

*Projeto*  
**A MÍDIA NAS ELEIÇÕES**

**Versão 2.0 de 14/3/99**

Para atualizações desta versão fazer contato com a Federação Nacional dos Jornalistas

*Metodologia para monitoração dos resultados da  
produção editorial da mídia sobre processos eleitorais.*

*Realização:*

Federação Nacional dos Jornalistas  
Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

*Patrocínio:*



Comisión Europea



Federación Internacional de Periodistas

# *Projeto* **A MÍDIA NAS ELEIÇÕES**

## **1. APRESENTAÇÃO**

2. O Projeto *A Mídia nas Eleições* é uma iniciativa da Federação Nacional dos Jornalistas e do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, tendo a pretensão de desvendar as relações entre a política e a produção editorial dos veículos de comunicação e fazendo parte de um esforço para orientar a comunicação, na contemporaneidade, para a construção da democracia, da cidadania e da nacionalidade.

2.1. Trata-se de um projeto apartidário, que assenta suas possibilidades de sucesso na credibilidade dos seus implementadores, na consistência dos seus procedimentos operacionais e analíticos e na qualidade dos resultados que vier a produzir.

2.2. A metodologia de trabalho, aqui exposta, foi concebida para atender às necessidades de acompanhamento e documentação do resultado da produção editorial da mídia - abrangendo uma seleção de veículos de comunicação em um determinado [processo eleitoral](#).

2.3. Para os efeitos deste trabalho, define-se como [processo eleitoral](#) a disputa política institucionalizada do poder decorrente da conquista de cargos eletivos, sendo esta disputa protagonizada por partidos políticos - através dos seus candidatos e das eventuais coligações que participarem - em determinados períodos de tempo.

2.4. Esta formulação estabelece condições gerais – adaptáveis, no seu detalhamento, às condições específicas de cada [processo eleitoral](#) pesquisado - para **fundamentar** as operações de acompanhamento do resultado da produção editorial da mídia, para **definir** a condução técnica e institucional dos procedimentos metodológicos empregados e para **recomendar** o estabelecimento de relações entre os diversos segmentos sociais envolvidos na sua viabilização ou potencialmente afetados por seus resultados.

## **3. OBJETIVO GERAL**

3.1. Constitui objetivo geral do Projeto *A Mídia nas Eleições* e, por conseguinte, desta metodologia, contribuir para a construção da democracia, da cidadania e da nacionalidade, atra-

vés da introdução de meios de acompanhamento do resultado da produção editorial da mídia nos [processos eleitorais](#), proporcionando à sociedade instrumentos para avaliar a atuação dos veículos de comunicação.

## 4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4.1. Constituem objetivos específicos do Projeto *A Mídia nas Eleições*:

4.1.1. **desenvolver** metodologia de acompanhamento do resultado da produção editorial dos veículos de comunicação durante a cobertura de um [processo eleitoral](#);

4.1.2. **possibilitar** implementações de acompanhamento do resultado da produção editorial da mídia no [processo eleitoral](#), segundo a metodologia desenvolvida por este projeto;

4.1.3. **apurar** indicadores que possibilitem a identificação pública do eventual alinhamento político-partidário de cada um dos veículos de comunicação analisados durante o [processo eleitoral](#);

4.1.4. **subsidiar** a sociedade civil, capacitando-a para o exercício da crítica sobre o resultado da produção editorial da mídia no [processo eleitoral](#);

4.1.5. **municiar** a sociedade civil organizada com informações quantitativas e qualitativas a respeito do resultado da produção editorial dos veículos de comunicação analisados, permitindo, eventualmente, denúncias e ações na Justiça, caso sejam constatados delitos previstos nas legislações de comunicação e eleitoral;

4.1.6. **estimular** a interlocução dos setores organizados da sociedade com as diversas instâncias da Justiça Eleitoral e da Procuradoria da República, subsidiando-as com metodologia científica e dados relevantes, para favorecer o julgamento de demandas que envolverem a produção editorial dos veículos de comunicação sobre o [processo eleitoral](#);

4.1.7. **produzir** subsídios para a formulação de políticas públicas destinadas a orientar uma atuação democrática e pluralista da mídia nos [processos eleitorais](#).

## 5. REFERÊNCIAS INICIAIS

### 5.1. Desenvolvimento da Metodologia

5.1.1. Para o desenvolvimento desta metodologia a Federação Nacional dos Jornalistas e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação convidaram especialistas (ver [Anexo 3](#)),

com reconhecida experiência de pesquisa em comunicação. O trabalho foi previsto em quatro etapas:

- 5.1.1.1. formulação de um modelo metodológico;
- 5.1.1.2. desenvolvimento de uma implementação piloto para teste da metodologia;
- 5.1.1.3. avaliação e análise dos resultados da implementação piloto;
- 5.1.1.4. elaboração final da metodologia a ser utilizada nas implementações.

## 5.2. Critérios Norteadores do Desenvolvimento da Metodologia

5.2.1. A metodologia desenvolvida foi concebida com a preocupação de proporcionar técnicas e procedimentos para apurar, com a maior objetividade possível, as operações de produção de sentido realizadas pelos veículos de comunicação pesquisados. Para isso, serão examinadas:

5.2.1.1. a **dimensão quantitativa**, aferida através de indicadores de distribuição do espaço ou do tempo, realizada pelos veículos, bem como a localização, autoria e o gênero das informações veiculadas;

5.2.1.2. a **dimensão qualitativa**, identificada pela análise do conteúdo manifesto do material veiculado.

## 6. DEFINIÇÕES METODOLÓGICAS BÁSICAS

### 6.1. Definições gerais

6.1.1. Esta metodologia tem por base a análise quantitativa e qualitativa do conteúdo explícito ou manifesto, produzido pelos veículos de comunicação sobre o [processo eleitoral](#). As definições metodológicas básicas foram adotadas considerando um conjunto de referências bibliográficas, teóricas e técnicas, que se encontram relacionadas no [Anexo 4](#).

6.1.2. Esta metodologia tem como **corpus de análise** todas as [matérias jornalísticas](#) veiculadas nos veículos de comunicação, que mencionam explicitamente, como [atores](#), os partidos políticos - através de seus candidatos e, eventualmente, suas coligações – que disputam um determinado [processo eleitoral](#).

6.1.3. O trabalho de análise será desenvolvido sobre a [matéria jornalística](#), aqui entendida como uma produção editorial composta por um conjunto de [unidades informativas](#) dotadas de identidade textual, visual e sonora, de acordo com o tipo de veículo.

6.1.4. Cada [matéria jornalística](#) será analisada traduzindo-se em dados da pesquisa as suas [referências de identificação](#) e seus [atributos técnicos](#).

6.1.5. Cada [unidade informativa](#) integrante de [matéria jornalística](#) será analisada traduzindo-se em dados da pesquisa as suas [referência de identificação](#), seus [atributos técnicos](#) e seus [atributos de conteúdo](#).

## 6.2. Dados das matérias jornalísticas

6.2.1. Como **referências de identificação** das [matérias jornalísticas](#) consideram-se as seguintes:

6.2.1.1. **tipo de veículo** – especificação da natureza da publicação ou do tipo de emissora (ver [Tabela de Tipos de Veículos](#) no [Anexo 2](#));

6.2.1.2. **nome do veículo** – nome da publicação ou da emissora (ver [Tabela de Nomes de Veículos](#) no [Anexo 2](#));

6.2.1.3. **data da edição** – data em que foi publicada a [matéria jornalística](#) pesquisada;

6.2.1.4. **hora da edição** – hora em que foi publicada a [matéria jornalística](#) pesquisada em emissora de rádio ou de TV;

6.2.1.5. **identificação** – título da [matéria jornalística](#) pesquisada, no caso de jornais ou revistas, ou síntese de texto que constitua referência do conjunto da [matéria jornalística](#), no caso de rádio ou televisão;

6.2.2. Como **atributos técnicos** das [matérias jornalísticas](#) consideram-se as seguintes:

6.2.2.1. **localização** – é a identificação do lugar que a [matéria jornalística](#) ocupa no veículo (ver [Tabela de Localização das Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#));

6.2.2.2. **gênero** - são modalidades do discurso jornalístico que se caracterizam pela forma de tratamento do seu conteúdo **opinativo/interpretativo** (editorial, coluna e comentário) e **informativo** (entrevistas, reportagem e noticiário).

## 6.3. Dados das unidades informativas

6.3.1. Como **referência de identificação** das [unidades informativas](#) de [matérias jornalísticas](#) considera-se a seguinte:

6.3.1.1. **autoria** - é a identificação, explícita ou implícita, do produtor da [unidade informativa](#) que compõe uma [matéria jornalística](#) (ver [Tabela de Autoria das Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#)).

