

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – UFPR
MESTRADO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

DANIELA ROCHA DRUMMOND

**A VISIBILIDADE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ NA
IMPrensa ESTADUAL (2010-2011)**

CURITIBA

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – UFPR
MESTRADO EM CIÊNCIA POLÍTICA

DANIELA ROCHA DRUMMOND

A VISIBILIDADE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ NA
IMPrensa ESTADUAL (2010-2011)

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, na Linha de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública, Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, como parte das exigências para obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi

CURITIBA
2013

Drummond, Daniela Rocha

A Visibilidade da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná na imprensa estadual (2010-2011) / Daniela Rocha Drummond – Curitiba, 2013.
120 f.

Orientador: Profº. Drº. Emersom Urizzi Cervi
Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

1. Paraná. Assembleia Legislativa – Cobertura jornalística – 2010-2011. 2. Comunicação – Aspectos políticos. 3. Paraná – Política e governo. 4. Poder legislativo – Paraná. I.Título.

CDD 328.8162

TERMO DE APROVAÇÃO

DANIELA ROCHA DRUMMOND

A VISIBILIDADE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ NA IMPrensa ESTADUAL (2010-2011)

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi (Orientador)
Departamento de Pós-Graduação em Ciência Política, UFPR

Prof. Dr. Paulo Roberto Neves da Costa
Departamento de Pós-Graduação em Ciência Política, UFPR

Prof. Dr. Pedro Santos Mundim
Faculdade de Ciências Sociais da UFG

Dedico este trabalho à minha família, especialmente aos meus pais Josilene e Sérgio.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha gratidão aos que contribuíram para a realização deste trabalho:

A Deus;

Aos meus pais por não me deixarem desistir;

Ao meu orientador Professor Dr. Emerson Urizzi Cervi pelas cobranças e correções;

Aos funcionários da Biblioteca Pública do Paraná, que sempre foram solícitos nas mais de 60 visitas e contribuíram para a coleta de dados;

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa concedida no primeiro ano do mestrado que possibilitou, além da maior dedicação ao mestrado, a conclusão concomitante do curso de Ciências Sociais também na Universidade Federal do Paraná (UFPR) como segunda graduação;

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, especialmente à Luciana Veiga e ao Nelson Rosário de Souza, pelos incentivos;

Ao meu namorado, Renato José Gemniczak, que me conheceu já mestranda, por sua compreensão e presença ao meu lado;

Ao meu irmão pela sensatez de sempre;

Às amigas e também pesquisadoras Poliane Brito e Larissa Angeli;

À Paula Wagnitz pelas ajudas e ao amigo Wagner de Alcântara Aragão pela revisão;

Aos membros do grupo de pesquisa de Comunicação Política e Opinião Pública;

Enfim, a todos que me ajudaram e incentivaram para a produção desta pesquisa.

RESUMO

A dissertação analisa as notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) e seus parlamentares publicadas em jornais impressos de circulação regional no Paraná, durante os anos de 2010 e 2011. O trabalho estuda a produção jornalística dos seguintes jornais: Gazeta do Povo, Jornal da Manhã, Folha de Londrina, O Diário do Norte do Paraná e O Paraná. Partindo da importância que os meios de comunicação assumem na esfera pública, esta pesquisa pretende responder a seguinte pergunta: Qual o enquadramento e a abordagem dada à Assembleia Legislativa Estadual e aos parlamentares nas notícias dos jornais impressos do Estado do Paraná? A hipótese é que as notícias são personalizadas, dando ênfase aos dramas dos deputados ao invés da Assembleia Legislativa como instituição. Com isso, a contribuição dos meios de comunicação para o debate público seria minimizada. Para o desenvolvimento da pesquisa, utiliza-se a metodologia quantitativa de análise de conteúdo, sendo que a coleta do material foi feita por amostragem. A pesquisa utiliza como embasamento teórico os estudos sobre agendamento temático, enquadramento, produção jornalística e o papel da mídia no debate público. Como conclusão verificou-se que quando tratam apenas os parlamentares, na maioria dos jornais, a maior parte das notícias são personalizadas. Entretanto o único jornal que tem mais notícias só sobre os personalizadas é O Diário do Norte do Paraná.

Palavras-chave: legislativo estadual; cobertura jornalística; debate público

ABSTRACT

The dissertation analyzes the news of the Legislative Assembly of the State of Paraná (Alep) and on the parliamentary published in five newspapers of regional circulation in Paraná during the years 2010 and 2011. The paper analyzes the journalistic production of the newspapers: Gazeta do Povo, Jornal da Manhã, Folha de Londrina, O Diário do Norte do Paraná and O Paraná. Starting from the importance that the media play in the public sphere, this research aims to answer the following question: What is the framework and approach given the State Legislative Assembly and parliamentary news in the newspapers printed the Paraná State? The hypothesis is that the news is custom, emphasizing the drama of deputies instead of the Legislature as an institution. Thus, the contribution of the media to the public debate would be minimized. For the development of the research, the methodology uses quantitative content analysis, and the collection of material was made by sampling, since the study of the content of print media assumes that the way in which the subject appears in media can influence the type of knowledge that people have about it. The research uses as theoretical studies on scheduling thematic framework, journalistic production and the role of media in public debate. In conclusion it was found that when lawmakers deal only in most newspapers and most are personalized news. However the only newspaper that has only more personalized news is O Diário do Norte do Paraná.

Keywords: state legislature, media coverage, public debate

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- Formato dos textos que citam a ALEP e os deputados estaduais.....	66
TABELA 2 – Tamanho das notícias que citam a ALEP e que não citam nos jornais analisados em centímetros quadrados.....	70
TABELA 3 – Valência das notícias que citam os deputados estaduais e a ALEP...	74
TABELA 4 – Presença dos temas gerais nas notícias.....	76
TABELA 5 – Enquadramento das Reportagens e Notas.....	78
TABELA 6- Deputados mais citados nos jornais regionais.....	81
TABELA 7- Deputados mais votados nos cinco maiores municípios do estado.....	82

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	12
2. DEMOCRACIA E MÍDIA	19
2.1 MEIOS DE COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E DEBATE PÚBLICO.....	20
2.2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O JORNALISMO POLÍTICO.....	24
2.3 MÍDIA REGIONAL E LOCAL.....	33
3.0 MODELOS EXPLICATIVOS DOS EFEITOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	38
3.1 INFORMAÇÃO E AGENDAMENTO.....	38
3.2 ENQUADRAMENTO E A TEORIA DA TEMATIZAÇÃO.....	43
3.3 TEORIA DO GATEKEEPING.....	49
4.0 OS JORNALISTAS E AS FONTES	52
4.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E ASSESSORIA DE IMPRENSA.....	55
4.2 ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ E SEUS DEPUTADOS.....	57
4.3 OS JORNAIS ANALISADOS.....	58
5.0 A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA E OS DEPUTADOS NA MÍDIA IMPRESSA	61
5.1 A METODOLOGIA QUANTITATIVA.....	61
5.1.1 As variáveis analisadas no texto.....	62
5.2 A PRESENÇA DA ASSEMBLEIA E DOS PARLAMENTARES NOS JORNAIS DE CIRCULAÇÃO REGIONAL.....	64
5.2.1 Os temas das notícias que a Assembleia Legislativa e seus parlamentares.....	75
CONCLUSÃO	84
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
APÊNDICE A – LIVRO DE CÓDIGO DAS VARIÁVEIS	99
APÊNDICE B – DEPUTADOS DA 16^ae 17^a LEGISLATURA DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ E A VOTAÇÃO OBTIDA	108
APÊNDICE C – FIGURAS SOBRE OS FORMATOS DAS NOTÍCIAS NOS JORNAIS ANALISADOS	112

LISTA DE SIGLAS

ALEP -	Assembleia Legislativa do Estado do Paraná
PMDB -	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PSDB –	Partido da Social Democracia Brasileira
PT -	Partido dos Trabalhadores
PP -	Partido Progressista
PDT -	Partido Democrático Trabalhista
PTB -	Partido Trabalhista Brasileiro
PPS -	Partido Popular Socialista
PMN -	Partido da Mobilização Nacional
PSB -	Partido Socialista Brasileiro
PRB -	Partido Republicano Brasileiro
PV -	Partido Verde
PTB -	Partido Trabalhista Brasileiro
PR –	Partido da República

1 INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação de massa e a mídia atuam como mediadores entre os acontecimentos e a sociedade, contribuem para o debate público e podem agendar temas para a discussão, por isso, segundo Arruguete (2005) eles são um dos principais espaços de debate nas sociedades contemporâneas. Eles atingem a vida das pessoas em diversos momentos e de várias formas, sendo difícil escapar da influência dos mesmos. Segundo Porto (2004), a mídia¹ desempenha um papel político e ideológico importante, dessa forma, sua onipresença e sua influência são estudadas por especialistas em comunicação de massa e cientistas sociais que tentam explicar e apontar seu papel veiculador de valores e visões. Como afirma Rubim (2002), a mídia institui uma nova dimensão pública, própria da sociabilidade contemporânea, ocupando um largo espaço na agenda de pesquisas sobre comunicação. Ao longo do século XX, foram produzidos diversos estudos tanto no campo político como na área de mídia que abordam esta relação da mídia com a política, sendo que alguns dos trabalhos clássicos nas duas áreas emergiram justamente desta relação (MARTINO, 2011). Para Miguel e Biroli (2011, p.77) a área de estudos da relação entre a mídia e a política ainda recebe menos atenção do que a merecida, sendo que a maioria das pesquisas da Ciência Política tem seus modelos dominantes centrado no estudo dos partidos, no Legislativo, no Executivo e por vezes inclui o Judiciário ou o “eleitorado”.

