

Jornalismo Espetáculo ou o espetáculo no jornalismo: o caso da notícia política na Paraíba

Cosma Ribeiro de Almeida¹

Faculdades Integradas de Patos

Epitácio Germano Araújo Rocha²

Faculdades Integradas de Patos

Fabiano Ferreira de Morais³

Faculdades Integradas de Patos

RESUMO: Nossa análise está relacionada a um estudo sobre a notícia política enquanto espetáculo midiático. Especificamente nossa investigação foi a notícia política na Paraíba, que em épocas de campanha eleitoral ou não, trata o assunto de forma espetacularizada. Para tanto, utilizamos o termo denominado por Wilson Gomes (2004) de “jornalismo espetáculo” para relacioná-la ao uso de elementos da teatralização, tais como músicas e animações de imagens nas notícias sobre política. Para tanto, observamos os meses de janeiro e fevereiro de 2011, momento de mudança de governo no estado paraibano, em que seis matérias foram selecionadas para investigação. Concluímos, no entanto, que o contexto político e social faz com que o jornalismo político utilize de elementos espetaculares porque este faz parte da disputa política no estado. Para isso, as indagações e acusações sobre governos passados e atuais, bem como os personagens políticos, são pautas e temas permanentes diante de qualquer notícia sobre a política.

Palavras-chave: Jornalismo, notícia política, espetáculo.

ABSTRACT: Our analysis is about the political news in Paraíba, which in times of campaign or not, the issue is so political spectacularized. For this we use the term referred by Wilson Gomes (2004) of "jornalismo espetáculo" to relate it to the use of elements of dramatization, such as music and animation pictures, in the news about politics. For this, we observed the months of January and February 2011, in which six subjects were selected for investigation. We conclude, however, that the political and social context of the Paraíba do the political journalism use spectacular elements because the show itself is part of the political state. Whether or not election time. For this, the questions and accusations about past and current governments, as well as political figures who are connected to them are guidelines and issues permanent connected ahead any news about politics.

Keywords: journalism, political news, spectacle.

Introdução

¹ Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo das Faculdades Integradas de Patos.

² Aluno, pesquisador bolsista, do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo das Faculdades Integradas de Patos.

³ Aluno, pesquisador voluntário, do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo das Faculdades Integradas de Patos.

O presente artigo é resultado de uma pesquisa realizada sobre o jornalismo político na Paraíba através do Programa de Pesquisa – Coopex - das Faculdades Integradas de Patos. Partimos do pressuposto de que a prática da notícia política está cada vez mais espetacularizada na atualidade. Segundo Wilson Gomes este novo formato é o “jornalismo espetáculo”, termo que originou a temática e a discussão deste trabalho.

No estado paraibano o chamado *clima de campanha* (PALMEIRA, 1996) não acontece apenas em momentos eleitorais, pois a discussão sobre a política e sobre a prática dos representantes políticos ocorre o ano inteiro nos canais midiáticos do estado.

Porém, nosso foco de análise está delimitado entre os meses de janeiro e fevereiro de 2011, devido à mudança de governo em virtude das eleições 2010. A vitória de um novo representante político do estado, que não aquele tradicional⁴, favoreceu também muitas matérias jornalísticas de forma espetacularizada.

Para tanto, selecionamos dois programas televisivos para a análise: o Jornal da Paraíba (1º e 2º edição)⁵, veiculado pela filial da rede Globo de Televisão, e o programa de jornalismo político Correio Debate⁶, veiculado pela filial da Rede Record de Televisão.

A escolha dos dois programas deve-se ao fato de que, mesmo embora o Jornal da Paraíba apresente na editoria assuntos diversos, não implica dizer que o assunto sobre a política não seja dramatizada. Pois, a espetacularização não acontece apenas relacionada à imagem e ao discurso, mas ao contexto social-político e cultural da sociedade. Pois, uma vez veiculando tal mensagem televisiva o espetaculariza por deixar clara a relação existente com os interesses políticos. Da mesma forma acontece com o programa Correio Debate, que mesmo trazendo informações sobre a política, não a traz apenas dramatizadas no discurso e na imagem, mas no contexto social e político e muitas vezes no comentário do apresentador, o programa por sua vez também deixa nítido os interesses particulares.