6.3.2. Como **atributos técnicos** das [unidades informativas](#) de [matérias jornalísticas](#) consideram-se os seguintes:

6.3.2.1. **dimensão** – é o espaço, em centímetro por coluna, ou o tempo, em segundos, ocupado por cada uma das [unidades informativas](#) que integram a [matéria jornalística](#);

6.3.2.2. **tipo de unidade informativa** – são as formatações técnicas usualmente utilizadas nas [unidades informativas](#) para compor as [matérias jornalísticas](#);

6.3.3. Entre os **atributos de conteúdo** das [unidades informativas](#) integrantes da [matéria jornalística](#)., consideram-se os seguintes:

6.3.3.1. **tema** – é o campo de significado predominante em cada [unidade informativa](#) pesquisada, referente a acontecimentos da campanha eleitoral ou às posições programáticas dos [atores](#) pesquisados (ver [Tabela dos Temas Citados nas Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#));

6.3.3.2. **citação ou não de ator** – é a **identificação** dos [atores](#) mencionados na [unidade informativa](#) ou a caracterização da mesma como **sem citação**, quando esta tratar genericamente do [processo eleitoral](#) e não referir especificamente nenhum dos [atores](#) pesquisados (ver [Tabela de Atores Citados nas Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#));

6.3.3.3. **tonalização em relação a um ator** – é a produção de sentido ([positivo](#), [negativo](#) ou [neutro](#)) que a [unidade informativa](#) faz em relação a um [ator](#) pesquisado, quando este é citado, e que caracteriza a tomada de posição ou orientação do veículo (ver [Tabela de Atributos de Tonalização das Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#)).

#### 6.3.4. Critérios de tonalização

6.3.4.1. A pesquisa adotará os seguintes critérios de [tonalização](#), que serão atribuídos a cada um dos [atores](#) citados, em cada uma das [unidades informativas](#):

6.3.4.1.1. **negativo** - quando a [unidade informativa](#) ressalta obstáculos do [ator](#) no [processo eleitoral](#), tais como:

6.3.4.1.1.1. deficiências ou qualidades negativas do [ator](#) ou de seus aliados;

6.3.4.1.1.2. inadequação de ações, de condutas ou de posturas;

6.3.4.1.1.3. inviabilidade ou inconsistência de propostas e projetos;

- 6.3.4.1.1.4. oposições ou reações contrárias, despertadas em terceiros;
- 6.3.4.1.1.5. atuação do [ator](#) expressa em declarações, manifestações ou ações que caracterizem inércia ou falta de iniciativa política;
- 6.3.4.1.1.6. outros aspectos, explícitos ou manifestos, que venham a impedir ou dificultar que o [ator](#) seja bem sucedido no [processo eleitoral](#).

6.3.4.1.2. **positivo** - quando a [unidade informativa](#) ressalta facilidades do [ator](#) no [processo eleitoral](#), tais como:

- 6.3.4.1.2.1. vantagens ou qualidades positivas do [ator](#) ou de seus aliados;
- 6.3.4.1.2.2. adequação de ações, de condutas ou de posturas;
- 6.3.4.1.2.3. viabilidade ou consistência de propostas e projetos;
- 6.3.4.1.2.4. apoios ou reações favoráveis despertadas em terceiros;
- 6.3.4.1.2.5. atuação do [ator](#) expressa em declarações, manifestações ou ações que caracterizem iniciativa política;
- 6.3.4.1.2.6. outros aspectos, explícitos ou manifestos, que venham a viabilizar ou facilitar que o [ator](#) seja bem sucedido no [processo eleitoral](#)

6.3.4.1.3. **neutro** - quando a [unidade informativa](#) citar um [ator](#) e não for possível caracterizar atributo de conteúdo [negativo](#) ou [positivo](#), ou quando a ponderação de atributos [negativos](#) ou [positivos](#) verificados em uma [unidade informativa](#) estiver equilibrada, em conformidade com os critérios fixados por esta metodologia.

### 6.3.5. Orientações adicionais para proceder a tonalização

#### 6.3.5.1. Observações referentes a veículo impresso

6.3.5.1.1. Na análise das [unidades informativas](#) do tipo **texto** o pesquisador examinará o material parágrafo por parágrafo, identificando a [tonalização](#) de cada um em relação a cada [ator](#) citado. Assim, registrará ao lado de cada parágrafo, as seguintes anotações:

- 6.3.5.1.1.1. **+1** se este for [positivo](#);
- 6.3.5.1.1.2. **-1** se for [negativo](#);
- 6.3.5.1.1.3. **0** se for [neutro](#).

6.3.5.1.1.4. Neste procedimento, no caso das [matérias jornalísticas](#) informativas, o lead ou sua abertura devem ser considerados com **peso dois**, isto é, será marcado **+2** se for [positivo](#) e **-2** se for [negativo](#).

6.3.5.1.2. No final da marcação, será atribuída ao texto a seguinte [tonalização](#):

6.3.5.1.2.1. **positiva** – se a soma dos valores atribuídos aos parágrafos for **maior** do que **zero**;

6.3.5.1.2.2. **negativa** – se a soma dos valores atribuídos aos parágrafos for **menor** do que **zero**.

6.3.5.1.2.3. Caso a somatória da [tonalização](#) dos parágrafos seja igual a **zero**, adotar os seguintes critérios:

6.3.5.1.2.3.1. havendo pelo menos uma [tonalização positiva](#) e uma [negativa](#) (**+1** e **-1**), desempatar adotando a [tonalização](#) atribuída ao lead ou primeiro parágrafo;

6.3.5.1.2.3.2. não havendo nenhuma [tonalização positiva](#) ou [negativa](#), considerar o texto como [neutro](#);

6.3.5.1.2.3.3. caso o lead ou o primeiro parágrafo for [neutro](#), [tonalizar](#) a unidade como [neutra](#).

### **6.3.5.2. Observações referentes à tonalização de imagens e sons**

6.3.5.2.1. A metodologia do Projeto *A Mídia nas Eleições* adota um conjunto de procedimentos que procuram reduzir a subjetividade na [tonalização](#) de imagens (fotos, ilustrações, infográficos e imagens animadas em geral) e sons.

6.3.5.2.2. Na [tonalização](#) de imagens, o pesquisador deve analisar:

6.3.5.2.2.1. a postura, o vestuário e a expressão facial do [ator](#) ou, ainda, no caso da televisão, observando estes detalhes também naqueles indivíduos que citam o [ator](#);

6.3.5.2.2.2. o contexto em que o [ator](#) se insere (por exemplo, se está acompanhado de pouca ou muita gente, ou se a presença ou atitude dos que o acompanham o valorizam ou desvalorizam);

6.3.5.2.2.3. a plasticidade e a estética da imagem, exigindo-se esforço do pesquisador para abstrair sua simpatia ou antipatia pelo candidato e avaliar que impressão é causada pela imagem (se é agradável ou desagradável) e, do mesmo modo, independente da familiaridade com a técnica de produção da imagem (foto, vídeo, etc.) o pesquisador deve buscar a identificação da impressão emocional causada pela imagem, inclusive por recursos como o uso de cor.

6.3.5.2.2.4. O contexto da imagem na [matéria jornalística](#) e na página ou programa em que se insere, comparando-se a imagem pesquisada com outras imagens da mesma página (por exemplo, a foto de um [ator](#) cercado por uma multidão efusiva e, na mesma página, a foto de outro [ator](#) acompanhado de poucas pessoas).

6.3.5.2.3. No caso das [unidades informativas](#) das [matérias jornalísticas](#) de televisão e de rádio – que realizam complexas articulações de **texto verbal**, **sons** e **imagens** – quando o pesquisador tiver dúvida sobre a tonalização deverá adotar procedimento semelhante ao utilizado para [tonalizar](#) as [unidades informativas](#) do tipo **texto**:

6.3.5.2.4. pesquisador examinará o **texto verbal**, os **sons** e as **imagens** isoladamente, identificando a [tonalização](#) de cada assertiva ou conjunto de idéias que for reconhecendo no material (em equivalência aos parágrafos do **texto** no jornal) e [tonalizando](#) cada um destes segmentos em relação a cada [ator](#) citado. Assim, registrará, em folha à parte, as seguintes anotações à decupagem valorativa que realizar sobre a [unidade informativa](#):

6.3.5.2.4.1. **+1** se o segmento for [positivo](#);

6.3.5.2.4.2. **-1** se o segmento for [negativo](#);

6.3.5.2.4.3. **0** se o segmento for [neutro](#).

6.3.5.2.4.4. Neste procedimento, o que prevalecer no fechamento da matéria (últimas frases, idéias, imagens ou sons) deverá ser considerado com peso dois, isto é, será marcado **+2** se for [positivo](#) e **-2** se for [negativo](#).

6.3.5.2.5. No final da marcação, será atribuído ao **texto verbal**, aos **sons** ou às **imagens** a seguinte [tonalização](#):

6.3.5.2.5.1. **positivo** – se a soma dos valores atribuídos for **maior** do que **zero**;

6.3.5.2.5.2. **negativo** – se a soma dos valores atribuídos for **menor** do que **zero**.

6.3.5.2.6. Caso a somatória da [tonalização](#) seja igual a zero, adotar os seguintes critérios:

6.3.5.2.6.1. havendo pelo menos uma [tonalização positiva](#) e uma [negativa](#) (**+1** e **-1**), desempatar adotando a [tonalização](#) atribuída ao fechamento da matéria;

6.3.5.2.6.2. não havendo nenhuma [tonalização positiva](#) ou [negativa](#), considerar a [unidade informativa](#) como [neutra](#).

### 6.3.5.3. Orientações adicionais para a tonalização de matérias de TV e rádio

6.3.5.3.1. Para obter precisão nesta identificação, o pesquisador poderá revisar o programa cujas [matérias jornalísticas](#) foram registradas, quantas vezes for necessário.