Segundo Cervi (2009) dois fenômenos sociais brasileiros justificam a análise da relação entre os meios de comunicação e a política: primeiramente o aprofundamento da democracia de massas no país, com a manutenção das eleições periódicas para cargos do Executivo e do Legislativo. Sendo que, há pouco mais de duas décadas o Brasil teve a primeira eleição direta após a ditadura militar para o cargo de presidente da república. Assim a realização de pleitos bianualmente e a aceitação dos eleitos como legítimos são indicadores de que a democracia no Brasil vem se consolidando. O segundo fenômeno citado por Cervi (2009) está no papel desempenhado pelos meios de comunicação, já que a mídia é considerada

¹ Mídia é entendida nesse trabalho como “conjunto de meios de comunicação existentes em uma área, ou disponíveis para uma determinada estratégia de comunicação. Grafia aportuguesada da palavra latina *media*, conforme é pronunciada em inglês. *Media* em latim é plural de *médium*, que significa ‘meio’”. (RABAÇA; BARBOSA, 2001, p.490).

indispensável para o debate público nas democracias de massa, pois a mesma é simultaneamente reguladora do debate e fornecedora de informações. Para Miguel e Biroli (2011, p.77) os estudos sobre a mídia em eleições do poder Legislativo continuam muito raros. Eles também afirmam que no Brasil os estudos sobre política e mídia desenvolveram-se muito lentamente após a redemocratização do país que construiu um campo interdisciplinar fronteiro entre a comunicação e a ciência política (MIGUEL e BIROLI, 2011). Embora esta pesquisa não seja propriamente eleitoral, ela fala da visibilidade do poder Legislativo na imprensa e analisa um ano de eleições para o poder Legislativo estadual, sendo o último ano de uma legislatura e o primeiro ano de uma nova legislatura.

O objetivo deste trabalho é estudar a relação da mídia local das cinco maiores cidades do Estado do Paraná e como se dá a visibilidade da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) na produção das notícias sobre esta instituição e seus atores. Este estudo é pertinente devido ao crescimento deste campo de pesquisa – das relações entre a comunicação e a política - na realidade atual, que segundo Gomes (2007) configura-se na velocidade com que um modelo de interface entre as esferas da comunicação de massa e da política se estabeleceu e se espalhou pelo mundo nas últimas décadas. É importante destacar aspectos como o de que a política contemporânea, do exercício do governo à disputa eleitoral se estabelece numa estreita relação com a comunicação de massa, pois os agentes políticos tendem a atuar para a esfera de visibilidade pública controlada pela comunicação, sendo que boa parte dos acontecimentos políticos são encenados com a presença ou através dos meios de comunicação.

Para fazer a cobertura destes acontecimentos políticos que são mediados e noticiar informações de interesse público, a mídia sofre influências que direcionam o foco de suas matérias. Gomes (2007) destaca que ao selecionar e processar o conteúdo que a mídia considera relevante e do interesse do seu público, ela intervém na formação do pensamento da opinião pública. As escolhas e enquadramentos direcionam a forma de influenciar os leitores, além de agendar os temas e assuntos que farão parte do debate público, podendo até mesmo interferir na agenda política ao apresentar temas que repercutem entre os cidadãos e eleitores.

Para McCombs (1997), os meios de comunicação de massa são de grande importância nas democracias modernas, graças ao poder dos mesmos de pautar assuntos discutidos na esfera pública, pois a maneira como a mídia processa as informações e trata os temas também influencia a recepção das informações e o processamento feito pelo público.

O conceito de enquadramento que se utiliza esta pesquisa busca descrever o poder de um texto de comunicação através da análise dos quadros predominantes, sendo possível definir problemas, diagnosticar causas e fazer um julgamento moral. O enquadramento denota como os temas já estabelecidos pela agenda são pensados; através dessa abordagem é possível chegar às origens da mensagem, pois as análises de enquadramento conseguem detectar qual é a influência que é exercida no transcrever da informação (ENTMAN, 1993; COLLING 2001). Nos cinco jornais analisados, Gazeta do Povo, de Curitiba; Folha de Londrina, de Londrina; Jornal da Manhã, de Ponta Grossa; O Diário do Norte do Paraná, de Maringá; e O Paraná, de Cascavel, verificou-se que nas cidades boa parte dos parlamentares são eleitos por votos regionalizados, além destes parlamentares serem mais citados nos jornais que demarcam sua região. Isto justifica um estudo comparativo entre os jornais para verificar em que medida isso se repete nos diferentes veículos regionais do estado do Paraná. Também considera-se importante analisar a presença da instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) e das personalidades políticas nos jornais do estado, pois não basta que os veículos façam a cobertura do tema, é preciso saber como ele é tratado e qual abordagem recebe - no caso desta pesquisa verificando se mais personalizado, dando ênfase às ações e atributos pessoais dos parlamentares ou mais institucionalizadas, enfatizando a instituição legislativa.

O trabalho permite aplicar os conceitos de enquadramento (ENTMAN, 1993) e valência (IESP), que foram elaborados para pesquisas de cobertura eleitoral, mas adaptados para essa pesquisa que analisa as notícias publicadas em dois anos, no ano de 2010 e no ano de 2011, ou seja, em duas legislaturas diferentes da Assembleia Legislativa, a 16^a e 17^a, sendo que 2010 foi um ano eleitoral, com eleições para os cargos de presidente, deputados federais, senadores, governadores e deputados estaduais. Essa pesquisa analisa o período anterior às eleições, durante as eleições para os cargos de deputados estaduais e

posteriormente a estas eleições, por isso, torna-se possível adaptar os conceitos e variáveis para esta análise.

Com o intuito de estudar a forma de abordagem dada às notícias da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, no noticiário da imprensa local das regiões de abrangência dos veículos selecionados, a partir das cidades mais populosas do Paraná, e partindo da importância que é conferida aos meios de comunicação na sociedade contemporânea, esta pesquisa pretende analisar a mediação feita pela imprensa em especial nos veículos impressos e como ela apresenta a Assembleia e seus atores. Pretende-se responder a seguinte pergunta: Qual a visibilidade dada à Assembleia Legislativa Estadual e seus parlamentares nas notícias dos jornais impressos do Estado do Paraná? Esta pergunta é pertinente para uma análise de enquadramento, valência e tema, seguida de uma comparação dos tipos de abordagens feitas pelos veículos que irão contribuir para a formação da concepção e das ideias que os cidadãos do estado têm em relação a esta instituição legislativa e aos deputados estaduais.

Foi analisada uma amostra por semana composta de um veículo impresso de cada um dos cinco municípios mais populosos do Paraná, que também são os cinco maiores distritos eleitorais, segundo o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE): Curitiba (capital do estado), com 1.746.896 habitantes, Londrina (Norte Central Paranaense), com 506.645 habitantes, Maringá (Noroeste Paranaense) com 357.117 habitantes e Ponta Grossa (Centro Oriental Paranaense), com 311.697 habitantes e Cascavel (Oeste Paranaense), com 292.372 habitantes. Foram escolhidos os seguintes veículos: Gazeta do Povo (Curitiba), Folha de Londrina (Londrina), O Diário do Norte (Maringá), Jornal da Manhã (Ponta Grossa) e O Paraná (Cascavel). Ou seja, pretende-se descobrir qual o tratamento e a visibilidade destinados à Alep pelos jornais regionais do estado do Paraná.

A pesquisa utiliza o método quantitativo de análise de conteúdo. A escolha do método está relacionada com o objetivo da pesquisa, que busca relacionar os dados da realidade com os conceitos e teorias já existentes, por meio da coleta e análise de conteúdo dos jornais impressos. Essa metodologia exige a análise e tabulação de um grande número de casos, o que, de acordo com Davis (1976, p.15), exige amostras de grande tamanho, para detectar diferenças significativas, sendo que a técnica de análise quantitativa não deve ser usada para amostras com menos de 40

ou 50 casos, e que o ideal seria contar com 150 ou mais. E, “o fato de que nossos procedimentos exijam grande número de dados evita que se façam afirmações à base de evidências insuficientes.” E, este método permite verificar diferenças, quantidades, tendências e enfoque da cobertura da mídia.

