



## VISIBILIDADE MIDIÁTICA NO JORNAL NACIONAL: ATORES POLÍTICOS NO DEBATE PÚBLICO SOBRE A REFORMA DA PREVIDÊNCIA

*Media visibility in the Jornal Nacional: political actors in the public debate on the reform of social security*

*Visibilidad mediática en el Jornal Nacional: actores políticos en el debate público sobre la reforma de la seguridad social*

*Carlos Roberto Praxedes dos Santos*

Professor no curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí (Univali).  
*carlospraxedes@gmail.com*

*Camila Maurer*

Especialista em Produção e Gestão de Rádio e TV e Bacharel em Comunicação Social -  
Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí.  
*maurercamila7@gmail.com*

### RESUMO

Este trabalho verifica a visibilidade de diferentes atores políticos no debate público midiático acerca da Proposta de Emenda Constitucional (PEC) de reforma da Previdência Social, identificando quais sujeitos têm acesso à esfera de visibilidade oferecida pelo Jornal Nacional, produto jornalístico de maior audiência no Brasil. Para isso, são analisadas 30 edições do telejornal em questão, veiculadas entre os dias 20 de fevereiro e 26 de março de 2019. O referencial teórico tem como base o conceito de esfera pública cunhado por Habermas (1997, 2003) e explora questões relacionadas ao potencial da mídia para a construção de espaços deliberativos, tomando a questão da visibilidade como conceito central de análise, a partir do exposto por Maia (2008), Marques (2009) e Gomes (2008). Conclui-se que o debate que se desenvolve no interior da cena midiática do Jornal Nacional privilegia atores políticos institucionais, em detrimento de representantes de outros setores da sociedade.

**Palavras-chave:** Visibilidade midiática. Debate público. Jornal Nacional.

### ABSTRACT



This work verifies the visibility of different political actors in the public media debate about the Proposed Constitutional Amendment (PEC) for Social Security reform, identifying which subjects have access to the visibility sphere offered by the *Jornal Nacional*, the most popular journalistic product in Brazil. For this, we analyze 30 editions of the newscast in question, published between February 20 and March 26, 2019. The theoretical framework is based on the concept of the public sphere coined by Habermas (1997, 2003) and explores issues related to the potential of the media for the construction of deliberative spaces, taking the issue of visibility as a central concept of analysis, based on what was exposed by Maia (2008), Marques (2009) and Gomes (2008). It is concluded that the debate developed within the media scene of *Jornal Nacional* privileges institutional political actors, instead of representatives from other sectors of society.

**Keywords:** Media visibility. Public debate. *Jornal Nacional*.

## RESUMEN

Este trabajo verifica la visibilidad de diferentes actores políticos en el debate de los medios públicos sobre la Propuesta de Enmienda Constitucional (PEC) para la reforma de la Seguridad Social, identificando qué sujetos tienen acceso a la esfera de visibilidad ofrecida por *Jornal Nacional*, el producto periodístico más popular en Brasil. Con este fin, se analizan 30 ediciones del noticiero en cuestión, publicado entre el 20 de febrero y el 26 de marzo de 2019. El marco teórico se basa en el concepto de esfera pública acuñado por Habermas (1997, 2003) y explora temas relacionados con potencial de los medios para la construcción de espacios deliberativos, tomando el tema de la visibilidad como un concepto central de análisis, basado en lo expuesto por Maia (2008), Marques (2009) y Gomes (2008). Se concluye que el debate que se desarrolla dentro de la escena mediática de *Jornal Nacional* privilegia a los actores políticos institucionales, en detrimento de los representantes de otros sectores de la sociedad.

**Palabras clave:** Visibilidad de medios. Debate público. *Jornal Nacional*.

## INTRODUÇÃO

Nas sociedades contemporâneas, os meios de comunicação constituem espaço privilegiado para o processo de troca de argumentos em público, motivo pelo qual autores como Maia (2008) e Marques (2009) defendem que os *media* apresentam potencial para processos deliberativos. Nesse contexto, a questão da visibilidade proporcionada pela mídia assume importância central, tendo em vista que é a partir dela que se articulam e se tornam disponíveis ao público perspectivas e opiniões diversas que alimentam os debates na esfera pública. Para

Gomes (2008), a discutibilidade na esfera pública ancora-se na visibilidade, motivo pelo qual considera-se relevante lançar um olhar analítico sobre essa dimensão da publicidade social.