6.3.5.3.2. Na análise das [matérias jornalísticas](#) de televisão e o pesquisador examinará o material pelo menos por três vezes, em cada oportunidade examinando, isoladamente, cada um dos tipos de [unidades informativas](#) que estão sendo considerados:

6.3.5.3.2.1. **chamada de matéria** – em TV é a [unidade informativa](#) que, no início ou no final de cada bloco de notícias do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) que será apresentada;

6.3.5.3.2.2. **chamada geral do noticiário** - em TV é a [unidade informativa](#) que, na abertura do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) que será apresentada;

6.3.5.3.2.3. **destaque do fechamento** – em TV é a [unidade informativa](#) que, no final do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) publicada;

6.3.5.3.2.4. **imagem** – que pode ser de qualquer natureza (estúdio, externa, entrevistado, gráficos, etc.);

6.3.5.3.2.5. **som** - incluindo a inflexão das vozes, o som ambiente e outros efeitos sonoros;

6.3.5.3.2.6. **texto verbal** - que pode ser constituído por vozes geradas pela emissora (apresentador, âncora, repórter, comentarista, etc.) ou por vozes de terceiros (entrevistados, manifestantes, etc.).

6.3.5.3.3. Na análise das [matérias jornalísticas](#) de rádio o pesquisador examinará o material pelo menos por duas vezes, em cada oportunidade examinando, isoladamente, cada um dos tipos de [unidades informativas](#) que estão sendo considerados:

6.3.5.3.3.1. **chamada de matéria** - em rádio é a [unidade informativa](#) que, no início ou no final de cada bloco de notícias do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) que será apresentada;

6.3.5.3.3.2. **chamada geral do noticiário** - em rádio é a [unidade informativa](#) que, na abertura do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) que será apresentada;

6.3.5.3.3.3. **destaque do fechamento** – em rádio é a [unidade informativa](#) que, no final do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) publicada;

6.3.5.3.3.4. **som** - incluindo a inflexão das vozes, o som ambiente e outros efeitos sonoros;

6.3.5.3.3.5. **texto verbal** - que pode ser constituído por vozes geradas pela emissora (apresentador, âncora, repórter, comentarista, etc.) ou por vozes de terceiros (entrevistados, manifestantes, etc.).

### 6.3.6. Orientações adicionais para proceder a atribuição de tema

6.3.6.1. Para o procedimento da pesquisa, os [temas](#) serão previamente definidos.

6.3.6.2. Quando a [unidade informativa](#) referir-se a mais de um [tema](#), será identificado e atribuído um [tema](#) predominante.

6.3.6.3. Havendo dúvidas em relação à caracterização de [tema](#) predominante em uma determinada [unidade informativa](#), deverá ser avaliado o contexto resultante das diversas [unidades informativas](#) integrantes da [matéria jornalística](#) analisada.

6.3.6.3.1. Quando tratar-se de [unidade informativa](#) do tipo **texto**, as dúvidas devem ser dirimidas com a observação do [tema](#) predominante no lead.

## 6.4. Postura requerida do pesquisador

6.4.1. Nos procedimentos da pesquisa é fundamental que o pesquisador esforce-se para superar simpatias e idéias pré-concebidas para ser bem sucedido no processo de aproximação que a metodologia pretende em relação ao conteúdo analisado, sabendo-se que a subjetividade é um componente ineliminável deste procedimento, mas tendo-se a certeza de que se poderá fazer um registro com razoável grau de objetividade.

# 7. PROCEDIMENTOS DE APLICAÇÃO DA METODOLOGIA

## 7.1. Procedimentos de Registro dos Dados

7.1.1.1. De posse do material com as [matérias jornalísticas](#) pesquisadas (jornal, fita de videocassete, fita de áudio, etc.) o pesquisador procederá o registro dos dados das [matérias jornalísticas](#) que tratem do [processo eleitoral](#) ou citem os [atores](#) pesquisados.

7.1.1.2. Identificada a [matéria jornalística](#) de interesse da pesquisa, o pesquisador procederá as suas anotações em planilha de papel, em formulário eletrônico ou em tela de entrada de dados on-line do sistema de informática.

7.1.1.3. As anotações do pesquisador serão desenvolvidas em três etapas:

7.1.1.3.1. **Etapla 1** – Consiste no lançamento dos dados gerais da [matéria jornalística](#), incluindo as suas [referências de identificação](#) e seus [atributos técnicos](#):

- 7.1.1.3.1.1. nome do pesquisador;
- 7.1.1.3.1.2. número de ordem do registro da [matéria jornalística](#), naquela edição do veículo pesquisado, adotando-se o critério de lançamento pela ordem das matérias registradas, do início para o fim do programa, do jornal ou da página (este número, ao dar entrada no sistema de informática, será transformado em um código que indexará as [matérias jornalísticas](#) às [unidades informativas](#) que a integrarem);
- 7.1.1.3.1.3. [tipo](#) de veículo;
- 7.1.1.3.1.4. [nome](#) do veículo;
- 7.1.1.3.1.5. [data](#) da edição;
- 7.1.1.3.1.6. [hora](#) da edição (aplica-se a programas de TV e de rádio);
- 7.1.1.3.1.7. [identificação](#) (título);
- 7.1.1.3.1.8. [localização](#) da [matéria jornalística](#);
- 7.1.1.3.1.9. [gênero](#) da [matéria jornalística](#).
- 7.1.1.3.2. **Etapa 2** – O pesquisador procederá a identificação das [unidades informativas](#) integrantes da [matéria jornalística](#), passando a fazer as seguintes anotações:
- 7.1.1.3.2.1. número de ordem do registro da [matéria jornalística](#) que é integrada por aquela [unidade informativa](#) (para proceder a indexação entre os dois registros);
- 7.1.1.3.2.2. número de ordem da [unidade informativa](#) no contexto da [matéria jornalística](#), do início para o fim da [matéria jornalística](#) no programa, no jornal ou na página (este número, ao dar entrada no sistema de informática, será transformado em um código que indexará os dados gerais da [unidade informativa](#) aos dados dos [atores](#) citados e suas respectivas [tonalizações](#));
- 7.1.1.3.2.3. [autoria](#) da [unidade informativa](#)
- 7.1.1.3.2.4. [tipo](#) de [unidade informativa](#);
- 7.1.1.3.2.5. [dimensão](#) da [unidade informativa](#);
- 7.1.1.3.2.6. [tema](#) predominante na [unidade informativa](#).
- 7.1.1.3.3. **Etapa 3** – A última etapa das anotações é a vinculação do registro da [unidade informativa](#) a cada um dos [atores](#) e sua respectiva [tonalização](#), ou à indicação de que não há citação ([sem citação](#)) com o pesquisador fazendo as seguintes anotações:

7.1.1.3.3.1. número de ordem da [unidade informativa](#) (este número, ao dar entrada no sistema de informática, será transformado em um código que indexará os dados gerais da [unidade informativa](#) aos dados dos [atores](#) citados e suas respectivas [tonalizações](#));

7.1.1.3.3.2. nome ou designação do [ator](#);

7.1.1.3.3.3. [tonalização](#).

## 8. CONSIDERAÇÕES SOBRE A METODOLOGIA DESENVOLVIDA

8.1. Com as definições metodológicas desenvolvidas pelo Projeto *A Mídia nas Eleições* buscou-se reduzir a subjetividade no processo de análise. Pretendeu-se alcançar um grau razoável de aproximação com a objetivação dos resultados da produção editorial dos veículos. Evidentemente podem ser desenvolvidos procedimentos de pesquisa ainda mais minuciosos do que os que aqui foram previstos. Entretanto, considerando o volume de dados que deverão ser processados e a multiplicidade de fontes de informação e de pesquisadores que aplicarão os critérios, tende-se a alcançar uma resultante, com diluição de erros e obtenção de uma aproximação significativa do objeto. Temos a convicção, entretanto, de que esta metodologia pode e deve ser aperfeiçoada, em desenvolvimentos futuros, incorporando mais precisão conceitual, maior apuro de procedimentos e, inclusive, beneficiando-se da avaliação dos resultados das [implementações](#) concretas que se basearão nesta formulação.

## 9. CONSIDERAÇÕES SOBRE A APLICAÇÃO DA METODOLOGIA

### 9.1. Limites e possibilidades da metodologia

9.1.1. O projeto *A Mídia nas Eleições* pretende oferecer à sociedade um instrumento para o acompanhamento dos resultados da produção editorial dos veículos pesquisados em relação ao [processo eleitoral](#).

9.1.2. A aplicação desta metodologia permite, fundamentalmente, a aferição dos resultados da produção editorial destes veículos em um determinado [processo eleitoral](#). A constatação de [unidades informativas](#) de [matérias jornalísticas](#) com [tonalizações negativas](#) ou [positivas](#), na produção editorial destes veículos, indica apenas a orientação predominante de cada veículo em relação ao [atores](#) considerados no [processo eleitoral](#).

9.1.3. Caberá à sociedade avaliar se a qualificação dos atores pela produção editorial dos veículos de comunicação está sendo atribuída de forma adequada e objetiva ou se está ocorrendo qualquer tipo de distorção.