Assim, o método de semana composta (uma amostragem feita a partir de uma edição semanal em sequência contínua, em uma semana lê-se um exemplar da terça-feira, na semana seguinte um exemplar de quarta-feira, e assim sucessivamente, contemplando todos os dias da semana e sempre analisando exemplares dos cinco diferentes veículos, mas na mesma data), elaborado por Bauer (2002), é o que será utilizado, para ter uma amostra adequada para este estudo. Foram 54 semanas, no ano de 2010 e 52 semanas em 2011. A soma total das semanas dos veículos analisados resulta numa amostra de 106 edições de cada periódico, como são cinco periódicos a amostra tem aproximadamente 530 exemplares se houver notícias em todos os dias contemplados pela amostra. Foram catalogadas apenas as notícias referentes à Alep, sendo totalizadas 2.583 entradas de notícias. Os jornais foram analisados em aproximadamente 60 visitas ao acervo da Biblioteca Pública do Estado do Paraná.

O estudo contempla as edições de terça-feira a domingo dos jornais, já que o Jornal da Manhã (Ponta Grossa), O Paraná (Cascavel) e o Diário do Norte do Paraná (Maringá) não possuem a edição de segunda-feira, ou seja, circulam seis vezes por semana. Assim, a coleta de dados alternou os dias da semana em ordem, isto é, uma edição semanal de cada jornal em sequência contínua, utilizando o método de semana composta, e sendo feito o estudo de dois anos seguidos, 2010 e 2011 (DAVIS, 1976).

O período dos anos de 2010 e 2011 da coleta se justifica como forma de comparação das notícias de um ano eleitoral, no qual diversos deputados estaduais – cujas notícias sobre os mesmos são objetos da análise - concorrem à reeleição; e por ser o ano seguinte um ano sem eleições para os cargos estudados.

A pesquisa apresenta sob quais enquadramentos de valores as notícias são elaboradas, além disso, também analisa qual a valência (se positiva ou negativa) em relação aos candidatos e parlamentares, qual o tema das notícias e o formato delas.

A hipótese de pesquisa é a de que as notícias são em sua maioria personalizadas e não institucionalizadas, isto é, enfatizam as ações dos

parlamentares e não os acontecimentos institucionais, sendo que as notícias favorecem a imagem dos deputados em detrimento do desfavorecimento da instituição legislativa que fica em segundo plano. Isso ocorreria para atrair a atenção do leitor aos parlamentares, principalmente aqueles da região de abrangência dos jornais. Com isso, a contribuição dos meios de comunicação para o debate público seria minimizada.

Seguindo a ideia de chamar a atenção pelo inusitado, observaram-se quais são os temas mais importantes, quais mais aparecem, quais os atores que possuem maior espaço para apresentarem suas opiniões e qual o espaço que ocupam nas páginas dos jornais impressos - além de que em alguns casos pode-se perceber a regionalização e a ênfase aos parlamentares daquela base eleitoral em que o veículo impresso faz parte.

A hipótese é que os veículos regionais priorizam em suas notícias os parlamentares de sua região dando maior visibilidade a eles, pois o tipo de enquadramento (Eleitoral, Personalista, Temático ou Episódico) - destinado aos parlamentares e à instituição Alep são distintos, sendo as informações sobre os parlamentares dão preferência aos atores individuais, focando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional; enfatizando a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos principalmente nas cidades em que possuem a maioria dos seus eleitores. Acredita-se que isso ocorra devido à influência e ligação que os parlamentares possuem com os veículos de comunicação, seja por serem bons “anunciadores” em períodos eleitorais, ou mesmo pela relação que estabelecem com os jornalistas que fazem a cobertura, denotando ausência de imparcialidade e objetividade. Além disso, também é observada na pesquisa a questão da valência, pois muitas das notícias são de escândalos políticos, isto é, de valência negativa, ou ao menos que as grandes notícias e com mais destaque sejam negativas.

O objetivo é identificar como a imprensa trata a instituição legislativa estadual nas cinco principais regiões do estado, permitindo a comparação entre o tipo de cobertura institucional destinada à Alep e personalista dos parlamentares; mostrando quais deputados são citados e em quais regiões, principalmente, apresentando a forma como esses atores são noticiados cotidianamente pela

imprensa estadual. Uma informação que ajuda a explicar a presença e visibilidade das notícias, está relacionada à tematização, considerando a Alep como um ator político. Neste caso, a hipótese é que os temas relacionados à Alep e seus parlamentares não apareçam todos da mesma forma, o que seria resultado da seleção, hierarquização e influências que interferem na produção do jornal. Há escolhas feitas por diversas instâncias, as quais podem ser explicadas pela teoria do *gatekeeper* - isso interfere no agendamento que a mídia faz e mostra o enquadramento dado aos assuntos.

A partir daqui a dissertação está dividida em cinco capítulos. Primeiro Introdução, o segundo capítulo, Democracia e Mídia, apresenta o referencial teórico sobre análise midiática, sendo que em seguida relaciona-se a importância do debate dessa temática com as potencialidades oferecidas pelos meios de comunicação de massa. No terceiro capítulo, Modelos explicativos dos efeitos dos meios de comunicação, se discute os principais conceitos e teorias que embasam o trabalho empírico, como o processo de agendamento e tematização, o enquadramento e a pluralidade de fontes. O quarto capítulo, Os jornalistas e as fontes e o quinto capítulo A presença da Assembleia Legislativa e dos parlamentares na mídia impressa regional apresenta a pesquisa empírica, abordando uma breve discussão metodológica, assim como a sistematização das variáveis analisadas nos textos jornalísticos e em seguida a análise e interpretação dos dados coletados e a Conclusão.

2 DEMOCRACIA E MÍDIA

Há quase quarenta anos, Schattschneider (1975) criticava as definições sobre democracia formulada pelos cientistas políticos pela dificuldade de relacionar a teoria com a prática democrática – sua crítica era em relação à democracia norte-americana da primeira metade do século XX.

No caso do Brasil as críticas sobre a democracia e sobre os termos para defini-la podem ir mais além. Como afirma Cervi (2006) mesmo que exista um consenso sobre a irreversibilidade da democracia como fato histórico, “a democracia representativa, na qual o Brasil está inserido, negligencia a participação do cidadão de maneira direta e contínua, influenciando diretamente as instituições estatais” (CERVI, 2006, p. 39). Segundo o autor há no Brasil uma espécie de desgoverno, pois o regime democrático brasileiro continua a adotar práticas oligárquicas e porque a memória coletiva autoritária leva a uma democracia não consolidada com a manutenção do clientelismo, personalismo e patrimonialismo. Mainwaring (2001, p.225), diz que o clientelismo e o patrimonialismo aumentam os problemas da legitimidade democrática, “pois se esta se origina na percepção de que o governo promove o interesse público, o clientelismo atende a interesses particularistas.”

O cientista político Robert A. Dahl (1997, p.27) afirma que para que realmente exista uma democracia, há a necessidade de um governo responsivo em relação aos cidadãos pertencentes a ela, e é necessário haver oportunidades de formulação e de expressão das preferências e que o governo as leve em consideração durante o exercício do poder, assim, é necessário que existam: liberdade de expressão, liberdade para participar de associações e organizações políticas, direito de voto, direito de se candidatar a cargos públicos, ter acesso às fontes de informação alternativas, que haja eleições justas, livres e frequentes e que existam instituições que garantam o exercício eleitoral e as manifestações das preferências.

Traquina (2005) ressalta que os meios de comunicação são de grande importância para o desenvolvimento da democracia de massa em sociedades complexas. Segundo ele, a teoria democrática aponta um duplo papel para o jornalismo. O primeiro diz respeito à “liberdade negativa”, ou seja, um dos deveres deste campo seria vigiar o poder político e proteger os cidadãos contra possíveis abusos dos governantes. O segundo aspecto é a “liberdade positiva”, na qual os

meios de comunicação fornecem informações necessárias aos cidadãos para que eles possam desempenhar suas responsabilidades cívicas.

Para Manin (1995) vivemos hoje a Democracia de Público, que seria uma terceira forma do Governo Representativo, sendo a primeira a Democracia Parlamentar, a segunda a Democracia de Partido e o atual que denomina a Democracia de Público - no qual o processo eleitoral e de conquista do voto atualmente acontece por meio da construção imagética da personalidade dos líderes. Há dessa forma uma profissionalização técnica da política.

Azevedo (2001, p.186) diz que na atual configuração dos regimes representativos “os meios de comunicação de massa ganham não só uma posição estratégica na produção da visibilidade do campo político como também dividem com o parlamento e os partidos a posição de principal fórum do debate público.” Este capítulo pretende tratar da importância da mídia para os regimes democráticos. O próximo tópico abordará a influência dos meios de comunicação de massa no processo de formação da opinião pública.

2.1 MEIOS DE COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E DEBATE PÚBLICO

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa traz consigo significativas alterações nos processos de formação da opinião pública e da vontade política nas sociedades atuais. O poder de influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea vai além do mais visível, que é o de instância mediadora da relação entre sociedade e estado. Como afirmam Miguel e Biroli (2011, p.79) a mídia de massa continua sendo a principal provedora de informações já que a vida das pessoas é afetada por fatos que ocorrem longe de seus olhos - fenômeno que a literatura chama de “dependência cognitiva”. Os meios de comunicação são capazes de influenciar nos enquadramentos que presidem a forma das pessoas verem o mundo, por isso, não pode ser ignorado seu impacto na formação das preferências dos cidadãos (MIGUEL e BIROLI, 2011, MIGUEL 1999).