Propõe-se, de forma geral, verificar a visibilidade de diferentes atores políticos no debate público midiático sobre a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) de reforma da Previdência Social, identificando quais sujeitos têm acesso à esfera de visibilidade oferecida pela mídia. Para isso, toma-se o Jornal Nacional, veiculado pela Rede Globo, como objeto de análise. A escolha por este telejornal baseia-se no fato de ser esta a principal janela de visibilidade midiática do país, considerando que a maior parte da população brasileira tem na televisão seu principal meio de informação e que o produto em questão mantém-se, há décadas, como o telejornal de maior audiência da televisão brasileira, ocupando o horário nobre da principal rede de televisão do país e atraindo grandes cotas de atenção coletiva. Desse modo, acredita-se que as informações, perspectivas e opiniões que se tornam visíveis nesse espaço constituem importantes fontes de insumos para os debates na esfera pública. Parte-se da hipótese de que o debate que se desenrola no interior da cena midiática do Jornal Nacional privilegia atores que se encontram no centro da esfera política, membros do Executivo e Legislativo, em detrimento de representantes de outros setores da sociedade.

Para atingir o objetivo proposto, propõe-se identificar quais atores políticos e sociais são vistos e ouvidos nas reportagens que tiveram a PEC da Previdência como temática central. Considera-se, para coleta de dados, o período de 20 de fevereiro de 2019 (data em que a proposta foi entregue ao Congresso Nacional) e 26 de março de 2019, isto é, trinta edições do telejornal a partir da entrega da proposta. A coleta de dados foi realizada a partir da plataforma digital Globoplay<sup>1</sup>, em que as edições dos telejornais da emissora são disponibilizados *on demand* na íntegra para assinantes.

## ESFERA PÚBLICA E DELIBERAÇÃO

O marco teórico sobre o qual se constrói este trabalho tem como base a noção de esfera pública delineada por Jürgen Habermas, que pode ser definida, em linhas gerais, como uma dimensão social e comunicativa que se forma entre a esfera privada e o Estado, na qual os sujeitos podem discutir livremente questões de interesse geral. O conceito, que nasceu no contexto da sociedade burguesa, adaptou-se ao longo do tempo, revisitado por seu próprio autor.

<sup>1</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/>

Na obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (HABERMAS, 2003), “a esfera pública burguesa caracteriza-se como parte de uma engrenagem historicamente dada, por meio da qual se busca assegurar a autonomia privada dos indivíduos contra o Estado autoritário” (GOMES, 2008, p. 119), conceito que reflete a tradição liberal de defesa das liberdades dos cidadãos privados. Em obra posterior, *Direito e Democracia* (HABERMAS, 1997), a esfera pública é caracterizada, na interpretação de Gomes (2008), como uma dimensão social em que os fluxos comunicativos individuais ou coletivos “são condensados e filtrados como questões, indagações e contribuições, firmando-se ao redor do centro do sistema político como força tendente a influenciá-lo de modo favorável à esfera civil” (GOMES, 2008, p. 119).

Esse conceito de esfera pública está inserido no contexto da concepção deliberacionista de democracia, que encontra em Habermas sua pedra angular. Em linhas gerais, tal modelo corresponde a uma teoria democrática normativa, alternativa aos modelos liberal e republicano, cuja arquitetura institucional é “voltada para garantir e intensificar a busca cooperativa, por parte dos cidadãos que discutem uns com os outros, da solução de problemas políticos” (GOMES, 2008, p. 120). Como aponta Marques (2009): “a teoria habermasiana concebe a deliberação pública como um processo discursivo ideal através do qual os cidadãos devem elaborar coletivamente um problema como uma questão de interesse geral, cuja compreensão e solução requerem uma ação comunicativa recíproca” (MARQUES, 2009, p. 12).