Sendo assim, comungamos com a idéia de espetáculo sublinhado por Guy Debord, que diz que o espetáculo está onde existe o capitalismo, com o conceito de Rubim (1999) quando afirma que o espetáculo é tudo aquilo que atrai, que chama atenção, de algo que não é comum nos dias do

⁴ As lideranças políticas recentes no estado da Paraíba nos últimos vinte e cinco anos oscilaram entre os seguintes grupos políticos: “Grupo Cunha Lima” liderado pelo ex-governador Cássio Rodrigues da Cunha Lima (PSDB); e o “Grupo José Maranhão” liderado pelo ex-governador José Maranhão (PMDB). Ricardo Coutinho (PSB) foi o candidato ao governo das Eleições no ano de 2010, sendo apoiado por Cássio Cunha Lima, fazendo oposição à José Maranhão (PMDB). Onde permaneceu uma travada disputa política, mas surpreendeu porque nas duas últimas eleições para prefeito da capital do estado, Ricardo Coutinho fazia oposição ao grupo que agora estava lhe apoiando.

⁵ A TV Paraíba exibe a partir das 12h a 1ª edição do programa, apresentado todos os dias de segunda a sábado, trazendo notícias da política, da economia, da cultura, além dos fatos policiais. A 2ª edição do jornal é exibido as 18h55, de segunda a sábado, trazendo a mesma editoria.

⁶ O programa Correio Debate é exibido de segunda a sexta as 13h e aos sábados às 11h30, a editoria do programa focaliza as notícias políticas do estado da Paraíba.

cotidiano da sociedade, além do conceito de Wilson Gomes sobre o jornalismo espetáculo, que por sua vez é a prática do jornalismo que utiliza de elementos do ato teatralizado. Além destes, outros autores foram primordiais nesta análise.

Mídia, Jornalismo e Espetáculo

No processo de transformação das mídias surgiu diante do discurso a importância dos meios de comunicação no mercado consumidor, visto que estas agem de forma fundamental e imprescindível desde o processo de produção até o consumo de seus produtos como mercadoria tal como a notícia.

Porém, essas mídias já exercem influência em vários campos da sociedade, desde a economia, saúde, serviços sociais, política etc. Em cada um desses e de outros setores, a mídia assumiu um papel de fundamental importância visto que ela é capaz de massificar a informação e tentar persuadir os receptores, tendo em vista que sua atividade está diretamente ligada a um processo comunicacional de emissor e receptor.

Segundo dados do IBGE 2003, apenas 11,6% da população brasileira com 15 anos ou mais é alfabetizada, e tem a televisão como único meio de informação. Nisto, reside um risco por que o que se assiste passa, muitas vezes, segundo alguns críticos da mídia, a constituir a verdade absoluta. É, dessa forma, que afirmamos que o jornalismo exerce um grande poder na construção de idéias na vida das pessoas, naquilo que se refere aos fatos do cotidiano.

Hoje mais do que em outra época, os meios de comunicação, seja a televisão, o rádio, o jornal impresso, as revistas, e as novas mídias, se afirmam como elementos importantes no cotidiano da sociedade. Enfim, a mídia é fundamental para alcançar o maior número de pessoas e conseqüentemente disseminar o maior número de informações. “A expressão *mass media* se monta, assim, a partir de uma concepção que não vê nessas formas da indústria da cultura e da informação outra coisa a não ser os dispositivos de emissão e a capacidade de difundir conteúdos e mensagens para audiências massivas”. (GOMES, 2004, p. 48)

Nesta perspectiva, o jornalismo está para informar os cidadãos sobre assuntos do cotidiano, através das técnicas de informações, discussões, reportagens investigativas, que, muitas vezes, foge do padrão jornalístico e consegue atrair o público alvo de forma teatral. Esta prática alguns autores denominam como espetáculo. Em específico, o jornalismo espetáculo é mencionado por Wilson Gomes (2004) quando sublinha o fato da notícia política ou o jornalismo político que utiliza de elementos relacionados à teatralização, tal como o uso de músicas, e o discurso informal.