## **9.2. Candidaturas a cargo executivo sem desincompatibilização**

9.2.1. O desenvolvimento desta metodologia foi iniciado por ocasião das eleições municipais de 1996. Na continuidade do trabalho, retomado no período que antecedeu as eleições estaduais e federais de 1998, a legislação eleitoral introduziu a possibilidade de candidaturas à reeleição para os cargos de Presidente da República e Governador, com a admissão de que o candidato permanecesse ocupando e exercendo cargo executivo – isto é, sem a exigência da desincompatibilização. Em função destas novas disposições legais, para registrar o efeito, no [processo eleitoral](#), da existência de candidatos que recebem uma dupla exposição na mídia, esta metodologia optou por recomendar a introdução, como [ator](#), do [candidato em cargo executivo](#). As [matérias jornalísticas](#) referentes a este [ator](#) são registradas sempre que estes são citados e mesmo que estes não façam qualquer referência ao [processo eleitoral](#) e se restrinjam às funções executivas dos [atores](#). Os registros referentes a este [ator](#), portanto, devem ser feitos de forma independente da sua figuração nas [matérias jornalísticas](#) na condição explícita de candidato. Os [candidatos em cargo executivo](#), deste modo, terão uma dupla monitoração: na condição de candidatos (quando figurarem em [matérias jornalísticas](#) referidos como candidatos) e na condição de ocupante de cargo executivo (quando figurarem em [matérias jornalísticas](#) não referidos como candidatos).

## **10. COBERTURA DA PESQUISA**

10.1. As [implementações](#) de monitoração dos resultados da produção editorial da mídia abrangerão emissoras selecionadas de TV e de rádio AM e FM e os principais jornais da área de abrangência do [processo eleitoral](#) pesquisado.

10.2. Os jornais selecionados serão integralmente pesquisados, coletando-se todas as [matérias jornalísticas](#) que tratem do [processo eleitoral](#) ou cite os [atores](#) pesquisados.

10.3. No rádio e na TV serão selecionados os programas jornalísticos que regularmente veiculam [matérias jornalísticas](#) sobre o [processo eleitoral](#). Os procedimentos de pesquisa serão desenvolvidos sobre estes programas. É esta seleção que balisará o dimensionamento da equipe e a rotina de procedimentos.

10.4. Os critérios de seleção aqui apresentados – restringindo-se às [matérias jornalísticas](#) em detrimento de outros produtos editoriais – justificam-se pelo fato de que as [matérias jornalísticas](#) constituem a base das transações informativas estabelecidas entre os veículos e o público, nas quais evidenciam-se os resultados da produção editorial de cada veículo. É principalmente através das [matérias jornalísticas](#) que os veículos realizam uma leitura sistemática da realidade e possibilitam, aos indivíduos, a sua interpretação. Trata-se, portanto, da parcela editorial que merece ser acompanhada de forma privilegiada pela sociedade.

10.5. No caso do rádio e da televisão, as emissoras têm a obrigação legal de assumir posição isenta e equitativa em relação aos diversos candidatos e partidos e coligações, por tratar-se de um serviço que é objeto de uma concessão ou permissão do governo federal.

10.6. No caso dos jornais, embora não haja o mesmo impedimento legal das emissoras de rádio e TV, estes veículos – como prescrevem a maior parte dos manuais de redação – geralmente manifestam a intenção de manterem-se isentos e equitativos, o que merece ser avaliado pela sociedade, pois tratam-se de instituições que assim prestam serviços de relevante interesse público.

10.7. O Projeto ***A Mídia nas Eleições*** tem, assim, a finalidade de aferir o resultado da produção editorial dos veículos através da análise de uma seleção significativa dos seus produtos e do seu conteúdo editorial.

10.8. A importância que se atribui aos veículos de comunicação em relação ao processo eleitoral decorre da amplitude do seu papel de mediação através do qual, em larga medida, se realiza contemporaneamente a política. A produção e distribuição de informações, portanto, trata-se de um serviço de interesse público que é essencial para a democracia e o exercício da cidadania. As atividades de seleção, organização e disponibilização de informações realizadas pelos veículos, por isso, devem ser objeto de escrutínio e avaliação pelos setores organizados da sociedade civil, como parte de um esforço para que a comunicação seja efetivamente constitutiva da democracia, da cidadania e da nacionalidade.

## 11. SELEÇÃO DE VEÍCULOS PESQUISADOS

11.1. O Projeto ***A Mídia nas Eleições*** abrangerá um conjunto de veículos selecionados de acordo com sua importância, influência e potencialidade de difusão na área de abrangência da pesquisa, considerando cada uma das três modalidades de veículos pesquisados e os recursos financeiros disponíveis em cada implementação de pesquisa.

11.2. São as seguintes as recomendações referentes à seleção dos veículos pesquisados:

11.2.1. **TV:** não sendo possível pesquisar todas as emissoras, devem ser selecionadas as de maior audiência na área de abrangência do [processo eleitoral](#) pesquisado;

11.2.2. **Rádio AM e FM:** se não for possível pesquisar todas as emissoras na área de abrangência do [processo eleitoral](#) pesquisado, escolher as emissoras de maior audiência, em cada modalidade;

11.2.3. **Jornais:** se não for possível pesquisar todos os jornais diários que circulam na área de abrangência do [processo eleitoral](#) pesquisado, escolher os jornais de maior circulação e influência, considerando a versão editorial do jornal adequada à área de abrangência da pesquisa.

## 12. PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DE PESQUISA

12.1. As [unidades informativas](#) das [matérias jornalísticas](#) dos veículos selecionados serão submetidos a procedimentos gerais de pesquisa (coleta, análise e registro) a outros específicos para cada tipo de veículo, conforme descrito no item [Definições Metodológicas Básicas](#) e de acordo com o que foi adicionalmente especificado no [Anexo 1](#).

## 13. PROCEDIMENTOS DE PROCESSAMENTO DOS REGISTROS

13.1. Os dados resultantes do trabalho sobre o material coletado dos veículos efetuado pelos pesquisadores serão processados a partir das de planilhas de papel ou de formulários eletrônicos.

13.2. O software do projeto *A Mídia nas Eleições* incluirá um banco de dados que deve conter:

13.2.1. telas ou formulários adequados para a entrada dos dados coletados pelos pesquisadores;

13.2.2. relatórios de saída, padronizados, em conformidade com os objetivos da pesquisa.

## 14. EMISSÃO DE RELATÓRIOS

14.1. Serão emitidos pela **Coordenação da Implementação**, diariamente, relatórios com as características que seguem:

14.1.1. Considerando o total das [matérias jornalísticas](#) pesquisadas no dia e que tratem do [processo eleitoral](#), gerar para cada tipo de veículo e para cada veículo em particular, **gráficos do tipo pizza**, que permitam identificar a [tonalização](#) conferida a cada um dos [atores](#), informando o **percentual** de espaço ou de tempo das [matérias jornalísticas](#):

14.1.1.1. nas quais o [ator](#) não recebeu citação;

14.1.1.2. nas quais recebeu [tonalização positiva](#);

14.1.1.3. nas quais recebeu [tonalização negativa](#);

14.1.1.4. nas quais recebeu [tonalização neutra](#).

14.1.2. Considerando o total das [matérias jornalísticas](#) pesquisadas nos últimos quinze dias e que tratem do [processo eleitoral](#), gerar para cada tipo de veículo, pela primeira página do conjunto dos jornais e para cada veículo em particular, **gráficos do tipo linha** que permitam identificar a evolução da **expressão quantitativa** de espaço ou de tempo da [tonalização positiva](#), [negativa](#) ou [neutra](#), conferida a cada um dos [atores](#).

14.1.3. Considerando o total das [matérias jornalísticas](#) pesquisadas nos últimos sete dias e que tratem do [processo eleitoral](#), gerar para cada tipo de veículo, pela primeira página do conjunto dos jornais e para cada veículo em particular, gráficos tipo barra que permitam identificar a expressão quantitativa de espaço ou de tempo da [tonalização positiva](#), [negativa](#) ou [neutra](#), sobre os cinco temas em relação aos quais cada um dos [atores](#) foi mais citado.

14.2. Constatando-se situações relevantes em determinados [gêneros](#) editoriais (programas, editoriais, colunas, etc.), assim como a ocorrência sistemática de determinada [tonalização](#) em certos tipos de [unidades informativas](#) (tais como primeiras páginas, manchetes, etc.) ou em determinadas procedimentos e formas de produção editorial (tais como, por exemplo, discrepâncias entre [tonalização](#) de textos e títulos ou entre fotos e suas respectivas legendas), poderão ser desenvolvidos processamentos e gráficos especiais que evidenciem e documentem estas situações.

14.3. Os relatórios diários serão complementados por um **comentário**, sob a responsabilidade da [Coordenação da Implementação](#), avaliando os resultados da produção editorial dos veículos, destinado a ressaltar os destaques observados no conjunto dos gráficos integrantes do relatório e salientando tendências percebidas nos resultados da produção editorial.