O conceito de esfera de visibilidade pública que se utiliza neste trabalho é o mesmo usado por Gomes (2006, p.58), que a define como o “repertório de ideias, opiniões, noções, informações e imagens que constitui o conhecimento comum”; isto

é, tudo aquilo que é publicamente visível e acessível ao conhecimento de um determinado público. A visibilidade pública ultrapassa o particular e se torna de conhecimento público. E é nesse espaço visível que a esfera da visibilidade torna possível compartilhar valores, crenças e hábitos que são característicos de uma sociedade. A esfera de visibilidade pública da mídia “atua nos processos de integração social nas sociedades complexas, o que a coloca em condições privilegiadas para interferir nos processos de reprodução social e funcionamento do sistema político” (HANSEN, 2007, p.110). No caso da esfera política, Gomes (2004, p.115) ainda destaca que a esfera de visibilidade pública é a forma com que um agente político ou uma matéria da pauta política, por exemplo, podem assegurar o reconhecimento público da sua existência.

A visibilidade pública é o que dá acesso às informações por parte dos cidadãos, por isso a mesma é excessivamente estudada. Segundo Gomes (2007), há dois grupos opostos de estudos sobre mídia e política, os hiper-midiáticos e hipomidiáticos. Os hiper-midiáticos estão representados nas pesquisas que identificam na comunicação de massa seus meios e recursos, instituições e linguagem o aspecto fundamental de qualquer fenômeno contemporâneo estudado. Já os hipomidiáticos são os estudos que contemplam a cultura, a sociabilidade e a política como se a comunicação e a cultura de massa fossem apenas mais uma das contingências e circunstâncias do mundo contemporâneo, sem incidência direta sobre a natureza dos fenômenos e como apenas mais uma das variáveis. Sendo que grande parte das teorizações sobre a interface da entre comunicação e política é hiper-midiática, ou seja, exagera a importância da comunicação na transformação da política e democracia. Além de ser pessimista e hiper-bólica – vê mudanças demais, onde há uma transformação que precisa ser examinada em seu alcance.

Como explica Shoemaker e Vos (2009), a produção que a mídia faz a respeito dos temas de interesse público é influenciada por determinados fatores tais como as rotinas produtivas, a escolha das fontes e aspectos ressaltados no texto. Desta forma, os veículos de comunicação não conseguem reproduzir a realidade e, na visão de Habermas (2006), eles selecionam e processam conteúdo politicamente relevante e intervêm na formação da opinião pública e na distribuição de interesses, de acordo com o tipo de cobertura que fazem sobre os temas; o que demonstra que a mídia propõe os assuntos que constituem o debate público, além de ter a

qualidade de poder influenciar e alterar também a agenda política. Com os avanços tecnológicos essa esfera de visibilidade assume diversas configurações, por isso, as estratégias eleitorais e políticas em geral supõem uma cultura política baseada no consumo de imagens públicas, assim os discursos dos atores políticos são elaborados de acordo com a gramática específica das linguagens dos meios onde vão circular, baseada no consumo por parte do público que deseja alcançar. Ou seja, os atores políticos preparam-se para expor suas opiniões na mídia.

Muitas vezes, os acontecimentos políticos se transformam em espetáculos, com a produção e administração de afetos e emoções para a conversão de eventos e narrativas e para o destaque daquilo que é incomum, espetacular ou escandaloso. Segundo Rubim (2002), o espetáculo tem uma história de relacionamento com o poder político e a política acaba por se confundir com a existência dessas modalidades de organização social e do agir humano. Para Debord (1997, p.18), o espetáculo quer se fazer ver - por diferentes mediações especializadas – o mundo que já não se pode tocar diretamente; sendo assim o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas que é mediado pelas imagens. Rubim (2002, p.3) ressalta que há uma contraposição questionável entre o que é real e o que é representado, sendo que o real acaba recebendo uma conotação positiva e há a desvalorização daquilo que é mediado. Entretanto atualmente parece assentado teoricamente que não existe a possibilidade de uma relação direta das pessoas com os acontecimentos, ou seja, da realidade que não seja mediada.

(...) A representação não só faz parte da realidade, como parece como dispositivo imprescindível de sua construção social e que o estatuto de realidade da representação nada fica a dever àquele atribuído ao restante da realidade, aliás, só possibilitada através das mediações. (Rubim, 2002, p.3).

Então, os meios de comunicação de massa cunham uma representação da sociedade, sendo que os mesmos têm como um de seus atributos o poder de influenciar os cidadãos. Para Habermas (1997, p.95) tal influência acontece ao reproduzirem e difundirem ideias, valores e opiniões que propiciam o entendimento comum acerca das coisas e dos fatos. Para Parsons *apud* Habermas² (1997) a

² Posteriormente, em 1990, na 17ª edição alemã de “O Espaço Público”, que teve a primeira edição publicada em 1962, Habermas escreve o prefácio “O espaço público 30 anos depois”, o autor diz que pesquisas e questões teóricas foram evidentemente modificadas e até mesmo sua própria teoria, entretanto menos nos seus traços principais do que no seu grau de complexidade. HABERMAS,

influência é uma forma simbolicamente generalizada da comunicação, que controla as interações através da convicção ou da persuasão. Tal forma de atuação das mídias é relevante para a política por ser o entendimento comum - isso representa um dos fatores fundamentais para o sucesso da ação social, pois a ação necessita que os atores sociais sejam capazes de manipular os fatos sociais e de compartilhar uma cultura política.

Na visão de Hansen (2007), pessoas ou instituições como a mídia podem gozar de uma reputação que lhes permita influenciar outras pessoas, sem ter que comprovar competências, já que a influência é baseada na confiança. Assim, opiniões privadas tornadas públicas por meio da imprensa representam potenciais de influência política, que podem ser utilizadas para interferir no comportamento eleitoral das pessoas ou na formação da vontade em corporações parlamentares, governos e tribunais.

Canclini (2002) e Jardim (2008) reforçam a concordância de que a mídia tem interesses políticos e econômicos próprios. Entretanto, embora a mídia tenha seus interesses próprios isso não impede a circulação de uma diversidade de vozes que contribuem para a democracia, incluindo e excluindo vozes na esfera pública ao dar acesso a conteúdos que, caso a mesma não existisse, seria restrito a determinados públicos. Isso faz com que a mídia seja o principal instrumento de difusão de visões de mundo e dos projetos políticos como forma de representar os grupos e seus interesses. Para Azevedo (2005), a mídia ao fiscalizar governantes no exercício de suas funções públicas comete excessos ao escolher os enquadramentos predominantemente negativos.

Dentre os atributos da mídia na visão de Gurevitch e Blumer (p.270, citado por HANSEN³), estão: a contribuição para a definição das questões da agenda política, identificando questões-chave; o papel de estabelecer as plataformas que permitam os atores políticos ou de outros grupos de interesses defenderem suas posições; o de permitir o diálogo entre diferentes pontos de vista dos detentores do poder e do público; criar mecanismos que permitam acionar os governantes a

Jürgen. "Mudança estrutural da esfera pública", 1990.

³ HANSEN, Messiluce da Rocha. **Esfera pública, democracia e jornalismo**: as representações sociais da cidadania em "Veja" e "IstoÉ". São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2007.

prestarem contas de seus atos; incentivar os cidadãos a aprenderem e se envolverem no processo político e procurar ser independente.

Em seguida este trabalho vai além da questão da visibilidade, tratando diretamente dos meios de comunicação, no caso dos impressos e do jornalismo político, que será tratado adiante.

2.2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O JORNALISMO POLÍTICO

Os meios de comunicação de massa são um sistema em que agentes ativos, com propósitos específicos, estão constantemente engajados em um processo de construção de sentidos. Não se deve pensar nos meios de comunicação como um conjunto de estímulos que serão respondidos pelos indivíduos, mas sim como o espaço de uma complexa disputa simbólica em que a interpretação irá prevalecer. Assim, os media, ao enquadrarem questões de determinadas maneiras, oferecem aos seus públicos quadros de referência para interpretar assuntos de interesse coletivo e modos implícitos de organizar as ideias. O discurso dos medias são tratados como importantes ferramentas que ajudam as pessoas a produzirem sentido das questões do mundo em que vivem, sendo que o estes discursos não são um estímulo, mas “recursos conversacionais”, já que não provocam súbitas mudanças de percepção ou de atitude. Para interpretar os eventos e a realidade que os rodeiam, as pessoas não levam em conta somente as informações que recebem da mídia, mas também seus conhecimentos individuais, suas crenças e a sabedoria popular (GAMSON, 2011).

Segundo Correia (2005), desde sempre, ainda que em contextos distintos, a experiência política e a comunicacional têm se relacionado entre si. Em relação à experiência política democrática de organização do Estado, o mesmo “teve seu destino ligado à existência de uma opinião pública crítica, para cujo sucesso a imprensa constituiu um dos fatores essenciais” (CORREIA, 2005, p.1). O autor destaca que mesmo com as transformações estruturais vistas nas democracias capitalistas, a concretização de tal método de deliberação continua a ser um dos traços distintivos das condições de organização política da modernidade tardia. O próprio diagnóstico das necessidades de políticas públicas é baseado em denúncias de fenômenos e patologias que tem a ver com a relação entre a intervenção da

mídia e as condições de deliberação pública. Entretanto existem algumas patologias neste sistema apontadas por Correia (2005), tais como: o aumento da desigualdade no acesso à informação, a espetacularização da informação, a tendência dos detentores dos meios de comunicação de imporem as suas visões e, sobretudo os seus candidatos “como quem difunde qualquer outro grande produto de grande consumo” (CORREIA, 2005, p.1).