O jornalismo encara a disputa com a indústria do entretenimento nos próprios termos que essa indústria coloca. O resultado para a política e para a vida social é o

grande espetáculo da política gerado cotidianamente para a apreciação das audiências dos telejornais da noite e dos leitores dos jornais da manhã. Também, dessa forma, a política se encena na tela da televisão ou nas páginas dos jornais. (GOMES, 2004, p. 50)

Ressaltamos que para Wilson Gomes (2004) a relação entre a mídia e a política obedeceu três modelos importantes na história. Primeiro, o autor cita esta relação com a primeira imprensa- o jornal impresso – que situava-se no século XVIII como imprensa de opinião e funcionava como instrumento da discussão pública. Antes disso, no século XVII, a imprensa era um órgão a serviço da glorificação de Luís XIV do estado absolutista. Neste primeiro momento, a imprensa de opinião surgiu, portanto, burguesa no interior da esfera civil para defender os seus interesses. O segundo modelo corresponde a uma nova situação no interior midiático, onde as novas tecnologias firmam a imprensa na nova produção tecnológica. As novas técnicas são responsáveis neste período pelo avanço tecnológico da mídia.

Portanto, para o autor, é nesse momento que surgem as primeiras investigações sobre os efeitos dos meios de comunicação no campo político. O modelo comunicação começa a se formar, a percepção é de que os dispositivos técnicos para a comunicação de massa funcionam como instrumentos para organizar os gostos, as disposições e a opinião pública de natureza política. Por fim, o terceiro modelo está relacionado ao século XX, se refere à transformação da informação num negócio cujas transações se realizam com duas novas categorias – os consumidores e os anunciantes e não mais com corporações e partidos.

Surge, dessa forma, a indústria do entretenimento e da cultura para atender outra demanda – os consumidores do entretenimento televisivo, do rádio, do cinema. Estes se organizaram em estruturas empresariais para atender industrialmente as pessoas da nova demanda. Formou-se, assim, a chamada cultura de massa, que segundo Wilson Gomes, formou-se em forte continuidade com as artes próprias do consumo aristocrático e da burguesia.

A forma, entretanto, que aproxima arte e espetáculo, diversão e cultura, é o produto fundamental da nova indústria cultural, que desde a sua origem está associada de muitos modos à comunicação. Neste caso, o jornalismo-espetáculo torna-se um tema pertinente devido a sua relação com a cultura e as novas sociabilidades, que envolve as mudanças de comportamento provenientes da interação com os meios de comunicação de massa, que por sua vez sente a urgência de transformar seus produtos para chamar cada vez mais atenção.

Para tanto, consideramos a mídia como construtora de sentido, “como um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de forma simbólica”. (THOMPSON, 1998, p. 25). É a partir deste pressuposto que a notícia veiculada pela mídia audiovisual torna-se cenário propício para a constituição de várias realidades, dentre elas a política.

Para Wilson Gomes (2004, p. 343) o interesse do jornalismo pela dramatização é algo crescente na atualidade, principalmente depois do advento da televisão. E se o jornalismo busca desqualificar as encenações protagonizadas pelos atores políticos é porque ele mesmo quer controlar o espetáculo cotidiano da política.

Sobretudo, a idéia de espetáculo parte de Guy Debord (1997) em “A sociedade do espetáculo”, em que o autor expõe que a realidade não existe, o que existe são representações da realidade. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre formas, mediadas por imagens (14). Dessa forma, o que se vê é a realidade apresentada, em que a notícia significa aquilo que veicula. Então, se a notícia significa o que veicula ela é, sobremaneira, teatralização.

A compreensão de espetáculo como um novo formato do jornalismo na atualidade, implica que está relacionada às vertentes culturais da sociedade, sendo uma vez considerado como um novo caminho para se entender os processos sociais. Em tempos atuais, onde a informação circula em velocidade ágil e acessível, o conceito de espetáculo encontra-se resumido em todo o círculo social, como afirma Guy Debord (1997) em que a raiz do espetáculo está na sociedade capitalista.

O espetáculo remete à esfera do sensacional, que funciona como um modo de atração, atuando na formação de produção de seus sentidos. Para Silva (2007), estamos vivendo a época do hiper-espetáculo, que se refere não apenas a um conjunto de imagens, mas situa-se além da notícia em pauta, cuja forma que está sendo divulgada coloca o emissor de informações também como notícia.

Para o autor Antônio Rubim (2005) os procedimentos que envolvem a espetacularização fazem parte de ações simultâneas em uma multiplicidade de dimensões que envolvem pensamentos emocionais, sensoriais, valorativos, e também cognitivos. Para tanto, estes conceitos revelam a existência de uma sociedade espetáculo antes mesmo da época midiática. É, neste sentido, que compreendemos tal esfera não somente referente a mídia, mas ao contexto político-social e cultural.