14.4. Os relatórios diários também serão complementados por uma listagem de todas as [matérias jornalísticas](#) pesquisadas no dia, bem como a [tonalização](#) que foi atribuída a cada uma

das suas [unidades informativas](#). É esta completa transparência da aplicação desta metodologia que fundamentará o debate público sobre os seus resultados e permitirá o acompanhamento e aferição da adequação dos procedimentos e da aplicação dos critérios de avaliação adotados, bem como, eventualmente, a correção de erros que forem cometidos.

14.5. Os veículos de comunicação abrangidos pela pesquisa serão convidados a divulgar periodicamente sínteses dos resultados apresentados pelos relatórios diários.

14.6. Em comum acordo com os partidos, será buscada a cessão de uma parcela do horário eleitoral gratuito para divulgação dos relatórios.

14.7. Os relatórios diários e, na medida do possível, todos os dados integrantes do banco de dados deverão ficar à disposição de todos os interessados. Atualmente, a Internet deve ser considerada o meio mais adequado para disponibilizar publicamente os resultados e a grande massa de dados gerada pela pesquisa.

## 15. CONTROLE DE QUALIDADE DOS PROCEDIMENTOS

15.1. A [Coordenação da Implementação](#) desenvolverá, periódica e sistematicamente, a conferência de uma amostra dos dados colhidos e analisados pela pesquisa.

15.2. Todos as fitas de áudio e de vídeo, bem como os jornais com as anotações de pesquisa serão mantidos em arquivos até que se dê por concluída a [implementação](#).

15.3. A [Coordenação da Implementação](#) deverá determinar outros procedimentos de controle da qualidade dos procedimentos que se fizerem necessários.

## 16. COORDENAÇÃO DE OPERAÇÕES

16.1. As [implementações](#) do Projeto ***A Mídia nas Eleições*** terão as seguintes funções discriminadas:

16.1.1. [Coordenador da Implementação](#) - Será um especialista em pesquisa de comunicação, com credibilidade e capacitação política e técnica para conduzir a [implementação](#) do projeto ***A Mídia nas Eleições*** como um todo, exercendo, entre outras, as seguintes funções:

16.1.1.1. treinamento e coordenação do Assistente de Coordenação, Supervisores de Implementação e das equipes de pesquisadores;

16.1.1.2. orientação técnica do conjunto da [implementação](#);

16.1.1.3. supervisão dos relatórios emitidos, com a elaboração do comentário analítico dos resultados da produção editorial dos veículos sobre o [processo eleitoral](#);

16.1.1.4. análise e aprovação de variantes, adotadas em cada [implementação](#), em relação às definições metodológicas do projeto.

16.1.2. **Assessoria de Informática** - Será uma empresa ou indivíduo, contratado para a instalação e ajustes do software necessário à implementação do projeto, incluindo a estruturação do banco de dados, o detalhamento da sistemática de registro das informações, e os eventuais ajustes na formatação de telas e formulários de entrada dos dados, bem como a emissão de relatórios de saída, inclusive gráficos e rotinas de processamento.

16.1.3. **Assistente de Coordenação da Implementação** - Será um especialista em pesquisa de comunicação ou pessoa devidamente treinada para o exercício das suas funções, com capacitação política e técnica para auxiliar o [Coordenador da Implementação](#) no cumprimento das suas funções e eventual substituição nos seus impedimentos.

16.1.4. **Supervisor de Implementação** - Será um especialista em pesquisa de comunicação ou pessoa devidamente treinada para o exercício das suas funções, reportando-se, no que for necessário, ao [Coordenador da Implementação](#), exercendo, entre outras, as seguintes funções:

16.1.4.1. coordenar o trabalho dos pesquisadores, definindo as escalas de trabalho, os veículos a serem pesquisados e o ritmo de trabalho;

16.1.4.2. aplicar e testar os requisitos de qualidade do trabalho desenvolvido

16.1.5. **Pesquisador** - Será um estudante de nível superior, preferencialmente um estudante de comunicação ou das áreas de ciências sociais e humanas ou, na falta deste, uma pessoa devidamente treinada e capacitada para o exercício desta função.

16.1.6. **Equipe de Digitação** - Será integrada por pessoas capacitadas a dar entrada, no banco de dados estruturado com o software indicado por esta metodologia, dos dados preparados pelos pesquisadores.

## 17. ARTICULAÇÕES DO PROJETO E DAS IMPLEMENTAÇÕES

17.1. **Articulação com Setores da Sociedade Civil** - As Implementações do Projeto *A Mídia nas Eleições* buscarão a maior adesão possível de entidades da sociedade, para seu apoio político, técnico e financeiro.

17.2. **Articulação com os Partidos** - Todos os partidos serão convidados, preferencialmente em reunião conjunta, a tomar conhecimento do projeto da [implementação](#). Os relatórios emitidos regularmente pela **Implementação** deverão ficar disponíveis para todos os partidos que se interessarem.

17.3. **Articulação com a Mídia** - Os veículos que serão pesquisados deverão ser convidados a tomar conhecimento do projeto da [implementação](#). Os relatórios emitidos regularmente pela [implementação](#) deverão ficar disponíveis para todos os veículos os que se interessarem. Os veículos também deverão ser convidados a divulgar, periodicamente, informações sobre os resultados das [implementações](#) que serão consubstanciados nos relatórios regularmente emitidos.

17.4. **Articulação com o Tribunal Regional Eleitoral** - O Tribunal Regional Eleitoral deverá ser convidado a tomar conhecimento do projeto da **Implementação**. Os relatórios emitidos regularmente pela [implementação](#) deverão ficar disponíveis para o TRE. Mostrando-se possível, a Coordenação da [implementação](#) deverá procurar manter contato regular com algum juiz, de preferência designado formal ou informalmente pela presidência do TRE, para acompanhar os relatórios emitidos e discutir os encaminhamentos que se fizerem necessários.

17.5. **Articulação com o Ministério Público** – O Ministério Público deverá ser convidado a tomar conhecimento do projeto da [implementação](#). Os relatórios emitidos regularmente pela Implementação Local deverão ficar disponíveis para o Ministério Público. Mostrando-se possível, a [Coordenação da Implementação](#) deverá procurar manter contato regular com algum Promotor ou Procurador, de preferência designado formal ou informalmente, para acompanhar os relatórios emitidos e discutir os encaminhamentos que se fizerem necessários.

## 18. UTILIZAÇÃO DESTA METODOLOGIA

18.1. Esta metodologia foi desenvolvida com um esforço coletivo de uma equipe que trabalhou sem remuneração, sendo que a titularidade dos direitos autorais foi atribuída ao Fórum Nacional pela Democratização e à Federação Nacional dos Jornalistas, entidades que se comprometeram a tornar público o acesso a este trabalho.

18.2. Os pesquisadores que participarão da elaboração desta metodologia encontram-se à disposição para, na medida do possível, dar assistência a [implementações](#) que vierem a ser desenvolvidas com base nesta metodologia.

18.3. Desde que citada a fonte, este trabalho pode ser utilizado livremente, mas tanto as instituições promotoras da sua elaboração quanto os profissionais que dela participaram solicitam ser informados:

18.3.1. de comentários, sugestões e críticas que possam servir para o seu aperfeiçoamento;

18.3.2. da realização de [implementações](#) e dos seu resultados.

18.4. Tal solicitação decorre da certeza de que o prosseguimento de um esforço coletivo pode resultar no aperfeiçoamento deste trabalho. Os contatos podem ser feitos através da Federação Nacional dos Jornalistas ou diretamente com os pesquisadores, que se comprometem a socializar as informações que resultarem do intercâmbio de experiências.

*Brasília, 14 de março de 1999.*

# ANEXO 1

## **Especificações adicionais para os procedimentos de pesquisa do Projeto A Mídia nas Eleições**

### **1. Especificações dos Procedimentos Referentes às Emissoras de Televisão**

1.1. Nos programas pesquisados em cada emissora de TV selecionada, será desenvolvida a coleta das [matérias jornalísticas](#) que tratam do [processo eleitoral](#) ou citam os [atores](#) pesquisados.

1.2. A coleta das [matérias jornalísticas](#), em cada emissora de televisão selecionada, será desenvolvida por dois pesquisadores, que dividirão o acompanhamento dos programas pesquisados do dia.

1.3. O material será coletado através de fita cassete de vídeo, gravada em aparelho de videocassete.

1.4. O aparelho de videocassete utilizado para a coleta do material pesquisado deve dispor de recursos de programação para as gravações, de modo a facilitar os procedimentos.

1.5. Por medida de segurança, deve-se duplicar a gravação dos programas pesquisados, em locais distintos, para prevenir ocorrências de falta de energia elétrica e outras situações acidentais.

1.6. Os operadores de gravação atuarão em um dos três períodos: **Período 1 (6h-12h)**, **Período 2 (12h-18h)** e **Período 3 (18h-24h)**.

1.7. Os operadores de gravação, anotarão a data da gravação, os horários e os programas gravados e repassarão estas fitas aos pesquisadores analistas da programação de TV.

1.7.1. Tanto os operadores de gravação como os pesquisadores analistas, mudarão de emissora pesquisada a cada três dias.

1.8. O material coletado em cada emissora, no **Período 1 (6h00 às 12h00)** deverá ser registrado, no máximo, no período da tarde do mesmo dia, devendo o relatório ser entregue, imprimevelmente, até às 18h deste dia.