O processo comunicacional, que permite discussões sobre temas de interesse público, tais como as notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, ganha mais importância em governos democráticos, pois nestes sistemas a informação tem impacto nas decisões políticas, principalmente em períodos eleitorais, e este trabalho pretende analisar não em quais decisões influenciam, mas quais as características das notícias sobre esta instituição em um país com uma democracia recente. Cervi (2010) diz que duas características da democracia estão relacionadas com o ambiente informacional dos indivíduos: uma é a pluralidade de ideias e a outra o livre debate e a circulação de informações. Neste tipo de governo a mídia cumpre a função de ampliar o leque de subsídios dos indivíduos a respeito dos temas de interesse público. Talvez tais características expliquem por que o número de estudos sobre a relação entre a esfera política e midiática tem se intensificado, já que os meios de comunicação ocupam cada vez mais um espaço de destaque na sociedade. Por isso, analisar como determinados assuntos aparecem na mídia se justifica pela importância que ela possui a partir do processo de agendamento dos temas que serão debatidos na sociedade, principalmente quando se trata de estudar as notícias sobre uma instituição legislativa estadual. (HABERMAS, 2006; MIGUEL, 2002; ARRUGUETE, 2005).

Os meios de comunicação de massa parecem desempenhar um papel ambíguo, pois ao mesmo tempo em que contribuem para a descrença da política ao noticiar escândalos e crises, preferindo enquadramentos que destacam a luta pelo poder e o autointeresse das lideranças políticas, acabam exercendo um importante papel na democracia, pois a reverência às hierarquias da política institucional e sua lealdade às regras oficialmente estabelecidas, contribuem para manter a importância de uma dada configuração da política. Segundo Miguel e Biroli (2010, p.2): “Em outras palavras, as denúncias parecem acomodar-se perfeitamente à naturalização de um modo de existência da política que está na base da manutenção e

reprodução das práticas que a mídia, então, denuncia como desvios circunstanciais.” Isso se aplica a este trabalho mostrando como mesmo em relevância para a existência da mídia como denunciante ou no caso de notícias com enquadramento episódico e valências negativas, as mesmas são de grande a espetacularização atual dos acontecimentos políticos que só se tornam públicos muitas vezes devido aos escândalos noticiosos.

Manin (1995) diz que para que os governados possam se informar sobre os assuntos políticos eles precisam ter acesso às informações políticas. Isto significa, que os governos, assim como os diferentes poderes que fazem parte de um governo precisam tornar públicas suas atividades, por exemplo, por meio dos releases (textos institucionais enviados à imprensa) divulgados pela Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e pelas assessorias de comunicação dos seus parlamentares.

Por outro lado, mesmo que a mídia transmita mais notícias negativas sobre a política, ela ainda acaba contribuindo para a configuração da política institucional. Os cargos e práticas ao se tornarem públicos pelos meios de comunicação de massa têm sua importância ampliada pela visibilidade a eles atribuída. Os atores noticiados se tornam a expressão individualizada das formas de concentração de poder que organizam o campo político, e a mídia acaba se consolidando, tornando-se imprescindível nessa relação com a política, afinal se não fosse ela para narrar aos cidadãos as irregularidades como a população iria tomar conhecimento desses fatos?

Como afirma Martino (2011), grande parte dos estudos sobre a relação entre os meios de comunicação de massa e a política se concentram no impacto destes meios sobre as campanhas e os resultados eleitorais. Os primeiros estudos de Laswell (1957) buscavam sublinhar o poder de persuasão da mídia; posteriormente McCombs e Shaw (1972) elaboravam hipótese a respeito da definição de uma agenda política. Nas últimas décadas há um maior deslocamento de foco, passando desde o estudo das campanhas eleitorais e das pesquisas de opinião, além de estudos para reconhecer as relações entre entretenimento e política, como os de Panke (2010). Mas a influência da mídia ultrapassa o período eleitoral, estando presente e influenciando os discursos parlamentares, impactando na agenda legislativa ao agendar temas, além da visibilidade midiática ser importante no capital político e impactar na compreensão que os cidadãos comuns têm da política e dos

atores. Assim, segue-se o estudo abordando mais sobre as teorias da comunicação que falam do jornalismo e dos jornais impressos.

Innerarity (2002, p. 147) diz que os meios de comunicação “são [...] os atuais distribuidores das relações de visibilidade” e “a política é uma regulação das relações de visibilidades.” Partindo da ideia de Weber (2004), de que todos os agentes políticos têm um objetivo em comum, ou seja, a cobiça da aprovação pública, fator que estabelece a dependência de outras formas de visibilidade e não somente as específicas do campo político, pode-se dizer que a mídia é uma das formas, embora não a única, a gerar visibilidade. Em contrapartida, Bachelard (2004, p.2) questiona a importância do jornalismo, já que para ele o jornalismo tem estado conosco de uma forma ou de outra, desde as pessoas reconheceram a necessidade de compartilhar informações uns com os outros. Este trabalho procura balancear a importância e a atuação da mídia e do jornalismo e a contribuição de ambos para a democracia, por isso, considera-se importante ressaltar que a imprensa e os jornais integram o campo econômico, ou seja, são voltados para a obtenção de lucro, a satisfação dos clientes e a obtenção do máximo de anunciantes para aumentarem a audiência. Mas, como afirma Cornu (1998), a imprensa não pode ter como marco regulatório as leis de mercado, pois a informação e o conhecimento não são mercadorias comuns, são bens estratégicos capazes de influenciar ou mesmo determinar a capacidade de indivíduos e instituições para reproduzir as condições necessárias de inclusão e participação no mercado, no Estado e na sociedade.

Gomes (2007) lembra que o reconhecimento e a distinção de um veículo estão na quantidade e qualidade de materiais exclusivos produzidos, porque gera audiência, assinantes e prestígio interno no campo. As empresas brasileiras sustentam-se basicamente da propaganda governamental e dos grandes anunciantes privados, e geralmente as empresas menores dependem mais da propaganda estatal do que as empresas maiores. Neste estudo acredita-se que esse fator influencie diretamente na qualidade das notícias produzidas pelos jornais analisados, já que geralmente quando o governo contribui com a empresa de comunicação através da publicidade oficial, frequentemente ele cobra boa vontade editorial, entretanto, quanto mais fraca for a sociedade civil organizada, há maior possibilidade do sistema político atuar como parasita do sistema político. Em seguida, este trabalho tratará da relação entre o jornalismo e a política.

Este trabalho fundamenta-se na ideia de que a comunicação e o jornalismo possuam como um de seus principais papéis o de funcionarem como instrumento educador e pró-democrático, assim é fundamental debater formas comunicacionais que promovam o efetivo funcionamento da democracia, dado o papel central que a comunicação e os media têm tido nas sociedades atuais. O debate fica ainda mais abrangente quando levado em conta o conceito de democracia deliberativa, que coloca a comunicação como crucial a todo processo democrático, desde o estabelecimento de debates até a legitimação da ação política. Isto aplica a esta pesquisa ao perceber que a população ao receber as informações pode agir de alguma forma, seja direcionando seu voto ou por meio da ação coletiva.

Chaia (2004, p.7) acredita que existe uma relação de complementaridade entre a esfera política e um sistema de mídia, embora existam tensões, “em determinado momento, a imprensa pode estar desqualificando, dificultando ou controlando o trabalho dos parlamentares, enquanto esses podem estar reclamando que a imprensa não abre espaços de debate ou de informação para suas propostas”. Por exemplo, o conhecimento, que na sociedade contemporânea, é baseado na recepção das formas simbólicas emitidas pela mídia que, além de exercer esta função comunicativa, também interfere no relacionamento humano. E, os processos de transformação tecnológica e comunicacional por que passa a sociedade contemporânea mostram que novas formas de ação e de interação são criadas constantemente, afetando inclusive a vida no espaço público. Dessa forma, a imagem negativa ou positiva dos políticos pode ser gerada pela imprensa. Outro aspecto importante da sociedade contemporânea é o fato dos sujeitos estarem constantemente em contato com representações do mundo social e físico de forma mediada e não somente presenciarem a realidade que vivenciam. Muitas vezes o que os indivíduos percebem são representações da realidade e não a própria realidade, e ao apresentarem tais representações da realidade, os jornalistas criam imagens e estereótipos em relação a um grupo que são compartilhadas com seus leitores, que vão a partir delas e baseadas em suas experiências cotidianas formar opiniões e visões políticas (CHAIA, 2004; HANSEN, 2007).