A autora explica que, sob a perspectiva habermasiana, a esfera pública constitui espaço intermediário entre as discussões dos atores administrativos que integram o centro do sistema político, responsáveis pela tomada de decisões, e dos atores cívicos periféricos, que identificam e sinalizam problemas. A divisão entre essas atividades indica a existência de dois tipos de poderes: o poder comunicativo, oriundo dos debates na esfera pública, e o poder administrativo, exercido pelo Estado. Nesse contexto, a política deliberativa deve ajudar o poder comunicativo a atravessar as barreiras do sistema político, em uma relação de interdependência da qual depende o sucesso dessa proposta de democracia.

Nesse sentido, Habermas parte do princípio de que os cidadãos – considerados como iguais, livres e organizados – podem endereçar suas demandas às esferas centrais do sistema político e que, por sua vez, os atores administrativos estão prontos a escutar e a inserir tais demandas nos processos decisórios (MARQUES, 2009, p. 17).

Para Maia (2008), a deliberação pública consiste em competição de discursos a longo prazo no espaço público, protagonizada por “uma pluralidade de agentes composta por

coletividades e sujeitos singulares que apresentam contribuições distintas, produzindo um processo dialógico que não está sob o controle de nenhum deles em particular” (MAIA, 2008, p. 193). O resultado dessa competição de discursos, provisório e sempre passível de revisão, origina o que entendemos como opinião pública.

Habermas (2008) aponta para o potencial cognitivo da deliberação política, ao argumentar, a partir de experimentos realizados em situações diversas, que processos deliberativos levam a mudanças unilaterais de opinião e não a polarizações, o que reforça a tese de que a deliberação pode levar ao aprendizado sobre questões políticas. Assim, “o modelo deliberacionista supõe que a esfera pública política possa assegurar a formação de uma pluralidade de opiniões públicas cuidadosamente consideradas” (HABERMAS, 2008, p. 14).

## MÍDIA E DELIBERAÇÃO

Gomes (2008) avalia que percepção de Habermas acerca dos efeitos que os meios de comunicação exercem sobre os processos democráticos modificou-se ao longo do tempo, sendo possível identificar duas fases distintas: a primeira, em que os meios de comunicação de massa eram apontados como responsáveis pela desvirtuação da esfera pública (na obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública*), e a segunda, em que se reconhece que a discussão pública na atualidade passa pela mediação da indústria da comunicação, tornando-se, com isso, mais abrangente e acessível a um grande número de cidadãos (em *Direito e Democracia*). Na interpretação do autor, os ganhos em acessibilidade nessa esfera pública pré-estruturada pelos meios de comunicação são pagos com a “perda da discutibilidade, ou ao menos, de níveis democraticamente densos de discussão pública” (GOMES, 2008, p. 117).

Ainda que a relação entre democracia e meios de comunicação tenha se tornado um tema secundário na produção bibliográfica de Habermas posterior a *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, é possível identificar outros momentos em que o tópico foi abordado pelo autor, mantendo, de modo geral, posição cética quanto às potencialidades democráticas dos meios de comunicação de massa. Em linhas gerais, para a teoria habermasiana, o modo como os meios massivos elaboram a comunicação afeta a esfera pública, despolitizando-a.

Em artigo publicado originalmente em 2006 que condensa suas percepções mais recentes em relação à comunicação política na sociedade midiática, Habermas (2008) reconhece a importância dos meios de comunicação ao afirmar que existem dois tipos de atores essenciais para o funcionamento de uma esfera pública política: “os profissionais do sistema dos *media* –

especialmente os jornalistas que editam notícias, relatos e comentários – e os políticos que ocupam o centro do sistema político, e são tanto coautores quanto destinatários das opiniões públicas” (HABERMAS, 2008, p. 14). Como explica Marques (2009), os meios de comunicação captam, organizam e disponibilizam para o debate uma variedade de perspectivas e opiniões que alimentam os fluxos comunicativos na esfera pública, de modo a estruturar a esfera pública a partir do que Habermas chama de “opiniões publicadas”:

