Isto porque Sampaio não gostou das insinuações de Cavaco sobre eventuais responsabilidades da sua candidatura na divulgação do “caso TAP”. São difamatórias, afirmou ao DN”. (lead da mesma peça)

“Em 15 minutos o candidato do PCTP/MRPP conseguiu criticar tudo e todos e acusar o Governo de “traição” em Nice. A encenação da morte de Miguel Vasconcelos ainda enganou um transeunte” (lead, DN, 3/1/01)

### **A “agenda” dos candidatos: um género entre a notícia e o “anúncio”**

Na cobertura da campanha de 1976 existe uma rubrica diária com a agenda dos candidatos onde se anuncia o programa de deslocações e comícios de cada um deles. Trata-se de pequenos textos, a que é difícil chamar notícias, dado não possuírem tratamento jornalístico. Provêm dos serviços de candidatura dos diversos candidatos e vão mudando de título ao longo das diversas campanhas, mantendo a configuração de um simples anúncio. Em 1976, chamam-se “Agenda dos candidatos”, em 1980 e 1986 passam a chamar-se “Jornal de eleições”, ocupando um espaço relativamente discreto no jornal

Em 1991, 1996 e 2001 intitulam-se “Agenda” e, em 1991 e 1996, ganham relevo, ocupando uma coluna a toda a altura da página. Em 2001, a Agenda surge com menor extensão e destaque. O procedimento é igual para todos os candidatos, sendo publicada diariamente. Essas peças não podem, em rigor, considerar-se como notícias, uma vez que não são objecto de tratamento jornalístico. Trata-se de textos “híbridos” - entre a notícia e a publicidade - embora surjam nas páginas não publicitárias.

### “Tempo de antena”

A cobertura dos tempos de antena dos candidatos possui evolução diferente da Agenda: Nas eleições de 1976, o DN publica pequenos textos de anúncio dos horários dos tempos de antena, sem tratamento jornalístico.

Em 1980, os tempos de antena merecem já tratamento jornalístico através de uma breve descrição do seu conteúdo.

Na primeira volta da campanha de 1986, a cobertura dos tempos de antena transforma-se em “Crítica de televisão”, desaparecendo praticamente na segunda volta dessa eleição, para regressar em 1991, mantendo-se em 1996 e 2001, neste último ano com o título “Antena”. Não se trata, já, do simples anúncio dos horários dos tempos de antena mas de uma crítica assinada por um membro da direcção ou por outro jornalista dos quadros do jornal.

O DN acompanhou, na eleição de 1986 e 1991, o espírito do legislador na valorização dos tempos de antena, anunciando-os com destaque. Para além do seu significado enquanto novo “género”, essas peças, escritas num registo informal, embora ainda contido em 1986, permitem perceber melhor alguns aspectos da evolução da cobertura das campanhas. Comparemos o registo formal/neutro de algumas das peças publicadas em 1986 e o registo mais informal/cínico da campanha seguinte.

“O combate de uma vida, o filme de Mário Soares começa com a pompa e circunstância dos Jerónimos, no acto de assinatura da adesão de Portugal à CEE (...) Freitas do Amaral foi o oposto de Soares: menos passado mais futuro (...) Ângelo Veloso (...) foi o recado possível para as dúvidas dos comunistas” (“TV em tempo de antena”, DN 12/1/86).

“As eleições são só no Domingo e, a continuar assim, muitos, se calhar, ficarão pelo caminho e no dia 13 estarão em frente do aparelho de TV à espera do resultado do voto dos outros” (“TV em tempo de antena”, DN 6/1/91).

Como se vê, na eleição de 1991 a crítica de televisão apresenta diferenças sensíveis relativamente a 1986, de um modo geral negativa nesta campanha, denotando algum sarcasmo, humor e descrença por parte do jornalista que a assina. Por outro lado, em 1986, os jornalistas que assinam os textos sobre os tempos de antena incidem as suas análises na prestação televisiva dos candidatos e dos seus apoiantes, incluindo o “décor”, o vestuário, etc. sem, contudo, se debruçarem sobre o conteúdo substancial dos

discursos. As suas análises dão conta da presença de figuras “ilustres” e de “estrelas” que surgem a apoiar os candidatos, matéria ignorada pela imprensa em campanhas anteriores e, pela primeira vez, falam do recurso ao marketing nas campanhas<sup>2</sup>. Em 2001, a análise dos tempos de antena apresenta maior sofisticação. Dependendo de quem assina, é mais ou menos informal e irreverente:

“Num país em que os animais ainda não votam, uma ovelha figura entre os apoiantes de Ferreira do Amaral, segundo sugeriu, ontem, o dinâmico tempo de antena do ex-ministro. Se fosse vaca talvez lhe chamassem louca (...).(Antena, DN, 05/01/01)

O conceito de “profissionalização” dos tempos de antena surge, pela primeira vez, em 1986, associado à campanha de Freitas do Amaral, como contraste aos tempos de antena do candidato do PCP, Ângelo Veloso<sup>3</sup>. Por outro lado, a candidatura de Mário Soares é a primeira a explorar os apoios internacionais do candidato nos tempos de antena<sup>4</sup>. Até à eleição de 1996, num contexto em que a televisão privada não existia, a televisão pública era objecto de atenção por parte do DN.