De acordo com RUBIM (2005 p. 26) o poder criado pelo crescimento e o avanço tecnológico configuram-se em uma nova imagem social, formidando ainda mais a cultura industrial entre as camadas das classes populares. Desta forma, o princípio começa a ser segmentado pelo entendimento que a potencialidade da mídia é destacada não apenas pela sua forma de apresentação, mas também pelo poder de influencia às transformações postas à sociedade. “A mídia aparece como o outro agente potencial da espetacularização”.

A perspectiva de espetáculo interpretada pelo autor junto ao processo de informação veiculado na mídia revela que podem ser várias as formas de classificação dos acontecimentos apresentados pelos meios de comunicação que podem resultar em tendências de produção para o espetáculo. De acordo com Wilson Gomes (2004) a cultura massmidiática é gerada diante de

condições sociais que os meios de comunicação oferecem ao público ao emitir informações, que só é possível compreender todo o processo de ligação entre espetáculo e sociedade colocando em destaque observações sobre a cultura e tematização de seus valores, desde os princípios concretos até a simples forma lógica de raciocínio.

No entanto, a importância deste tema não está somente no espaço da política, mas na medida com que os discursos políticos são construídos e lançados na mídia gerando discussão “A política com sua retórica, que a habilita para o convencimento discursivo, que os meios de comunicação ficam com a arte de representação e do espetáculo, apropriada para a produção do entretenimento”. (GOMES, 2004, p. 33) Contudo, a consideração de espetáculo não significa a observação restrita em tempo real de apenas um acontecimento, mas em sua forma a que é configurado na mídia e apresentado a divulgação.

Para Rubim (2005), como afirmado anteriormente, os procedimentos que envolvem a espetacularização fazem parte de ações simultâneas em uma multiplicidade de dimensões que envolvem pensamentos, emoções, sentidos, valores. Para tanto, a sociedade espetáculo existe antes mesmo da época midiática, pois como afirma DEBORD (1997) o espetáculo está na sociedade capitalista. “O espetáculo na sociedade contemporânea corresponde a uma fabricação concreta de alienação. A expansão econômica é, sobretudo, a expansão dessa produção industrial específica”. (DEBORD, 1997, p.24)

Wilson Gomes (2004) ao citar as estratégias da prática política explica que as funções de visibilidade ao conhecimento e reconhecimento dos sujeitos políticos por meios de suas práticas, como também os meios de divulgação, ocorre através de uma tática dramatizada. Ao relacionar às notícias dos fatos políticos, o autor chama de “jornalismo espetáculo”.

“A política com sua retórica habilita para o convencimento discursivo, e os meios de comunicação ficam com a arte de representação e do espetáculo, apropriada para a produção do entretenimento” (GOMES, 2004, p 33). Contudo, a consideração de espetáculo não significa a observação restrita em tempo real de apenas um acontecimento, mas em sua forma a que é configurado na mídia e apresentado a divulgação. Ou seja, a mídia se apresenta na atualidade com um novo formato, o formato do entretenimento.

A teatralização do Jornalismo político na Paraíba

Uma vez que a Paraíba, na atualidade, é representada por dois grupos políticos rivais: o grupo “Cunha Lima” liderado pelo ex-governador da Paraíba Cássio Rodrigues da Cunha Lima (PSDB), e, por outro lado, o grupo “Maranhão” representado pelo então ex-governador do estado José

Maranhão (PMDB), gerou um processo de construção de discurso espetacular durante as eleições de 2010, porque o cargo ao Governo era disputado por outra figura que não àquela tradicional. Ou seja, a disputa não aconteceu entre os dois grupos políticos rivais, mas entre a figura de Ricardo Coutinho (PSB)⁷, na época prefeito da cidade de João Pessoa e o ex-governador José Maranhão, que assumiu o cargo de Governador em 2009 quando Cássio Cunha Lima foi cassado pelo Supremo Tribunal Eleitoral – STF, Cássio, por sua vez, apoiou Ricardo Coutinho na disputa contra José Maranhão.

Durante a campanha eleitoral observamos acontecimentos típicos dos momentos eleitorais ocorridos no estado, tais como os insultos e o uso de caricaturas, bem como outros artefatos para desconstruir/construir a imagem do adversário político. Ou seja, através de elementos que teatralizavam o momento eleitoral.