Segundo Wolton (1995, p.37) a comunicação política envolve o espaço que interrelaciona os discursos contraditórios dos atores que possuem legitimidade para expressarem publicamente sobre política, no caso os políticos, os jornalistas, e a

“opinião pública” através de pesquisas. Os políticos se legitimam pelas eleições, os jornalistas pelas informações que veiculam através dos meios de comunicação e as sondagens que representam a “opinião pública” se legitimam pelo uso de métodos científicos e pela técnica utilizada na coleta das informações. Segundo Miguel (2002), a relação de interferência entre a mídia e a esfera política é uma questão interessante a ser debatida, por causa do poder de influência que uma exerce sobre a outra. De um lado, a mídia conta com recursos para interferir nos acontecimentos políticos em contrapartida, os próprios atores muitas vezes conseguem influenciar o que é publicado sobre ele.

A disputa entre os políticos e os meios de informação expressa a rivalidade para tentar impor uma determinada agenda. Na avaliação de Swanson (citado por Chaia, 2004, p.8), “todas as democracias foram afetadas no centro de sua vida governativa e política, pela ascensão dos meios de comunicação de massa, dos especialistas em comunicação e pesquisas de estratégias sofisticadas de comunicação.”

Tratando da influência dos meios de comunicação na política, é válido ressaltar que a política é uma luta simbólica, na qual cada ator busca triunfar sua visão de mundo impondo-a como verdade ao maior número possível de sujeitos (CHAMPAGNE, 1998). Assim, a mídia e sua forma de expressar e representar a realidade pode influenciar os receptores das informações.

Para Bernard Manin (1995), a imagem fabricada é uma característica do período da Democracia de Público, que tem emergido desde a década de 1970 - Manin afirma que o que se vive atualmente é uma terceira forma do Governo Representativo, sendo a primeira a Democracia Parlamentar, a segunda a Democracia de Partido e o atual que denomina a Democracia do Público - no qual o processo eleitoral e de conquista do voto atualmente acontece por meio da construção imagética da personalidade dos líderes. Há dessa forma uma profissionalização técnica da política. “Os políticos chegam ao poder por causa de suas aptidões e de sua experiência no uso dos meios de comunicação de massa, não porque estejam próximos ou assemelham-se a seus eleitores” (MANIN, 1995, p.5). Isso significa que há uma nova instituição formada pelos meios de comunicação, que atuam como mediadores da política e seus atores. Assim, os

políticos e conseqüentemente atores políticos mais adaptados a esta instituição formam uma nova elite política.

Enfim, o tipo de governo que Manin (1995) chama de Democracia de Público é caracterizado pelo notável papel que os meios de comunicação apresentam na relação da esfera política. Deste modo, a presença da mídia, além de aproximar os atores políticos do público, neste tipo de democracia é de grande importância que os políticos tenham habilidades para se relacionarem bem com a mídia (reino do comunicador) e leva à emergência de um eleitor “flutuante”. Este último é caracterizado pela volatilidade de suas escolhas, assim com a influência da mídia as eleições são influenciadas pelo próprio contexto eleitoral. A personalidade dos candidatos e a capacidade deles de se expressarem na mídia fazem com que os eleitores votem de modos diferentes a cada eleição. Há uma “identificação” do eleitor com determinado candidato o que faz com que o mesmo ganhe seu voto, o que reduz a identificação de legenda e o voto partidário. Atualmente os partidos continuam a exercer um papel essencial, mas tendem a se tornar instrumentos a serviço de um líder e os canais de comunicação política passam a interferir e influenciar a relação entre representantes e representados. A identificação com a personalidade do candidato retoma de certa forma o antigo face a face da primeira forma do governo representativo – Parlamentar. Os candidatos vitoriosos são comunicadores e sabem se expressar por meio da mídia.

Miguel (2002) diz que “a mídia é um fator central da vida política contemporânea e que não é possível mudar esse fato”. No entanto, o mesmo retoma a ideia de Manin (1995) das características da Democracia de Público que impede a existência dos antigos “grandes líderes”, atores sociais e políticos ativos e cujo público conhecia devido à convivência próxima seus atributos e defeitos. Mas, com a criação dos meios de comunicação de massa o acesso aos agentes políticos e seus discursos é ampliado, ficando mais exposto ao grande público, no entanto, essa imagem é criada pela própria mídia. Para produzir tal imagem são usados diversos artifícios, gerando uma “espiral do cinismo”, onde a imprensa lê cinicamente a disputa política e os políticos se adaptam ao comportamento esperado, numa cadeia de alimentação mútua. Miguel (2002) lembra que há estudos que atribuem aos meios de comunicação o papel de deflagrador da “espiral do cinismo”⁴, termo que

⁴ Capella e Jamieson, *Spiral of cynicism*, p.9-10

mostra a atuação da mídia de forma que esta interpretaria cnicamente a disputa política, logo os políticos se adaptariam ao comportamento deles esperados numa cadeia de alimentação mútua. “Sem dúvida, é legítimo deplorar a cobertura predominante sobre a arena política, que se reduz às estratégias de disputa pelo poder e nega espaço ao debate sobre os projetos de sociedade” (MIGUEL, 2002, p.159), entretanto o autor destaca que ao aceitar uma cidadania esclarecida, deve existir a desconfiança em relação aos apelos do “bem público” e uma visão mais crítica sobre os interesses dos agentes políticos.

Miguel (2000) também ressalta que a presença dos meios de comunicação tem reconfigurado a esfera pública e alterado o acesso dos cidadãos aos campos de poder, pois se não existissem os meios de comunicação, os cidadãos provavelmente iriam receber uma quantidade menor de informações sobre a elite política e as decisões tomadas nesta esfera. No caso deste estudo, é importante que os cidadãos saibam sobre as ações dos parlamentares, suas decisões e os acontecimentos no poder legislativo estadual como parte da consolidação do processo democrático. Mas não deve ser qualquer tipo de informação publicada pelos veículos ou disponibilizada pela instituição e por seus parlamentares para contribuir com a democracia, é necessário que as informações tenham qualidade para contribuírem de forma significativa para a formação da opinião pública.

Retomando a ideia de Gomes (2007, p.60), outra característica da comunicação e do jornalismo atual é a noção de que a comunicação deixou de ser um meio para se transformar em um ambiente muito importante para a política contemporânea. A política pode ser vista como um dos meios de que se servem os agentes institucionais da comunicação de massa para a obtenção de poder, e a informação midiática atual pode construir ou destruir honras, reputações, imagens e líderes. Entretanto, é importante para que o jornalismo exerça seu papel na democracia que os veículos permitam aos seus profissionais terem liberdade para escolha do que será publicado, sem censura ou tendência a agrandar algum grupo, partido, ou ator político. Por isso, o jornalismo dependente da política, ou como “epifenômeno” ocorre em sociedades onde o jornalismo como campo foi impedido de se formar, seja porque não se estabeleceram empresas de informação ou porque a própria esfera política impediu. O autor ressalta que no Brasil apenas a grande imprensa consegue funcionar como um campo social, enquanto o jornalismo das

pequenas cidades dificilmente consegue constituir um campo próprio e, quando esse campo não é estabelecido, sendo assim, o trabalho do jornalista deixa de se orientar por princípios e valores do jornalismo, “e os interesses jornalísticos não sobrevivem em contraste com os interesses do patrão, do anunciante ou do grupo político dominante” (GOMES, 2007, p.63). Neste trabalho verifica-se que os veículos das maiores cidades conseguem ser mais independentes e imparciais, por exemplo, publicando uma série de reportagens que denuncia o desvio de verbas públicas, como a série de pautas intitulada “Diários Secretos”, do jornal Gazeta do Povo, da capital paranaense, em que os jornalistas apresentam uma série de edições do Diário Oficial do poder Legislativo Estadual que foram ocultadas por terem a contratação de funcionários fantasmas e apresentarem indícios de corrupção.

Berger e Luckman (1985) são autores que tratam da construção social da realidade, segundo eles uma das formas das pessoas elaborarem suas opiniões a respeito da realidade é por meio das informações que recebem da mídia; mesmo que o trabalho destes estudiosos sobre este assunto não tenha sido pensado especificamente para o jornalismo, este estudo adapta o conceito para uma análise da formação da realidade a partir do conteúdo dos jornais. Para estes teóricos a realidade é entendida como uma qualidade que pertence aos fenômenos que estão além da vontade pessoal e o conhecimento, diz respeito à certeza da existência real dos fenômenos e de suas características específicas. Por isso, a sociologia do conhecimento considera que há diferenças nítidas e perceptíveis entre o que é considerado conhecimento em uma sociedade ou em outra, por meio do estudo dos processos através dos quais o conceito passa a ser socialmente estabelecido como realidade, ou seja, o senso comum ⁵.

O senso comum para Berger e Luckman (1985) é a noção que as pessoas têm de que a realidade é construída de uma forma que parece que os valores do mundo são naturalmente constituídos daquela forma, como se sempre tivessem sido daquele jeito, e não esclarecendo que a realidade é algo construído socialmente. A socialização⁶ e a formação dos conteúdos de uma sociedade estão determinados

⁵ Para Berger e Luckmann (1985) o senso comum é dotado de inúmeras interpretações que são consideradas pré-científicas e quase-científicas sobre a realidade cotidiana.