Na periferia do sistema político, a esfera pública está enraizada em redes de fluxos de mensagens desordenados – notícias, relatos, comentários, falas, cenas e imagens, shows e filmes com conteúdo informativo, polêmico, educativo ou de entretenimento. Essas opiniões publicadas originam-se a partir de vários tipos de atores: políticos e partidos políticos, lobistas e grupos de pressão, ou atores da sociedade civil. Elas são selecionadas e formatadas pelos profissionais dos *mass media* e recebidas por amplas audiências, campos e subculturas intersectantes etc. (HABERMAS, 2008, p. 14).

O autor enfatiza que “a dinâmica da comunicação de massa é dirigida pelo poder dos *media* de selecionar e de formatar a apresentação de mensagens e pelo uso estratégico do poder político e social para influenciar as agendas, assim como para ativar e enquadrar questões públicas” (HABERMAS, 2008, p. 13). A comunicação política mediada, no entanto, é conduzida por uma elite (HABERMAS, 2008), motivo pelo qual autores como Gomes (2008) e Maia (2008) concebem os meios de comunicação como atores ambíguos, capazes de contribuir para a construção de espaços de debate, mas profundamente marcados pela lógica mercadológica e pelas assimetrias de poder existentes na sociedade.

## **VISIBILIDADE COMO CONDIÇÃO PARA A DISCUTIBILIDADE NA ESFERA PÚBLICA**

Gomes (2008) explica que a esfera de visibilidade pública é um âmbito da publicidade social que corresponde à cena pública, a dimensão da vida social que é visível, disponível ao conhecimento público. O autor explica que a esfera de visibilidade pública torna disponíveis os temas de interesse público que provocam debates públicos ou que são introduzidos nestes, sejam eles internos ou externos à cena pública (GOMES, 2008, p. 136).

Aliada à esfera de visibilidade pública, fundamentalmente expositiva, encontra-se a esfera de discussão pública, argumentativa, na qual permanece importante a ideia de exposição. Nessa dimensão, conforme explica Gomes (2008), posições em disputa são expostas de modo

que os interessados tomem conhecimento de que existe uma disputa em curso e possam nela intervir. Para o autor, “a associação entre as duas formas de esfera pública é tão intensa que qualquer perda numa das dimensões constitui uma perda de qualidade democrática” (GOMES, 2008, p. 135). Desse modo, “a esfera pública deliberativa precisa da exposição da esfera de visibilidade pública para cumprir seu papel de discussão aberta a todos os concernidos” (GOMES, 2008, p. 136).

Gomes (2008) defende a ideia de que a esfera de visibilidade pública pode ser editada como uma esfera pública. Para o autor, os materiais informativos que constituem a esfera de visibilidade pública midiática podem ser editados como esfera pública principalmente de duas maneiras: através de uma montagem, em que o indivíduo coleta uma diversidade de opiniões e as recompõe como se fossem uma discussão, formando, com isso, sua própria posição acerca de determinado tema; e através da transposição de posições discursivas presentes na mídia para debates que acontecem fora dos meios (GOMES, 2008, p. 153-154). Desse modo, o autor reforça a importância dos meios de comunicação de massa no processo de formação da opinião para grande parte das pessoas. Para Marques (2010), discursos provenientes de diferentes arenas comunicativas “devem adquirir visibilidade de modo a tornar públicos os argumentos disponibilizados para o debate” (MARQUES, 2010, p. 274). Desse modo, na concepção da autora, a contribuição dos meios de comunicação na deliberação pública está ligada a sua capacidade de dar publicidade a esses discursos e estimular discussões em torno deles.