Quando o atual governador Ricardo Coutinho (PSB), que fazia oposição ao grupo “Cunha Lima”, passaram a fazer parte do mesmo grupo político, provocou muitas discussões emblemáticas nos jornais locais.

Na presente análise sobre os dois programas jornalísticos televisivos abordamos as diferentes formas da notícia política, naquilo que se refere a teatralização do momento em que centraliza os personagens da política local.

No dia 04 de janeiro, o Jornal da Paraíba, 1º edição, apresentou uma enquete de opinião sobre a vontade do povo em relação ao resultado das eleições no ano de 2010. A enquete tinha o objetivo de saber dos eleitores paraibanos, de Campina Grande e João Pessoa, o que eles estavam achando das primeiras medidas do governo de Ricardo Coutinho. Ora, sabe-se, de fato, da impossibilidade de questionar uma administração recente, mas os eleitores falaram as suas opiniões. Houve, no entanto, unanimidade das respostas, pois todos os entrevistados elogiaram as atitudes do governador.

Este fato mostra claramente a parcela de tendência do programa e da emissora, pois sabe-se que a aceitação de Ricardo Coutinho, assim como qualquer político, talvez não poderia ser unânime. Sendo assim, onde ficam as opiniões contrárias?

Já no dia 06 de janeiro, o Jornal da Paraíba, 1º edição, trouxe duas matérias sobre o governador Ricardo Coutinho. A primeira estava relacionada a uma viagem do governador do estado; a segunda matéria foi sobre a visita de fiscalização por parte dos representantes políticos no Hospital Regional de Campina Grande – PB. Tal matéria durou cerca de 02min29seg exibindo a chegada e a entrada de Ricardo Coutinho naquela instituição. Neste contexto, o Jornal da Paraíba exibiu além do que isto, pois na fala do governador foram exploradas repostas de ataques a gestões

⁷ Na época prefeito da cidade de João Pessoa, capital paraibana, desde 2004.

passadas. Já na fala do Secretário de Saúde do Estado, Mario Toscano, evidenciou-se um suposto colapso no estoque de suprimentos dentro do hospital, que foi chamado na época de “rombo na saúde”.

Observamos que a tentativa de rivalizar as duas figuras políticas Ricardo Coutinho e José Maranhão é uma tendência permanente. A acusação ao ex-governador, a insatisfação do seu governo, são focos temáticos que fogem do objetivo da matéria, que deveria priorizar a situação do hospital e não questionar o governo anterior.

Nas matérias jornalísticas veiculadas sobre Ricardo Coutinho sempre houve comentários fazendo referência a uma gestão passada, que além de tudo era veiculado como irregular, que “não deixou muita coisa para a Paraíba”.

O mesmo jornal exibido no dia 16 de fevereiro de 2011 trouxe em destaque em uma de suas matérias diárias, a polêmica de uma sessão especial realizada na Assembléia Legislativa do Estado que envolveu os deputados e a participação de secretários do governo Ricardo Coutinho (PSB) mostrando o balanço dos primeiros dias de administração e esclarecendo o por quê das demissões de massa dos prestadores de serviço do estado, no início de sua administração.

A matéria de 1min47seg revela a preocupação da emissora em mostrar a instabilidade do novo governo, Ricardo Coutinho (PSB), em seus primeiros dias na administração da Paraíba. Ao fazer a chamada para a matéria a apresentadora do jornal enfatiza claramente “uma sabatina com os secretários do governo”. Haja vista, o período inferior de quarenta dias ao início de administração, a matéria já inicia exibindo a inquietude na Assembléia Legislativa com várias pessoas gritando a volta do ex-governador José Maranhão.

Em seguida, a repórter em sua fala enaltece o discurso de sensacionalismo dizendo:

Na sessão ordinária, o assunto dos deputados já era a instabilidade da equipe de Ricardo Coutinho. (Fala da apresentadora Lucy Lima, no Jornal da Paraíba, Fevereiro de 2011)

Em seguida a fala continua, e afirma um possível afastamento de um dos Secretários do Estado:

Nos bastidores da Assembléia era de que Mário Toscano, secretário da Saúde, também estaria deixando o cargo. (Fala da apresentadora Lucy Lima, no Jornal da Paraíba, Fevereiro de 2011)

O cenário de disputa entre a imagem do ex-governador José Maranhão e o atual governador Ricardo Coutinho é prevalecente na notícia. Ora, ao informar o que estava de fato acontecendo na Assembléia Legislativa, o Jornal mostra a revolta contra o ex-governador por parte de alguns populares. E que, na realidade, não poderia deixar de mostrar porque ambos os jornais estão

nitidamente relacionados a determinados grupos políticos, e José Maranhão não era vinculado a este.