⁶ O termo socialização é entendido como “ampla e consistente introdução de um indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade ou de um setor dela”. (BERGER e LUCKMANN, 1985).

pela distribuição social do conhecimento, e o meio mais importante para a conservação da realidade e a transmissão do conhecimento é a conversa oral.

Um dos aspectos que torna possível a relação da sociologia do conhecimento, construção social da realidade, e a interferência dos meios de comunicação na interação social está na suposta busca pela neutralidade da mídia, ao relatar os acontecimentos cotidianos baseada nos critérios de noticiabilidade. Todavia, acredita-se na impossibilidade da descrição fiel da realidade cotidiana já que a realidade social da vida cotidiana é apreendida num contínuo de tipificações que se tornam anônimas na medida em que se distanciam da conversa face a face. (BERGER; LUCKMANN, 1985). Isto demonstra que a vida cotidiana nada mais é do que uma realidade interpretada pelas pessoas e dotada de sentido, onde a maior experiência de troca de informações está na comunicação. Estudiosos como Berger e Luckmann (1985) acreditam que a conversa é o meio mais importante de conservação da realidade, os meios de comunicação podem ser tratados como auxiliares na construção social da realidade, já que é através deles que são narradas histórias sobre o cotidiano e eles também agendam assuntos que as pessoas podem discutir.

2.3 MÍDIA REGIONAL E LOCAL

A mídia local é fundamental na produção de informações de proximidade, já que as pessoas têm interesse naquilo que as atinge diretamente, por isso, procuram saber o que está acontecendo em seu bairro, cidade e estado. Segundo Peruzzo (2006), a mídia local é tão antiga quanto os meios de comunicação de massa, sendo que historicamente ao ser criado, o jornal, o rádio ou mesmo a televisão têm apenas abrangência local ou regional; posteriormente, alguns desenvolvem seu caráter nacional ou internacional, já outros permanecem locais. A mídia local é perpassada por distorções motivadas pela forma com que as relações de produção da notícia se processam, mas mesmo assim, cumprem uma função social fundamental (PERUZZO, 2006, p.2). Por volta da década de 1990, a mídia regional passa a chamar a atenção pelo interesse demonstrado pelos segmentos de públicos locais e regionais e segundo Peruzzo (2006) passando a difundir conteúdos antes restritos aos meios de comunicação comunitários engajados nas lutas sociais, por isso,

várias indagações e estudos sobre o tema vêm despertando o interesse dos estudiosos, e no caso deste estudo, para perceber e comparar as diferentes abordagens dos jornais das diferentes regiões de um mesmo estado. Surgem indagações como: O que é local? Quais as diferenças entre local e regional? Ou mesmo, quais as fronteiras entre comunitário, local e regional? Isso levanta três aspectos importantes a serem debatidos, o primeiro é em relação às fronteiras e à quebra das mesmas. Considera-se a dificuldade em definir uma fronteira precisa entre local e regional. O segundo aspecto é a questão do território, já que embora o território geográfico seja de grande importância, há um novo tipo de território que pode ser cultural, idiomático ou de circulação de informações. E finalmente o terceiro aspecto que é a relação global-local, ou seja, a globalização acaba influenciando a revalorização do local, ao invés de sufocá-lo.

A mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença, de identidade de uma dada localidade ou região. (...) Não existe uniformidade no tipo de relação dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção (mais ou menos) comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo. (PERUZZO, 2005, p.5).

Assim, para Peruzzo, a influência política existente em cada veículo regional é distinta, como pôde se observar neste estudo que também utiliza o conceito de proximidade utilizado pela mídia regional ou local frutos das singularidades de uma determinada região e muito ligada à questão territorial, por isso a imprensa regional trabalha com informações de proximidade. Entretanto, da mesma forma que o meio de comunicação local tem a possibilidade de apresentar de forma mais completa a vida da localidade em que se insere, pode produzir informações distorcidas, fruto dos vínculos com interesses políticos e econômicos. Mas está num contexto mais vantajoso com seu leitor, graças à proximidade. Peruzzo (2005, p.7) ressalta que o jornalismo local tem revelado algumas características, como o tratamento tendencioso da informação ou mesmo a omissão de fatos, devido às ligações políticas com os detentores do poder local.

Outro aspecto característico de muitos jornais regionais citados por Peruzzo (2005) e por Martino (2011) são a falta de ampla cobertura e da apuração dos fatos e o uso excessivo por parte dos veículos de comunicação dos press releases, ou seja, das informações produzidas pelas assessorias de imprensa dos parlamentares

ou pelas agências de notícias institucionais. Isso acaba “ajudando” as redações destes veículos que muitas vezes têm uma estrutura de produção pequena com poucos profissionais ou até mesmo com profissionais despreparados jornalisticamente. Para Meyer (2002, p.58) isso demonstra um dos aspectos da “colonização” da política pela mídia, o que exige que os parlamentos melhorem suas agências de comunicação, assessorias de imprensa e relações políticas preparando consultores de notícias tão eficientes quanto os jornalistas das redações. Mas, este autor afirma que tal “colonização” está intrínseco na democracia moderna, sendo assim, os meios de comunicação fundamentais para a democracia por promoverem o debate, pois é através dos meios de comunicação que as pessoas tomam conhecimento das decisões políticas.

Mas há a crítica de que o trunfo da indústria midiática e a massificação da cultura tenha gerado a substituição da antiga esfera pública cunhada por Habermas (1984) em consumidores passivos de uma imprensa que é instrumento de interesses particulares de determinados grupos. Correia (2005, p. 1) sugere como alternativa e como forma de reação a este fenômeno os projetos regionalizadores, e as diferentes formas de valorização do poder local e regional, buscando chamar a atenção dos cidadãos, por exemplo, através da mídia regional. É como se as pessoas estivessem sendo resistentes às imposições de um mundo global, mas distante, sendo que o que desperta interesse é o que está próximo daquilo que realmente conhecem.

Assim, à luz da noção de proximidade, muitos têm sido os percursos de investigação que admitiram a como provável a hipótese de uma imprensa regional dotada de possibilidades para se constituir como um dos pilares para a criação de um espaço público alternativo, na medida em que a proximidade entre a decisão política, o espaço midiático e a vida quotidiana contribua para anular alguns dos efeitos indesejáveis da massificação dos media. (CORREIA, 2005, p. 3-4).

Correia (2005) vê como positivo a relação de proximidade da imprensa regional com seu público e sugere até mesmo a criação de um espaço público alternativo e como uma possibilidade de barrar a massificação da mídia. Em contrapartida, autores como José Ricardo Carvalheiro (citado por CORREIA, 2005, p. 5), faz uma forte crítica em relação ao fato dos jornalistas dos veículos regionais estarem submetidos a pessoas que diretamente ou indiretamente se relacionam com

o poder político, e a fragilidade das empresas jornalísticas, além das fragilidades das redações.

Cervi (2009) afirma que os meios de comunicação locais e regionais são importantes porque interferem no debate sobre os temas políticos em pequenas comunidades, “com o agravante de que eles costumam ter mais credibilidade do que as grandes mídias externas ao grupo social” (CERVI, 2009, p.8). Assim, as notícias dos jornais regionais analisados, por exemplo, do Jornal da Manhã, da cidade de Ponta Grossa, tem mais importância para o eleitor daquele município do que um jornal de circulação nacional que não fale dos candidatos daquela região. Miguel e Biroli (2011, p. 79) explicam que no Brasil a mídia local engloba “dezenas de milhares de pequenas publicações e emissoras, quase sempre desprezadas pela pesquisa acadêmica (por razões práticas, mais do que compreensíveis)”, além disso, embora este estudo não seja um estudo de recepção, mesmo que se argumente que os veículos locais atinjam um público reduzido, se levarmos em consideração a quantidade deles percebe-se que em conjunto tem uma penetração significativa. Como os veículos locais e regionais são menos visíveis e normalmente existe pouca concorrência com outros veículos. Miguel e Biroli (2011, p. 80) afirmam que os mesmos têm mais liberdade de agir em períodos eleitorais, “apoiando candidatos de forma mais ostensiva e respeitando menos do que a grande imprensa os rituais da objetividade jornalística.”

É importante considerar também a formação de um tema em notícia nos veículos de comunicação, seja ele regional ou não. Como afirmam Barros e Cancian (2010, p.16), uma das principais etapas da notícia é justamente em sua produção, quando os jornalistas decidem quais temas ganharam visibilidade nas páginas dos jornais. Sendo que, segundo as autoras, alguns critérios são: a possibilidade de cobertura continuada dos acontecimentos envolvidos, a incidência no debate público e os que envolvem assuntos de interesse ao leitor graças à proximidade regional; são os chamados valores-notícia (TRAQUINA, 2005), que são os valores que influenciam a produção do jornalismo, são conceitos que classificam se um assunto deve ser transformado em notícia ou não. É a partir destes valores que são selecionados os acontecimentos a serem tratados pelos meios de comunicação, esses valores são comuns e característicos da cultura profissional dos jornalistas.

Traquina destaca que vários estudos mostram que as notícias têm um padrão geral e previsível.

A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, a existência de valores-notícia, que os membros da tribo jornalística partilham. Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. (TRAQUINA, 2005, p.63).