Antes do desenvolvimento da imprensa e dos meios eletrônicos, indivíduos e acontecimentos só adquiriam publicidade quando expostos a uma coletividade de indivíduos que compartilhavam um lugar comum, ao que Thompson (2002, p. 114) denomina “publicidade tradicional de co-presença”. Essa forma de publicidade caracterizava-se pela riqueza de deixas simbólicas da interação face a face e tem como requisito a reunião de pessoas em um mesmo lugar, em caráter essencialmente dialógico. O desenvolvimento dos meios de comunicação eletrônicos, no entanto, criou outras formas de publicidade essencialmente diferentes da publicidade tradicional de co-presença, a que o autor denomina “publicidade mediada”: “a característica fundamental destas novas formas é que, com a extensão da disponibilidade oferecida pela mídia, a publicidade de indivíduos, ações ou eventos, não está mais limitada à partilha de um lugar comum” (THOMPSON, 2002, p. 114). À medida que os meios eletrônicos se tornaram mais difundidos, as formas de publicidade mediadas passaram a “suplementar e gradualmente a estender, transformar e substituir a tradicional forma de publicidade” (THOMPSON, 2002, p. 114).

Os meios eletrônicos contribuíram para alterar os limites entre o público e o privado, de modo que a comunicação mediada por eles se tornou indispensável na organização das relações sociais, do tempo e do espaço. Nesse cenário, “o fenômeno da publicidade se separou da ideia de conversação dialógica em espaços compartilhados, e ligou-se de forma cada vez mais crescente ao tipo de visibilidade produzida e alcançada pela mídia (especialmente a televisão)” (THOMPSON, 2002, p. 119). Nesse sentido, Gentili (2008) lembra que, nas sociedades contemporâneas, há um esvaziamento das formas de contato face a face em favor das formas midiáticas. Assim, os meios de comunicação de massa passam a ser as principais e mais abrangentes arenas onde ocorrem os debates sobre temas de interesse público. Gomes (2008) expõe que as práticas políticas democráticas atuais estabelecem relações de proximidade com o espaço discursivo predominante constituído pela cena midiática, tendo em vista que, na sociedade contemporânea, “não há espaço de exposição, exibição, visibilidade e, ao mesmo tempo, de discurso, discussão e debate que se compare em volume, importância, disseminação e universalidade com o sistema de comunicação de massa” (GOMES, 2008, p. 118). Essa transformação alterou o modo como o poder político é exercido nas sociedades contemporâneas, levando à necessidade de administrar a visibilidade (de indivíduos de acontecimentos) através da mídia.

Esse contexto remete à crescente *midiatização da política*, fenômeno concebido como um processo de longo prazo através do qual a mídia se torna mais independente em relação à política, seguindo suas próprias lógicas internas. Nesse processo, atores e instituições políticas, que têm na mídia seu principal canal de comunicação com os cidadãos, adaptam-se às lógicas midiáticas e tornam-se cada vez mais dependentes desta (STRÖMBACK; VAN ALEST, 2013). Assim, atores e instituições políticas adaptam-se às rotinas de produção, linguagem, formatos e padrões de noticiabilidade da mídia para otimizar suas chances de se tornarem visíveis nesses espaços discursivos: “um político inteligente, por exemplo, ajusta o tempo e a duração de sua mensagem para aumentar sua chance de ser coberto no noticiário da noite (STRÖMBACK; VAN ALEST, 2013, p. 343, tradução nossa).

## ANÁLISE DOS DADOS

Nas sociedades contemporâneas, os meios de comunicação de massa concentram as maiores cotas de atenção coletiva, de modo que constituem espaços privilegiados para conferir a visibilidade da qual depende o processo de debate. Ainda que os índices absolutos de

audiência das emissoras de TV abertas estejam em queda progressiva, a televisão permanece em lugar de destaque no espaço público brasileiro, tendo em vista que seu acesso é universalizado, ao contrário do acesso à internet e aos jornais impressos, por exemplo. Como aponta Gomes (2009, p. 184), “a visibilidade pública, enquanto norma democrática, há de se materializar em espaços concretos onde o público possa ver, ouvir, tomar conhecimento, eventualmente discutir os negócios de interesse comum e a própria política como atividade crescentemente especializada”. Assim, considerando o ecossistema midiático nacional, bem como os hábitos de consumo de mídia da população brasileira<sup>2</sup>, podemos afirmar que o Jornal Nacional constitui o centro da visibilidade pública midiática do país, motivo pelo qual ele é tomado, neste trabalho, como objeto de estudo.