1.9. O material coletado no **Período 2 (12h às 18h)** deverá ser registrado no período da noite deste mesmo dia, devendo o relatório ser entregue, no máximo, até às 8h do dia seguinte.

1.10. O material coletado no **Período 3 (18h às 24h)** deverá ser registrado no período da manhã do dia seguinte, devendo o relatório ser entregue, no máximo, até às 12h do dia seguinte.

1.11. De posse da fita com a gravação dos programas de um determinado período e de uma determinada emissora, o pesquisador analista desenvolverá, o registro dos dados das [matérias jornalísticas](#) dos programas selecionados que tratem do [processo eleitoral](#) ou cite os [atores](#) pesquisados.

1.12. Concluído o trabalho de registro dos dados das [matérias jornalísticas](#) e suas respectivas [unidades informativas](#), o pesquisador deverá encaminhar a fita, juntamente com as planilhas correspondentes, à [Coordenação de Implementação](#).

## 2. Especificações dos Procedimentos Referentes às Emissoras de Rádio

2.1. Nos programas pesquisados em cada emissora de rádio selecionada, será desenvolvida a coleta das [matérias jornalísticas](#) que tratam do processo eleitoral ou citam os [atores](#) pesquisados.

2.2. A coleta das [matérias jornalísticas](#), em cada emissora de rádio selecionada, será desenvolvida por um operador de gravação.

2.3. Cada operador de gravação cobrirá, simultaneamente, a programação de duas emissoras de rádio.

2.4. O material será coletado através de fita cassete de áudio, com gravadores de áudio.

2.5. Por medida de segurança, deve-se duplicar a gravação dos programas pesquisados, em locais distintos, para prevenir ocorrências de falta de energia elétrica e outras situações acidentais.

2.6. Os operadores de gravação atuarão em um dos três períodos: **Período 1 (6h-12h)**, **Período 2 (12h-18h)** e **Período 3 (18h-24h)**.

2.7. Os operadores de gravação, anotarão a data da gravação, os horários e os programas gravados e repassarão estas fitas aos pesquisadores analistas da programação de rádio.

2.8. Tanto os operadores de gravação como os pesquisadores analistas, mudarão de emissora pesquisada a cada três dias.

2.9. O material coletado em cada emissora, no **Período 1 (6h00 às 12h00)** deverá ser registrado, no máximo, no período da tarde do mesmo dia, devendo o relatório ser entregue, imperivelmente, até às 18h deste dia.

2.10. O material coletado no **Período 2 (12h às 18h)** deverá ser registrado no período da noite deste mesmo dia, devendo o relatório ser entregue, no máximo, até às 8h do dia seguinte.

2.11. O material coletado no **Período 3 (18h às 24h)** deverá ser registrado no período da manhã do dia seguinte, devendo o relatório ser entregue, no máximo, até às 12h do dia seguinte.

2.12. De posse da fita com a gravação dos programas de um determinado período e de uma determinada emissora, o pesquisador analista desenvolverá, o registro dos dados das [matérias jornalísticas](#) dos programas selecionados que tratem do [processo eleitoral](#) ou cite os [atores](#) pesquisados.

2.13. Concluído o trabalho de registro dos dados das [matérias jornalísticas](#) e suas respectivas [unidades informativas](#), o pesquisador deverá encaminhar a fita, juntamente com as planilhas correspondentes, à [Coordenação de Implementação](#).

### **3. Especificações dos Procedimentos Referentes aos Jornais**

3.1. Cada pesquisador trabalhará sobre um jornal.

3.2. Cada pesquisador mudará de jornal pesquisado a cada três dias.

3.3. Cada jornal será pesquisado no turno em que for distribuído (manhã ou tarde), devendo o relatório ser entregue no final do período.

3.3.1. De posse do jornal, o pesquisador desenvolverá, inicialmente, a identificação das [matérias jornalísticas](#) dos jornais selecionados que tratem do [processo eleitoral](#) ou cite os [atores](#) pesquisados.

3.3.2. Identificada [matéria jornalística](#) de interesse da pesquisa, o pesquisador a circundará com uma caneta colorida, passando a proceder as suas anotações que serão feitas no próprio jornal (para posterior conferência) e também deverão ser feitas em planilha de papel, em formulário eletrônico ou em tela de entrada de dados on-line do sistema de informática.

3.3.3. Concluído o trabalho de registro das [matérias jornalísticas](#) e suas respectivas [unidades informativas](#), o pesquisador deverá encaminhar o jornal, juntamente com as planilhas correspondentes ou o disquete com os dados, à [Coordenação de Implementação](#).

#### **4. Observações referentes aos procedimentos de pesquisa em todos os veículos**

4.1. Cada [implementação](#), considerando o número de jornais e de programas de rádio e TV analisados e os recursos disponíveis, poderá adotar variantes em relação a estas definições de procedimentos de pesquisa, desde que assegurada a viabilidade e a segurança das operações. Para tanto, deverão ser desenvolvidas condições e infra-estrutura adequadas para a observância desta metodologia em cada implementação.

4.2. Ressalta-se, particularmente, a necessidade de se garantir que não transcorrerá mais de vinte e quatro horas entre a verificação do material e a conclusão do seu registro, com a entrega do relatório de análise à [Coordenação de Implementação](#).

4.3. As variações em relação aos procedimentos de coleta aqui referidos deverão ser formalmente registradas pelo projeto da [implementação](#).

## ANEXO 2

### **Lista das Tabelas de Registros do Projeto A Mídia nas Eleições**

#### **1. Tabela de Tipos de Veículos**

- 1.1. Jornal
- 1.2. Rádio AM
- 1.3. Rádio FM
- 1.4. Televisão

#### **2. Tabela de Nomes de Veículos**

- 2.1. *A definir em cada Implementação, relacionando os nomes dos veículos selecionados*

#### **3. Tabela de Gênero das Matérias Jornalísticas**

- 3.1. Coluna (*jornal*)
- 3.2. Comentário (*rádio e TV*)
- 3.3. Direito de Resposta
- 3.4. Editorial
- 3.5. Entrevista (*ping-pong*)
- 3.6. Noticiário (*não assinado*)
- 3.7. Reportagem (*assinada*)

#### **4. Tabela de Tipos das Unidades Informativas**

- 4.1. Chamada de Matéria (*rádio e TV*)
- 4.2. Chamada Geral do Noticiário (*rádio e TV*)
- 4.3. Destaques do Fechamento do Noticiário (*rádio e TV*)
- 4.4. Foto (*jornal*)
- 4.5. Ilustração (*jornal*)
- 4.6. Imagem (*TV*)
- 4.7. Infográfico (*jornal*)

- 4.8. Legenda (*jornal*)
- 4.9. Manchete (*jornal*)
- 4.10. Nota de Coluna (*jornal*)
- 4.11. Olho (*jornal*)
- 4.12. Som (*inflexão da voz e outros sons em rádio e TV*)
- 4.13. Texto (*jornal*)
- 4.14. Texto (*verbal em rádio e TV*)

## **5. Tabela de Localização das Unidades Informativas**

- 5.1. Caderno Eleições (*jornal*)
- 5.2. Chamada para Programa (*rádio e TV*)
- 5.3. Editoria de Cultura / Variedades (*jornal*)
- 5.4. Editoria de Economia (*jornal*)
- 5.5. Editoria de Esportes (*jornal*)
- 5.6. Editoria Geral / Cidade (*jornal*)
- 5.7. Editoria Internacional (*jornal*)
- 5.8. Editoria Política (*jornal*)
- 5.9. Outras Editorias (*jornal*)
- 5.10. Primeira Página (*jornal*)
- 5.11. Nome do Programa de Rádio (*a definir em cada Implementação*)
- 5.12. Nome do Programa de TV (*a definir em cada Implementação*)
- 5.13. Nome da coluna (*a definir em cada implementação*)

## **6. Tabela de Autoria das Unidades Informativas**

- 6.1. Da Redação (*Identificação genérica*)
- 6.2. Nome do autor(a) da matéria (*a definir em cada Implementação*)

## **7. Tabela de Atributos de Tonalização das Unidades Informativas**

- 7.1. Positivo
- 7.2. Negativo

7.3. Neutro

7.4. Sem citação

## **8. Tabela de Atores Citados nas Unidades Informativas**

8.1. *Lista dos Candidatos (a definir em cada Implementação)*

8.2. *Lista das Coligações (a definir em cada Implementação)*

8.3. *Lista dos Partidos Concorrentes ou Integrantes das Coligações (a definir em cada Implementação)*

8.4. *Lista de Candidatos em Cargo Executivo (a definir em cada Implementação)*

## **9. Tabela dos Temas Citados nas Unidades Informativas**

### **9.1. Temas Programáticos**

9.1.1. Administração e Finanças Públicas

9.1.2. Agricultura

9.1.3. Comércio

9.1.4. Comunicações

9.1.5. Cultura

9.1.6. Educação

9.1.7. Esportes

9.1.8. Forças Armadas

9.1.9. Governo Estadual

9.1.10. Governo Federal

9.1.11. Governo Municipal

9.1.12. Habitação

9.1.13. Indústria

9.1.14. Judiciário

9.1.15. Lazer e Entretenimento

9.1.16. Legislativo

9.1.17. Meio Ambiente

9.1.18. Obras Públicas

9.1.19. Outros Assuntos Programáticos

9.1.20. Previdência

9.1.21. Questão Agrária

9.1.22. Reforma Política

9.1.23. Reforma Tributária

9.1.24. Relações Exteriores

9.1.25. Saúde

9.1.26. Segurança

9.1.27. Sistema Financeiro

9.1.28. Trabalho

9.1.29. Transportes

9.1.30. Turismo

## **9.2. Temas de Campanha**

9.2.1. Campanha Eleitoral

9.2.2. Comportamento Pessoal de Candidato

9.2.3. Horário Eleitoral Gratuito

9.2.4. Justiça e Legislação Eleitoral

9.2.5. Outros Assuntos de Campanha Eleitoral

9.2.6. Pesquisas

9.2.7. Uso Eleitoral da Máquina Administrativa

## **10. Tabela de Nomes dos Pesquisadores**

10.1. *A definir em cada Implementação*

## ANEXO 3

### **Grupo de Trabalho de desenvolvimento da metodologia do Projeto *A Mídia nas Eleições***

A convite da Coordenação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, em maio de 1996 passaram a integrar um Grupo de Trabalho constituído para elaborar a metodologia do Projeto *A Mídia nas Eleições*, os professores e pesquisadores [Christa Berger](#), [Fernando de Almeida Sá](#) e [Maria Immacolata Vassalo de Lopes](#).