No dia 18 de fevereiro de 2011, dois dias após a realização da sessão especial na Assembléia Legislativa da Paraíba, o programa Correio Debate exibiu em seu espaço de apresentação aos fatos políticos do estado, uma matéria de 1min48seg retratando a discussão dos deputados e secretários do atual governo durante o debate na sessão da Assembléia Legislativa do Estado. Ao chamar a matéria o apresentador enfatiza o confronto direto entre secretários do governo e deputados da oposição. Vejamos:

Ao longo da semana teve uma polêmica que permeou o debate político na Assembléia Legislativa, o embate entre a secretária Aracilba Rocha e a Deputada Daniela Ribeiro rendeu um número musical. (Fala do apresentador Helder Moura no programa Correio Debate, Fevereiro de 2011).

Durante a matéria a repórter traz em sua narrativa, o foco entre o debate da sessão e o clima das prévias carnavalescas na capital paraibana, conseqüentemente a imagem foi transmitida sob o uso de efeitos de confetes, instrumento característico das festas de carnavais, além de músicas de animação, para traduzir em efeitos de ironia.

Uma vez Aracilba Rocha sendo Secretária de Finanças do Estado da Paraíba a mídia a coloca em confronto com a deputada estadual Daniela Ribeiro (PP). A notícia deixa nítida a disputa entre as duas figuras públicas, que no estado paraibano tornou – se muitas vezes teatral, e que na notícia televisiva é complementada com música de animação para dramatizar o cenário político.

O Jornal da Paraíba 1º edição, exibido no dia 25 de março de 2011, exibiu uma matéria sobre a chegada do ex-governador Cássio Cunha Lima a cidade de Campina Grande, após o julgamento do Supremo Tribunal Federal-STF que decidiu a não aplicabilidade da Lei Ficha Limpa às eleições de 2010. Ao fazer a chamada para matéria a apresentadora do jornal enfatizou a grande festa de recepção preparada para o ex-governador, em seguida comparou a semelhança da ansiedade das pessoas a um resultado de dia de eleições. Justificando o acontecimento ao número significativo de pessoas receptivas a chegada do ex-governador no aeroporto da cidade. Sendo assim, a matéria de 1min17seg revela a fala da repórter fez uso da palavras que remeteram ao espetáculo, ao incrível, àquilo que chama atenção, tendo como destaque o ex-governador Cássio Cunha Lima como símbolo sensacional. Aos segundos finais da fala, a repórter volta a narrar o aspecto sensacional ligando o fato da chegada do político ao município e destaca que sua passagem mesmo debaixo de chuva atraiu muitas pessoas.

No programa Correio Debate apresentado durante o dia 25 de março de 2011, veiculadas o mesmo assunto entre suas matérias em destaque, iniciando a chamada para o material com o

apresentador citando que a cidade de Campina Grande “literalmente parou para recepcionar a chegada do ex-governador Cássio Cunha Lima a sua cidade”, em seguida o apresentador usa de um sentido irônico aos fatos, fazendo referência à decisão judicial citando a não aplicação da Lei Ficha Limpa para eleições de 2010.

Ao término da matéria o jornalista Ruy Dantas fortalece o sentido irônico aos fatos da notícia e comenta a saudade que o ex-governador estava de usar o terno com gravata, destacando que o mesmo desfilou em ruas vestido de paletó, logo após o jornalista Helder Moura responde indagando “se o governador vai usar este mesmo terno na posse de Senador”, finalizando a narração com Ruy Dantas destacando se o modelo do terno foi emprestado.

Para GREGOLIN (2004) a própria mídia desempenha o papel de mediar a realidade frente ao público, porém essa mediação remete a criação ilusória, que também pode ser conhecida como unidade de sentido ao recurso discursivo aos textos narrados pela mídia.

O espetáculo, entretanto, aparece quando um acontecimento ou sua retratação se remetem a esfera de sensacional, independente de seus componentes à formulação de cenário. “Recorrer a esse conjunto de dispositivos plásticos estéticos em movimento potencializa a dramaticidade, a teatralidade e a encenação contida no evento espetacular” (RUBIM, 2005 p. 14).