Os dados que basearam a análise foram coletados a partir da plataforma digital GloboPlay, através da consulta às edições correspondentes ao período de 20 de fevereiro e 26 de março de 2019. Nas 30 edições verificadas, foram identificadas 22 reportagens que tinham a PEC da Previdência como temática central. Para esta análise, foram desconsiderados os conteúdos sobre do projeto de lei que propõe mudanças para o sistema de previdência dos militares, tendo em vista que as discussões acerca desse tópico foram realizadas separadamente, não fazendo parte da PEC. A maior concentração de reportagens sobre o tema em uma mesma edição foi registrada no dia 20 de fevereiro de 2019, data em que a proposta foi entregue ao Congresso Nacional. Naquela ocasião, foram veiculadas seis reportagens sobre a PEC da Previdência, tendo sido este o principal assunto da edição. Para efeitos desta análise, consideramos neste trabalho uma dimensão específica da visibilidade pública midiática, a fala do ator político (sonora, no jargão do telejornalismo), um dos aspectos que correspondem ao que Gomes (2009) conceitua como audioesfera política. Desse modo, cada uma das sonoras foi contabilizada, teve seu tempo cronometrado e seu autor identificado.

Nas edições analisadas, 23 fontes ocuparam a audioesfera política do Jornal Nacional para falar sobre a PEC da Previdência. Destes, 22 ocupam cargos públicos no Legislativo ou no Executivo nacional, o que denota a preferência do telejornal em conduzir as narrativas a partir do centro do sistema político, privilegiando a fala de atores políticos institucionais. Dentre

---

<sup>2</sup> Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (2016) mostram que 90% dos brasileiros se informam através da televisão e que 63% têm nela seu principal meio de informação. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/@download/file/Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mi%CC%81dia%20-%20PBM%202016.pdf>

esses atores, quem adquire maior visibilidade, levando em consideração o recorte analisado, são o presidente da República, Jair Bolsonaro, cujas sonoras ocuparam 293 segundos distribuídos em oito reportagens, e o presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia, que se fez ouvir por 266 segundos, em nove reportagens. Esses dados permitem inferir que há uma relação direta entre poder político e visibilidade no telejornal analisado e confirmam a percepção de Maia (2008) ao afirmar que “os representantes políticos e os grupos poderosos têm acesso facilitado aos canais dos *media*, e que a rotina jornalística privilegia as fontes oficiais para organizar suas histórias” (MAIA, 2008, p. 198).

Outros atores políticos inseridos de forma significativa na esfera de visibilidade proporcionada pelo telejornal foram Rogério Marinho, então secretário especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia (96 segundos em quatro reportagens), Joice Hasselmann, então líder do governo no Congresso (93 segundos em quatro reportagens) e Felipe Francischini, presidente da Comissão de Constituição e Justiça da Câmara dos Deputados (72 segundos em quatro reportagens). Davi Alcolumbre, presidente do Senado, esteve presente em quatro reportagens sobre a PEC da Previdência, ocupando a audiosfera política do Jornal Nacional por 50 segundos.

Além dos já citados, outros quatro atores tiveram suas sonoras inseridas em mais de uma reportagem: João Doria, governador de São Paulo, único ator político estadual contemplado nas reportagens sobre a PEC durante o período analisado (63 segundos em duas reportagens), Otávio do Rêgo Barros, porta-voz da Presidência da República (63 segundos em duas reportagens), Onyx Lorenzoni, então ministro-chefe da Casa Civil (50 segundos em duas reportagens) e Leonardo Rolim, então secretário de Previdência do Ministério da Economia (38 segundos em duas reportagens).

Cabe citar, ainda, que nas 22 reportagens analisadas foi identificada apenas uma sonora proveniente de indivíduo que não ocupa cargo público. A fonte em questão é Fabio Klein, apresentado pelo telejornal como especialista em Previdência. O economista integra a equipe de uma empresa de consultoria econômica associada ao mercado financeiro e corrobora, na sonora levada ao ar, o posicionamento do governo de que a reforma proposta reduz privilégios.