Representando o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, coordenou o Grupo de Trabalho e atuou como seu relator o jornalista Daniel Herz.

Entre outras atividades, o GT reuniu-se em São Paulo, nos dias 13 de maio de 1996 e 29 de junho de 1996, cumprindo uma primeira rodada de trabalho.

Durante as eleições municipais de 1996, o Núcleo de Comunicação Comunitária da FACHA e o CRIAR, efetuaram, gratuitamente, a coleta de matérias veiculadas em rádio, jornal e TV, como atividade de apoio ao desenvolvimento desta metodologia.

Em virtude da falta de recursos para a implementação do Projeto, as atividades ficaram em suspenso, até serem retomadas com nova reunião, realizada no dia 8 de agosto de 1998, em São Paulo.

Nessa época, o projeto foi retomado como parte de um projeto mais abrangente desenvolvido pela Federação Nacional dos Jornalistas, contando com o patrocínio da Federação Internacional dos Jornalistas (FIJ) e da Comissão Européia, correspondente ao custeio de despesas com passagens aéreas, hospedagem e alimentação. Com este apoio, em reunião realizada nos dias 22 e 23 de agosto de 1998 foi dada como concluída a etapa inicial de desenvolvimento da metodologia. Nesta reunião, para reforçar o GT foi convidado o pesquisador e professor [Victor Gentilli](#), que foi incumbido de coordenar uma implementação piloto, cobrindo o período de 4 de setembro a 4 de outubro de 1998 das eleições presidenciais. As despesas com esta implementação piloto foram custeadas pelo projeto desenvolvido pela Federação Nacional dos Jornalistas e com o patrocínio da Federação Internacional dos Jornalistas (FIJ) e da Comisión Europea.

Finalmente, em reunião realizada nos dias 13 e 14 de março de 1999, em São Paulo, foi revista a formulação da metodologia elaborada até agosto de 1998 e avaliada a implementação piloto realizada no período final das eleições presidenciais de 1998. Como resultado, chegou-se à formulação atual, versão 2.0, datada de 14 de março de 1999, que passa a ser disponibilizada publicamente.

Todos estes pesquisadores e especialistas atuaram graciosamente no desenvolvimento da metodologia e proporcionaram – com o seu esforço, experiência e conhecimento aprofundado da matéria e, inclusive, com o sacrifício de momentos de lazer e convívio familiar – uma contribuição inestimável para a luta pela democratização no Brasil.

A estes pesquisadores, o nosso reconhecimento e agradecimento.

Brasília, 15 de março de 1999

Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ)

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

## SÍNTESE DO CURRÍCULO DOS PESQUISADORES

### INTEGRANTES DO GRUPO DE TRABALHO

Professora **Christa Berger** - Jornalista; professora do curso de comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Coordenadora do Curso de Mestrado em Comunicação da UFRGS; Doutora em Ciências da Comunicação - ECA/USP; Pesquisadora do CNPq; Autora do livro *Campos em Confronto: a terra e o texto*. Editora da UFRGS, Porto Alegre, 1998 e de diversos artigos em revistas especializadas nacionais e do exterior.

Professor **Fernando de Almeida Sá** - Jornalista; Editor; Professor Titular da Facha; Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio; Especialização em Ciência Política e Relações Internacionais; Mestrando em Direito Político (Instituto Metodista Bennett); Membro do Conselho Editorial das seguintes publicações: Jornal Ação AntiAids (ABIA-Rio/AHRTAG-Londres), Boletim ABIA, Revista Comum - FACHA, Revista Eclética - PUC-Rio;

Coordenador geral da Pesquisa IBASE/FACHA "Monitoramento da Pauta dos Telejornais das Principais Redes de TV no Brasil" (Globo, SBT, Manchete, Bandeirantes) – Rio de Janeiro, 1990/1991; Coordenador da Área de Comunicação do IBASE, entre outras atividades, participou da equipe que planejou o lançamento, em todo o Brasil, a Campanha Contra a Fome e a criação da Ação da Cidadania; foi membro da direção executiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, representando o IBASE; tem publicados artigos em diversas revistas especializadas nacionais e do exterior.

Professora **Maria Immacolata Vassalo de Lopes** - Mestre, Doutora e Livre-Docente em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; Professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo das Disciplinas: Metodologia da Pesquisa em Comunicação e Teoria da Comunicação, nos níveis de graduação e pós-graduação; Coordenadora do NUPEM – Núcleo de Pesquisa do Mercado de Trabalho em Comunicação e Artes da ECA/USP; Diretora de Relações Internacionais da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; Vice-Presidente da Comissão de Pós-Graduação da ECA/USP; Presidente do Programa de Aperfeiçoamento de Ensino (PAE) da ECA/USP; Coordenadora do Projeto de Pesquisa Nacional “Campo Profissional e Mercados de Trabalho em Comunicação no Brasil” – NUPEM / FELAFACS / ABECOM; Coordenadora do Projeto de Pesquisa “Recepção da Telenovela Brasileira” – FAPESP/CNPq; Pesquisadora do CNPq e da FAPESP; principais publicações: *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo, Loyola, 1997, 3ª edição. / *Temas Contemporâneos em Comunicação* (org.). São Paulo, Intercom/Edicom, 1997 / *Políticas Regionais de Comunicação: Os Desafios do Mercosul* (org.com José Marques de Melo). São Paulo, Intercom, 1997. / *Exploraciones Metodológicas en un Estudio de Recepción de Telenovela*. In: *Comunicación y Sociedad*, 29, México, Un. Guadalajara, 1997. / *Pesquisas de Recepção e Educação para os Meios*. In: *Comunicação & Educação*, 6, São Paulo, Moderna, 1996. / *A Pesquisa nas Escolas de Comunicação*. In: *Intercom-Revista Brasileira de Comunicação*, vol.XVIII,2, São Paulo, Intercom/Finep/CNPq, 1995. / *Recepção dos Meios, Classes, Poder e Estrutura*. In: *Comunicação & Sociedade*, 28, São Paulo, IMS/FAPESP, 1995. / *Reflexiones Metodológicas en los Estudios de Recepción*. In: Enrique Sanchez Ruiz e Cecilia Cervantes Barba (orgs.) *Investigar la Comunicación*. México, Un. Guadalajara, 1994. / *Rádio dos Pobres*. São Paulo, Loyola, 1988.

Professor **Victor Gentili** - Jornalista Graduado pela Faculdade Cásper Líbero; Doutorando e Mestre pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; Professor-adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), desde 1982; Pesquisador-associado do Labjor-UNICAMP - Laboratório Avançado de Pesquisa

em Jornalismo; Coordenador Nacional da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa – RE-NOI; Editor da Área Acadêmica do *Observatório de imprensa*; Coordenador do GT de Jornalismo - INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação; Coordenador da Pesquisa: *Monitor da Mídia: a cobertura da imprensa nas eleições municipais de 1996* - apoio: CNPq, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós Graduação; Consultor em Pesquisa de Comunicação projeto *Monitor da Mídia: a representação política* - cliente: Assembléia Legislativa do ES - 1995 e 1996; Coordenador da Pesquisa: *Avaliação Crítica do Jornalismo Impresso Capixaba* - apoio: CNPq, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós Graduação e Facitec - Prefeitura de Vitória; realizador do Projeto Cultural *Memória do Jornalismo Impresso Capixaba - os anos 60 e 70* (Apoio Lei Rubem Braga, patrocínio Companhia Vale do Rio Doce, em fase conclusiva); dirigiu a Assessoria de Comunicação Social da UFES: gestão 92/96; repórter do jornal *O Globo* - sucursal de São Paulo 1979 a 1981 e em diversas outras publicações de São Paulo e do Brasil; publicou artigos e capítulos de livros em diversas publicações nacionais e internacionais.