Para DEBORD (1997) estes dispositivos funcionam como agentes construtores do espetáculo presentes na mídia, ao interpretar a separação consumada à sociedade do espetáculo, o autor revela a teatralização dos fatos não como conjuntos de imagens, mas uma abertura a relação social que envolve pessoas, mediada por imagens.

Considerações Finais

“Hoje, a popularização de novos meios eletrônicos de comunicação (especialmente a internet e o telefone celular) vem promovendo novas transformações no jornalismo político”. (SEABRA, 2006, p. 139). O discurso sobre as práticas políticas perpassam pela mídia televisiva e pelos novos meios midiáticos de forma ágil e mais propensa à dramatização dos fatos, devido a um perfil de público diferente da atualidade.

O que se questiona, de fato, não é a negatividade do discurso e da mídia televisiva, nem dos programas jornalísticos mencionados, mas refletir sobre esta produção da notícia política, sua circulação e imposição de determinadas imagens, como parte de uma cultura que demanda significados e símbolos para que isto aconteça.

Concluimos, no entanto, que as matérias veiculadas pelos jornais televisivos, Jornal da Paraíba e Correio Debate, utilizam da arte dramática para transmitir suas informações sobre a política. O Correio Debate se caracteriza mais neste sentido, uma vez que utiliza de sons e ironias

de apresentadores ao se referirem aos personagens da política. Já o Jornal da Paraíba não demonstra subjetividades do apresentador e não utiliza de sons e ironias para tratar o assunto político, mas canaliza o interesse político, que como exemplo podemos citar a enquete sobre a administração do governador Ricardo Coutinho (PSB), sabendo-se que esta ainda não havia completado dois meses e que todas as opiniões públicas transmitidas foram positivas ao governo.

Assim, a preocupação também está no fato da ética da comunicação política, pois questiona-se no momento democrático como os meios de comunicação ao espetacularizar a notícia política age de forma ética com o telespectador ao tratar do assunto público de forma “incomum”? Ou será, na verdade, que o próprio assunto sobre a política nos últimos anos incite a teatralização?

Podemos afirmar, sobremaneira, que o espetáculo e o jornalismo político estão indissociáveis, e que esta prática não faz parte apenas de um momento atual. O jornalismo político, desde os primórdios da imprensa no Brasil, passando pelo momento da ditadura militar e hoje enfrentando outros tipos de problemas, se mostra importante e imprescindível para a sociedade, e que ao utilizar de ferramentas que atrai cada vez mais o telespectador, talvez, o faça para mostrar a pertinência do assunto que está sendo abordado numa sociedade que como afirmou Guy Debord (1997) também é a sociedade do espetáculo. Esperamos, sobremaneira, que esta análise seja o início de outras que possam contribuir para as pesquisas na área da comunicação, da cultura e da política.

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, Afonso de. A gramática do horário gratuito de propaganda eleitoral: observações preliminares. IN: NETO, Antônio Fausto e PINTO, Milton José. **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Ltda, 1996.

_____. **Manipulação editoriais e produção da notícia**: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política.

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação**. 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOMES, Wilson da Silva. **Dois premissas para a compreensão da Política Espetáculo**. In: Neto, Antônio Fausto e Pinto, Milton José (Org.) **O Indivíduo e as Mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

_____. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GREGOLIN (Org.). Maria do Rosário. **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MIGUEL, Luís Felipe. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano,

2002.

_____. **Mídia e opinião pública.** IN: AVELAR, Lúcia & CINTRA, Antônio Octávio. (Orgs.) 2º ed. Rio de Janeiro: Unesp, 2007.

PALMEIRA, Moacir & GOLDMAN, Márcio. (Orgs.) **Antropologia, voto e representação política.** Rio de Janeiro: Contracapa, 1996.

RIBEIRO, Renato Janine. **A política como espetáculo.** In: DAGNINO, Evelina (org.). Anos 90 Política e sociedade no Brasil. São Paulo, Brasiliense, 2004.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Mídia e política no Brasil.** João Pessoa: Editora Universitária/UFBP, 1999.

_____. **Espetáculo.** In: RUBIM, Antônio Albino C. (org.). Cultura e atualidade. Salvador: EDUFBA, 2005.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo.** Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SOUZA, Vivaldo (Org.). **Jornalismo político: teoria, história e técnica.** São Paulo: Record, 2006.