Outro dado que chama a atenção, é o fato de que apenas uma mulher – Joice Hasselmann – foi inserida de forma relevante no debate que se estabeleceu no interior da cena midiática do telejornal, evidenciando a desigualdade de gênero que marca a dinâmica do poder político nacional.

Duas reportagens sobre a PEC da Previdência durante o período de análise não continham sonoras, sendo o repórter o principal articulador de sentido da narrativa. Nas duas situações, eram reportagens que se pretendiam explicativas sobre os principais pontos da reforma proposta pelo governo, ainda que apenas reproduzissem a narrativa governamental, exatamente pela ausência de fontes cujas vozes fossem dissonantes.

A hipótese de que a esfera de visibilidade produzida pelo Jornal Nacional privilegia atores políticos institucionais em detrimento de outros setores da sociedade confirmou-se em escala maior do que anteriormente se previa. Esse cenário nos remete às reflexões de Strömbäck e Van Alest (2013) sobre a midiaticização da política na sociedade contemporânea. A crescente adaptação dos atores políticos institucionais às lógicas midiáticas, pode explicar, em alguma medida, a predominância de atores políticos institucionais nas narrativas noticiosas sobre a PEC da Previdência, em detrimento de outros setores da sociedade, menos adaptados às lógicas internas do campo midiático.

Considerando que o período de análise abrange o momento em que a sociedade brasileira toma conhecimento, pela primeira vez, acerca dos termos da PEC elaborada pelo Executivo nacional e que o tema é potencialmente polêmico, tendo em vista que altera direitos da população, considerou-se razoável supor que o telejornal contemplaria em suas reportagens atores políticos e sociais com visões plurais sobre a proposta, bem como o posicionamento oficial de entidades representativas de trabalhadores dos setores público e privado e/ou outras organizações provenientes da sociedade civil. O que se verificou, no entanto, é que a esfera de visibilidade proporcionada pelo Jornal Nacional reserva-se a sujeitos que ocupam cargos públicos, confirmando a percepção de Maia (2008) para quem “os veículos de comunicação oferecem oportunidades altamente desiguais de acesso dos atores sociais à esfera de visibilidade midiática” (MAIA, 2008, p. 196), reproduzindo as assimetrias de poder presentes na sociedade. Outro aspecto que merece atenção é a invisibilidade de atores políticos de oposição ao governo, o que evidencia que a construção da narrativa jornalística sobre a PEC da Previdência, durante o período analisado, oferece ao espectador uma visão unilateral da questão, desestimulando o debate no interior da própria cena midiática.

Os trabalhadores, contribuintes da previdência, são invisíveis no período analisado. Assim, recorda-se Marques (2010), ao ressaltar que a simultaneidade de acesso às informações proporcionada pela mídia não garante a inclusão das audiências nos debates, de modo que muitas vozes não se encontram representadas no espaço de visibilidade mediada (MARQUES, 2010, p. 275). Para a autora, no entanto, isso não impede que se possa conceber os meios de

comunicação como espaço fundamental de mediação, tendo em vista que os interessados podem, através dos *media*, inteirar-se dos argumentos em discussão.

Ainda assim, a invisibilidade dos trabalhadores nas reportagens analisadas levanta questionamentos acerca da falta de pluralidade de visões expostas no debate que se desenrola no interior da cena midiática protagonizada pelo telejornal. Considerando que “é a visibilidade que ancora a discutibilidade na democracia” (GOMES, 2008, p. 162), pode-se inferir que os argumentos que não se tornam disponíveis na esfera de visibilidade proporcionada pelos *media* não têm condições de generalizar-se a ponto de pautar as discussões nas esferas formais e informais, limitando as possibilidades de um debate amplo entre todos os interessados.