### **“Notas à Margem” - os “fait-divers” da campanha**

Na campanha presidencial de 1986 surge uma nova rubrica, intitulada “À Margem”, que foi ganhando espaço e destaque no jornal, nas campanhas seguintes, até 2001. Não é assinada e inclui pequenas “estórias” da campanha, geralmente *fait-divers*. Tal como nas peças sobre os tempos de antena, em 1986 o registo é formal e contido mas em 1991 torna-se humorístico, crítico ou cínico. Em 1986 ocupa uma coluna e em 1996 passa a chamar-se “Sínteses”. Trata-se, tal como nas rubricas dedicadas aos tempos de antena, de espaços onde se privilegia a intervenção do jornalista. São peças que anunciam a passagem de um registo em que predomina o relato dos acontecimentos da campanha para um registo interpretativo que valoriza a “voz” do jornalista, claramente distinto do registo noticioso das campanhas de 1976 e 1980. Os critérios jornalísticos apontam para

---

<sup>2</sup> Diário de Notícias, “A opção das estrelas” in “TV em tempo de antena” (DN, 13/1) e “Cara ou Coroa” in “TV em tempo de antena”, DN 19/1. Ver também “As vedetas em campanha”, editorial, DN, 13/1/86

<sup>3</sup> “Festa e sedução” in “TV em tempo de antena”, DN 20/1/86

<sup>4</sup> “Socialistas orgulhosos” in “À margem”, DN, 12/1/86

o insólito e o humorístico. Vejamos exemplos, de uma maior contenção, em 1986 e de um registo mais “ousado”, em 1991.

“Agustina sem voz”

“A mandatária nacional de Freitas (...) ficou sem voz quando falava no comício do Porto (...) a escritora tem necessidade de um degrau móvel por detrás do púlpito (...) para obviar à sua pequena estatura” (“À margem” 13/1/86).

“Ai se o teu marido te visse”

“Soares passou pelo centro de Santa Maria da Feira...Comentário de uma sexagenária para outra: Deitaste-lhe a mãozinha? Ai se o teu marido te visse...” (“À margem” DN 1/1/91).

Em 1991, existem, também, notas “À margem” sobre os jornalistas que cobrem a campanha:

“Por pouco uma peixeirada”

“Em plena lota do pescado, em Matozinhos, um jornalista surpreendeu dois colegas enfurecidos, que tentavam, em vão, abrir o seu carro. Não chegou a haver peixeirada, mas é o que dá, quando, à pressa, empresas rivais de Comunicação Social alugam viaturas semelhantes” (“À margem” DN 10/1/91).

### **Frases, “notas” e passatempos**

A citação de frases soltas dos candidatos ou de outras personalidades públicas verifica-se desde as primeiras eleições. Em 1976, as citações são inseridas numa rubrica intitulada “O País através dos jornais”, localizada na secção “Nacional”, sem uma ligação directa à cobertura da campanha eleitoral. Trata-se de uma rubrica habitual no jornal que, em tempo de campanha, pode incluir frases alusivas aos candidatos publicadas noutros jornais, da autoria de jornalistas, colunistas, políticos e outros. As citações assumem várias formas, ganhando progressivamente maior autonomia e maior destaque, mantendo-se em todas as campanhas, à excepção de 1980. Em 1991 chama-se “Jogo de palavras” e surgem nela frases soltas dos candidatos ou de figuras ligadas às campanhas. O critério de selecção parece ser o de privilegiar o lado informal, popular ou cómico do discurso dos candidatos:



“Basilio Horta: Eles sabem que se eu for eleito acabou-se a gamela e todos têm de trabalhar” (“O jogo das palavras” DN 10/1/91)

Na campanha de 2001, o DN criou um formato inédito na imprensa portuguesa, intitulado “O Jogo das Presidenciais”, foi anunciado como tratando-se de um “passatempo” em que os jornalistas atribuíam, diariamente, valores de zero a vinte ao desempenho dos candidatos, em três áreas: “discurso, encenação e mobilização”. Os leitores foram convidados a participar, enviando ao jornal “as suas previsões sobre a média final de cada candidato”, acompanhadas de “um slogan de combate à abstenção eleitoral”. O “Jogo das Presidenciais” foi publicado nas páginas dedicadas à cobertura da campanha ao lado das peças sobre o dia do candidato, ocupando uma coluna a toda a altura da página com a fotografia do candidato, as frases seleccionadas pelo jornalista, as notas atribuídas a cada “área” e a “média diária”. Não se conhecem os critérios de avaliação de cada um dos tópicos, encontrando-se quer o registo pitoresco quer o formal e o “sério”.