## ANEXO 4

### **Bibliografia utilizada no desenvolvimento da metodologia do Projeto A Mídia nas Eleições**

- BARDIN, Laurence, *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edição 70, 1979.
- BERELSON, Bernard, *Content analysis in communication research*. Glencoe: The Free Press, 1952.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- GREIMAS, Algirdas J. *Semântica Estrutural*. São Paulo: Ed Cultrix/EDUSP, 1976.
- KIENTZ, Albert. *Comunicação de massa- análise de conteúdo*. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.
- MORIN, Violette. *Aplicação de um método de análise da imprensa*. Série Jornalismo e Editoração: São Paulo. ECA/USP, 1970
- MORIN, Violette. *Tratamiento periodístico de la información*. Barcelona: Mouton y Co. y A.T.E., 1974.
- VERÓN, Eliseo. Ideologia y comunicación de masas: la semantización de la violencia política. In: VERÓN, Eliseo (org.) *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1971.

## ANEXO 5

### GLOSSÁRIO

**Atores** – Consideram-se como atores os partidos políticos - através de seus candidatos e, eventualmente, suas coligações – que disputam um determinado [processo eleitoral](#).

**Atributos de Conteúdo das Unidades Informativas** – Consideram-se as especificações de [tema](#), de [citação ou não](#) de [ator](#) e de [tonalização](#) em relação a um [ator](#) que se verificam na [unidade informativa](#).

**Atributos Técnicos das Matérias Jornalísticas** – Consideram-se as especificações de [localização](#) e de [gênero](#) da [matéria jornalística](#).

**Atributos Técnicos das Unidades Informativas** – Consideram-se as especificações de [dimensão](#) e de [tipo](#) de [unidade informativa](#).

**Autoria** – É a identificação, explícita ou implícita, do produtor da [unidade informativa](#) que compõe uma [matéria jornalística](#) (ver [Tabela de Autoria das Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#)).

**Candidato em Cargo Executivo** – É o candidato que permanece ocupando e exercendo cargo executivo – isto é, sem a exigência da desincompatibilização. Surgiu no Brasil com as disposições legais baixadas para as eleições de 1998. Para registrar o efeito, no [processo eleitoral](#), da existência de candidatos que recebem uma dupla exposição na mídia, esta metodologia optou por recomendar a introdução, como [ator](#), do [candidato em cargo executivo](#). As [matérias jornalísticas](#) referentes a este [ator](#) são registradas sempre que estes são citados e mesmo que estes não façam qualquer referência ao [processo eleitoral](#) e se restrinjam às funções executivas dos [atores](#). Os registros referentes a este [ator](#), portanto, devem ser feitos de forma independente da sua figuração nas [matérias jornalísticas](#) na condição explícita de candidato. Os [candidatos em cargo executivo](#), deste modo, terão uma dupla monitoração: na condição de candidatos (quando figurarem em [matérias jornalísticas](#) referidos como candidatos) e na condição de ocupante de cargo executivo (quando figurarem em [matérias jornalísticas](#) não referidos como candidatos).

**Chamada de Matéria** - Em rádio e TV, é [unidade informativa](#) que, no início ou no final de cada bloco de notícias do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) que será apresentada.

**Chamada Geral do Noticiário** - Em rádio e TV, é [unidade informativa](#) que, na abertura do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) que será apresentada.

**Citação ou Não de Ator** - É a **identificação** dos [atores](#) mencionados na [unidade informativa](#) ou a caracterização da mesma como **sem citação**, quando esta tratar genericamente do [processo eleitoral](#) e não referir especificamente nenhum dos [atores](#) pesquisados (ver [Tabela de Atores Citados nas Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#));

**Coordenação de Implementação** – É um especialista em pesquisa de comunicação, com credibilidade e capacitação política e técnica para conduzir a [implementação](#) do projeto **A Mídia nas Eleições** como um todo, exercendo, entre outras, as seguintes funções: treinamento e coordenação do Assistente de Coordenação, Supervisores de Implementação e das equipes de pesquisadores; orientação técnica do conjunto da [implementação](#); supervisão dos relatórios emitidos, com a elaboração do comentário analítico dos resultados da produção editorial dos veículos sobre o [processo eleitoral](#); e ainda análise e aprovação de variantes, adotadas em cada [implementação](#), em relação às definições metodológicas do projeto.

**Data da Edição** – Data em que foi publicada a [matéria jornalística](#) pesquisada.

**Destaque do Fechamento** – Em rádio e TV, é [unidade informativa](#) que, no final do programa, faz referência a [matéria jornalística](#) publicada.

**Dimensão** – É o espaço, em centímetro por coluna, ou o tempo, em segundos, ocupado por cada uma das [unidades informativas](#) que integram a [matéria jornalística](#).

**Gêneros** – São modalidades do discurso jornalístico que se caracterizam pela forma de tratamento do seu conteúdo **opinativo/interpretativo** (editorial, coluna e comentário) e **informativo** (entrevistas, reportagem e noticiário).

**Hora da Edição** – É a hora em que foi publicada a [matéria jornalística](#) pesquisada em emissora de rádio ou de TV.

**Identificação** – Título da [matéria jornalística](#) pesquisada, no caso de jornais ou revistas, ou síntese de texto que constitua referência do conjunto da [matéria jornalística](#), no caso de rádio ou televisão.

**Implementação** – É a aplicação concreta desta metodologia em um procedimento de monitoração da mídia sobre um determinado [processo eleitoral](#).

**Localização** – É a identificação do lugar que a [matéria jornalística](#) ocupa no veículo (ver [Tabela de Localização das Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#)).

**Matéria Jornalística** – É uma produção editorial composta por um conjunto de [unidades informativas](#) dotadas de identidade textual, visual e sonora, de acordo com o tipo de veículo.

**Nome do Veículo** – É o nome da publicação ou da emissora (ver [Tabela de Nomes de Veículos](#) no [Anexo 2](#)).

**Processo Eleitoral** - Define-se como processo eleitoral a disputa política institucionalizada do poder decorrente da conquista de cargos eletivos, sendo esta disputa protagonizada por partidos políticos - através dos seus candidatos e das eventuais coligações que participarem - em determinados períodos de tempo.

**Referência de Identificação da Unidade Informativa** – Considera-se a especificação de [autoria](#) da [unidade informativa](#).

**Referências de Identificação da Matéria Jornalística** – Consideram-se as especificações de [tipo de veículo](#), de [nome de veículo](#), de [data da edição](#) de [hora da edição](#) e de [identificação](#) da [matéria jornalística](#).

**Tema** – É o campo de significado predominante em cada [unidade informativa](#) pesquisada, referente a acontecimentos da campanha eleitoral ou às posições programáticas dos [atores](#) pesquisados (ver [Tabela dos Temas Citados nas Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#)).

**Tipo de Veículo** – É a especificação da natureza da publicação ou do tipo de emissora (ver [Tabela de Tipos de Veículos](#) no [Anexo 2](#)).

**Tipos de Unidades Informativas** – São as formatações técnicas usualmente utilizadas nas [unidades informativas](#) para compor as [matérias jornalísticas](#).

**Tonalização** – É a produção de sentido ([positivo](#), [negativo](#) ou [neutro](#)) que a [unidade informativa](#) faz em relação a um [ator](#) pesquisado, quando este é citado, e que caracteriza a tomada de posição ou orientação do veículo (ver [Tabela de Atributos de Tonalização das Unidades Informativas](#) no [Anexo 2](#)).

**Tonalização Negativa** – É caracterizada quando a [unidade informativa](#) ressalta obstáculos do [ator](#) no [processo eleitoral](#), tais como deficiências ou qualidades negativas do [ator](#) ou de seus aliados; inadequação de ações, de condutas ou de posturas; inviabilidade ou inconsistência de propostas e projetos; oposições ou reações contrárias, despertadas em terceiros; atuação do [ator](#) expressa em declarações, manifestações ou ações que caracterizem inércia ou falta de iniciativa política; ou ainda outros aspectos, explícitos ou manifestos, que venham a impedir ou dificultar que o [ator](#) seja bem sucedido no [processo eleitoral](#).

**Tonalização Neutra** – É caracterizada quando a [unidade informativa](#) citar um [ator](#) e não for possível caracterizar atributo de conteúdo [negativo](#) ou [positivo](#), ou quando a ponderação de atributos [negativos](#) ou [positivos](#) verificados em uma [unidade informativa](#) estiver equilibrada, em conformidade com os critérios fixados por esta metodologia.

**Tonalização Positiva** – É caracterizada quando a [unidade informativa](#) ressalta facilidades do [ator](#) no [processo eleitoral](#), tais como vantagens ou qualidades positivas do [ator](#) ou de seus aliados; adequação de ações, de condutas ou de posturas; viabilidade ou consistência de propostas e projetos; apoios ou reações favoráveis despertadas em terceiros; atuação do [ator](#) expressa em declarações, manifestações ou ações que caracterizem iniciativa política; ou ainda outros aspectos, explícitos ou manifestos, que venham a viabilizar ou facilitar que o [ator](#) seja bem sucedido no [processo eleitoral](#).

**Unidade Informativa** – É a parte integrante da [matéria jornalística](#) dotada de identidade textual, visual e sonora, de acordo com o tipo de veículo.

**Unidade Informativa sem Citação** – É o mesmo que [não citação](#) de [ator](#).