Os aspectos já mencionados nos levam a questionar se o telejornal explora, de fato, o potencial deliberativo inerente à atividade jornalística, uma vez que não fica clara, no período analisado, a existência de articulação de fluxos comunicativos provenientes da periferia do sistema político de modo que consigam atingir os atores administrativos que se encontram no centro do mesmo sistema. Nesse contexto, recorda-se que, para o modelo *habermasiano*, a legitimidade das decisões públicas depende de um processo de debate público verdadeiro, de modo que, se as decisões tomadas pelos atores administrativos que integram o centro do sistema político se tornam públicas apenas para obter uma suposta legitimidade ou adesão, não há construção de um debate público verdadeiro, mas apenas um simulacro.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a importância da televisão no espaço público brasileiro, bem como as grandes cotas de atenção coletiva que atrai, é razoável inferir que o telejornalismo produzido pelas emissoras abertas e comerciais fornece parte importante dos subsídios informativos a partir dos quais os cidadãos constroem seu horizonte informacional, suas competências democráticas e se inserem no debate público em torno de temas de interesse geral. Ainda que se trate de um recorte temporal bastante específico, os dados permitem identificar que os sujeitos que ocupam a periferia da esfera política – e, por consequência, suas opiniões, argumentos e interesses – encontram dificuldade de acesso à esfera de visibilidade produzida pelo Jornal Nacional quando o assunto é reforma da Previdência.

O fato nos chama a atenção, tendo em vista que os contribuintes da Previdência Social, isto é, trabalhadores e trabalhadoras dos setores público e privado, constituem grupos cujos interesses são diretamente afetados pela reforma e que deveriam, considerando a concepção

deliberacionista de democracia, ter lugar no debate público em torno do tema para que as decisões tomadas pelos atores políticos institucionais sejam dotadas de legitimidade. Sendo assim, a invisibilidade dos atores que se encontram fora da esfera política institucional nos leva a considerar que a cena midiática do referido jornal leva ao ar não mais do que um simulacro de debate público.

Nesse contexto, considera-se relevante aprofundar os estudos acerca do debate sobre temas da agenda política nacional, verificando, também, o conteúdo dos discursos que ocupam a esfera de visibilidade dos *media*, tendo em vista que os efeitos das decisões políticas se estendem ao longo do tempo, afetando diversas gerações de cidadãos, bem como o conjunto da sociedade.

## REFERÊNCIAS

- GENTILLI, Victor. O futuro do jornalismo: democracia, conhecimento e esclarecimento. In: **Observatórios de mídia: olhares da cidadania**. São Paulo: Paulus, 2008.
- GOMES, Wilson. **Audioesfera política e visibilidade pública: os atores políticos no Jornal Nacional**. In: GOMES, Itania M. M. (Org). *Televisão e realidade*. Salvador: EDUFBA, 2009, p. 175-222.
- GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectiva**. São Paulo: Paulus, 2008.
- HABERMAS, Jürgen. **Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica**. Tradução de Ângela C. S. Marques. *Líbero*, n. 21, p. 9-22, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- MAIA, Rousiley (Coord.). **Mídia e deliberação**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.
- MARQUES, Ângela. **A deliberação a longo prazo no espaço de visibilidade mediada: o Bolsa-Família na mídia impressa e televisiva**. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 7, n. 2, p. 273-285, 2010.
- \_\_\_\_\_. **As interseções entre o processo comunicativo e a deliberação pública**. In: MARQUES, Ângela (Org.). *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas: textos fundamentais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.



STRÖMBÄCK, Jasper.; VAN AELST, Peter. Why political parties adapt to the media. *International Communication Gazette*, v. 75, n. 4, p. 341-358, 2013.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

*Original recebido em: 23 de maio de 2020.*

*Aceito para publicação em: 30 de agosto de 2022*

***Carlos Roberto Praxedes dos Santos***

Jornalista. Mestre em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Doutor em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professor no curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

***Camila Maurer***

Aluna especial da disciplina Estudos Avançados em Economia e Política do Jornalismo: Jornalismo e Espaço Público (2019/1), do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Posjor/UFSC. Especialista em Produção e Gestão de Rádio e TV e Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí.



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