### **O género “Entrevista”**

O género “entrevista” surge na campanha presidencial de 1976, com entrevistas aos candidatos presidenciais, regressando em 1980 sob a forma de “questionário”, embora o DN continue a chamar-lhe entrevista. Em 1986 (2ª. Volta), a entrevista tem como tema exclusivo a política externa e os candidatos são convidados a responder a um questionário fechado.

Analisando o quadro 1, verifica-se que a entrevista, o inquérito ou o questionário foram progressivamente desaparecendo, dando lugar a formas de “audição” dos candidatos menos formais e rígidas.

### **Estudos, dossiês, retratos e per fis**

Na campanha de 1980 surgem, no DN, dois novos géneros jornalísticos: trata-se de *estudos* - peças baseadas em dados estatísticos, onde são apresentadas as tendências de voto dos eleitores em eleições anteriores e o “perfil” ou a “biografia” das esposas dos candidatos. São peças assinadas com as iniciais do jornalista e ilustradas pela fotografia

do rosto da esposa do candidato. Em 1980 surgem, também, *inquéritos* aos candidatos sobre questões como droga, aborto, serviço militar habitação e desemprego. De notar, contudo, que o género *estudos* vai, progressivamente, diminuindo, o que significa que a cobertura se centra, essencialmente, no acompanhamento da agenda de campanha dos candidatos, com prejuízo de um trabalho mais profundo e documentado por parte dos jornalistas.

### O crescimento do género Opinião

As peças de Opinião “(*Editorial, Coluna/Comentário/Crónica e Crítica de televisão*) sobre as eleições – as únicas do género Opinião incluídas na análise – apresentam um crescimento, embora irregular, ao longo do período analisado com “picos” para a *coluna/comentário*, em 1986 (1ª. volta) - que corresponde ao surgimento de um jornalismo mais interpretativo - e 1996, ambas as eleições correspondendo a finais do segundo mandato do presidente cessante, em que a disputa é mais forte. No caso do *Editorial*, verifica-se um acentuado decréscimo do tema “eleições” a partir de 1986 (4,1% em 1986 e 0,7% em 2001), o que sugere um menor envolvimento nas eleições presidenciais por parte da “instância interna”, isto é, da direcção do jornal.

Em termos gerais, os textos de Opinião dedicados às campanhas cresceram, no DN, de valores como 4,2% em 1976 para 11,7% em 2001, tendo a campanha de 1996, disputada por Jorge Sampaio e Cavaco Silva, sido a que motivou maior número de textos de opinião (17,4%).

Quadro 2

Opinião	Ano da Eleição						
	1976	1980	1986/1	1986/2	1991	1996	2001
Editorial	1,6%	2,0%	3,0%	4,1%	,0%	,5%	,7%
Coluna/ Comentário/ Crónica	1,6%	,0%	11,0%	12,2%	1,6%	7,7%	7,1%
Crítica de Televisão	,0%	,0%	6,5%	2,7%	6,0%	8,2%	3,9%
Entrevista	1,6%	4,7%	1,5%	1,4%	,0%	1,0%	,0%
Total (Opinião)	4,2%	6,7%	22%	7%	7,6%	17,4%	11,7%

## Conclusões

A análise dos géneros jornalísticos praticados pelo DN na cobertura de eleições presidenciais mostra uma evolução no sentido do surgimento de peças de difícil enquadramento nas categorias tradicionais. Observa-se o crescimento progressivo de espaços híbridos, onde se privilegia a intervenção do jornalista, caracterizados pela mudança de um registo em que predomina o relato dos acontecimentos da campanha, para um registo interpretativo que valoriza a “voz” do jornalista, nomeadamente, a partir de 1980. As notícias como relato “factual” de acontecimentos perdem peso a partir de 1976, surgindo a “notícia comentada” com fronteiras pouco marcadas relativamente a outros géneros. Surgem, por outro lado, pequenas peças, em que o registo adoptado se aproxima do humorístico, em rubricas como excertos de citações dos candidatos ou “notas à margem”, com especial incidência na campanha de 1991. A partir daí, essas peças desdobram-se em novos géneros, espalhando-se pelas páginas da campanha numa fragmentação destinada a facilitar a leitura, acompanhada por novos grafismos e pelo crescimento da imagem como elemento valorizador do jornal.

É, por outro lado, notório o aumento do número de textos de opinião de origem externa ao jornal, dedicados às eleições, sobretudo nas campanhas correspondentes a finais de mandatos dos presidentes em exercício (1986 e 1996).

## Bibliografia

**Chaparro**, Carlos, *Linguagem dos Conflitos*, MinervaCoimbra, 2001

**Charaudeau**, Patrick, *Le discours d’information médiatique*, Nathan, 1997

**Fowler**, Roger *Language in the News*, London, Routledge, 1991

**Rebello**, José, *O discurso do jornal*, Lisboa, Editorial Notícias, 2000

**Reis**, Carlos e **Lopes**, Ana Cristina, Coimbra, *Dicionário de Narratologia* Almedina (5ª. Edição), 1996