A partir do conceito de valor notícia é possível identificar fatores que levam um veículo de comunicação a pautar ou deixar de tratar de um acontecimento. Blanco (2000) enfatiza que o tipo de informação que os cidadãos vão receber depende das instituições que definem os problemas coletivos, pois a agenda da mídia é formada por uma série de fatores que serão tratados a seguir (SHOEMAKER e VOS, 2009; MCCOMBS, 2009).

Enfim, este trabalho pretende responder de que forma a mídia regional pode contribuir para o debate público, já que ela está mais próxima das pessoas e dos atores políticos daquela região. Pretende-se verificar a seguir de que forma a mídia impressa regional aborda os parlamentares do legislativo estadual e como isso contribui para o debate público.

Este capítulo tratou da relação entre a democracia e a mídia, da importância dos meios de comunicação no debate público, do jornalismo político atual e da mídia local e regional e de sua relação com a política.

3 MODELOS EXPLICATIVOS DOS EFEITOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Este capítulo explica por meio das Teorias da Comunicação, de que forma os veículos de comunicação conseguem agendar os temas que serão debatidos pela sociedade – na hipótese do agendamento -, e em seguida de que forma os produtores das notícias separam e enquadram – enquadramento ou *framing* - os temas que consideram mais relevantes para divulgarem e destacarem nas notícias. Há ainda a teoria do *gatekeeping* que é o processo de seleção e transformação dos pedaços de informação em notícias.

3.1 INFORMAÇÃO E AGENDAMENTO

Não é recente a discussão sobre o papel dos meios de comunicação na sociedade. Como afirma Miguel (2002), este impasse é discutido teoricamente desde o século XX, nas Teorias da Comunicação. Desde aquela época diversas pesquisas e debates tentam dar conta deste fenômeno, buscando identificar efeitos sociais, políticos, culturais e econômicos dos meios de comunicação na sociedade.

Cohen (1963) explica que a imprensa geralmente não consegue dizer às pessoas como pensar, no entanto, consegue agendar, isto é, dizer aos indivíduos receptores das informações sobre o que pensar, assim o mundo torna-se diferente para os leitores baseado no mapa que é cunhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que o indivíduo lê ou mesmo as pessoas que ele convive. Além de influenciar os eleitores acaba influenciando os próprios candidatos que passam a tratar de temas – incluírem em suas agendas - que antes de serem abordados pela mídia não eram suas preocupações, mas após serem mencionados pela mídia ou por seus concorrentes passam a ser (TRAQUINA, 1995; HOHLFELDT, 1997).

Os estudos do agendamento desenvolveram-se primeiramente nos Estados Unidos da América (EUA), em uma perspectiva que pertence ao paradigma funcionalista, ou seja, estudos preocupados com a função da mídia, a função dos meios e os efeitos causados pela audiência. Em seguida, no início dos anos 40, Paul Lazarsfeld apresenta teorias que os meios de comunicação são limitados, argumentando que os líderes de opinião são os principais influenciadores na formação da opinião pública.

O pressuposto fundamental da hipótese do agendamento para Colling (2001) é a ideia de que a compreensão que as pessoas possuem da realidade é fornecida pela mídia que sua comunidade acompanha. É a noção de que os temas entram na esfera pública através da mediação, entretanto acontecem diversos fatos todos os dias, alguns são escolhidos pelos pauteiros, editores e repórteres baseados nos critérios de noticiabilidade e de profissionalismo para tornarem-se notícia. Ao mesmo tempo, outros acontecimentos não são reportados pela mídia - e esta é a base da teoria do *gatekeeping* que será abordada mais adiante. Os jornalistas, ao publicarem as notícias, estão agendando e tematizando assuntos sobre os quais os cidadãos podem discutir e formar opinião. Foi baseado nesse raciocínio que Maxwell McCombs e Donald Shaw elaboram a teoria da hipótese do *Agenda-Setting* em 1972. Segundo essa hipótese, os meios de comunicação podem influenciar as pessoas não só sobre o que pensar, mas também como pensar. As ideias estão explicadas na obra "*The agenda-setting function of mass media*" (1972) que trata sobre o que os receptores aprendem sobre o assunto publicado, quanta importância devem dar ao tema, e o posicionamento em relação à notícia. Segundo McCombs e Shaw (1972) é importante analisar o conteúdo veiculado pelos meios de comunicação já que na grande maioria das vezes as mensagens transmitidas na mídia são as únicas informações disponíveis aos indivíduos a respeito de certos temas. Para verificar o poder do agendamento midiático, McCombs e Shaw (1972, p.177) estudaram a campanha presidencial de 1968, na comunidade de Chapel Hill, nos Estados Unidos. Baseado na análise feita, eles afirmam que os meios de comunicação conseguem agendar a campanha eleitoral ao influenciar no destaque de atitudes direcionadas aos assuntos políticos. McCombs e Shaw obtiveram uma alta correlação entre os assuntos classificados como importantes para a audiência e aqueles que eram veiculados nos meios de comunicação da comunidade, sendo que o mesmo aconteceu para os temas classificados como de menor importância. Enfim, o resultado do estudo mostrou que existe uma relação muito forte entre o destaque dado aos diversos assuntos eleitorais na mídia e a saliência e importância das opiniões dos cidadãos sobre os mesmos temas (MCCOMBS; SHAW, 1972).

A hipótese do agendamento midiático diz que o impacto dos meios de comunicação sobre os receptores é direto, mas não imediato e que seus efeitos são a longo prazo. A pesquisa sobre as notícias da Assembleia Legislativa não tem

como objetivo testar a hipótese do agendamento no público já que não é um estudo de recepção, mas sim assumir as premissas dessa hipótese que já foram testadas por outros pesquisadores.

Segundo Wolf (2006), a hipótese do *agenda-setting* ocupa um lugar de destaque nos estudos dos efeitos cumulativos (centrados no processo de significação), sendo para Wolf tais estudos sobre os meios de comunicação e a construção da realidade mudaram o paradigma existente de que os efeitos da mídia eram a curto prazo. Os estudos sobre a mídia passam a usar metodologias mais elaboradas e complexas. Na opinião de Wolf (2006), essa hipótese não afirma que a mídia pretende persuadir, mas descreve a realidade exterior apresentando uma lista daquilo que é preciso discutir ou formar uma opinião, por isso, tem grande capacidade de indicar para a audiência sobre quais temas eles devem pensar alguma coisa. (WOLF, 2006).

Outro tema abordado por McCombs (1997) diz respeito à construção do consenso nas sociedades modernas, explicado no texto "*Building Consensus*", pois para o teórico a realização do consenso entre os membros de um público é fundamental na hipótese do *agenda-setting*. Em seu ponto de vista, o consenso é o formado por meio do qual uma comunidade se organiza para definir seus interesses, e a mídia insere-se neste contexto contribuindo para a criação de um consenso, por exemplo, através do agendamento de temas. McCombs (1997) afirma que existem quatro visões sobre o papel de agendamento para o desenvolvimento da comunidade, a primeira é a imparcialidade profissional dos jornalistas, porque ele acredita que os meios de comunicação são janelas para o mundo já que as mensagens transmitidas pelos *media* têm efeitos na comunidade onde estão inseridas. Neste trabalho, acredita-se que a imparcialidade dos jornais impressos analisados, ou seja, a não demonstração de apoio político ou preferências políticas deve contribuir para que o cidadão tenha acesso às informações mais isentas e credíveis.

A segunda visão é o que o autor chama de "alvo de engajamento", isto significa que os jornalistas tentam mover as reportagens investigativas e as campanhas editoriais para os assuntos públicos e também para a agenda do governo. Esta segunda visão sobre o agendamento é aquela que mais se encaixa nessa pesquisa, porque se refere ao direcionamento da mídia para as notícias sobre

a instituição Assembleia Legislativa, mas se acredita que as quatro visões do autor sobre o jornalismo são importantes para este trabalho e para o trabalho jornalístico como um todo. Na terceira visão, McCombs diz que pode acontecer de as notícias se fortalecerem, mas dificilmente escapam do agendamento midiático e por isso, mesmo sendo informações de grande relevância e peso, há empresas que deixam de publicá-las para evitarem fazer parte do *agenda-setting*. (MCCOMBS, 1997).

Nesta pesquisa verificou-se que muitas vezes o jornal O Diário do Norte do Paraná, de Maringá, deixou de publicar notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares, sendo importante enfatizar que dos jornais estudados este foi o único que não possuía uma editoria de política. A quarta visão cunhada por McCombs é chamada de ponto de transição. O teórico considera as três primeiras visões citadas como conservadoras, mas atualmente estas visões estão se complementando pelo agendamento empreendedor, isso significa que os jornalistas estão alterando suas visões profissionais para um continuísmo, por isso o nome “ponto de transição”. McCombs (1997) cita algumas pesquisas realizadas utilizando o agendamento da mídia e afirma que há uma evidência positiva sobre a influência dos meios de comunicação noticiosos sobre o tema da agenda pública.

Inicialmente, os estudos sobre o agendamento de MCCOMBS (2009) eram realizados em campanhas eleitorais, mas posteriormente passou a estudar outras temáticas. Os resultados iniciais obtidos mostravam que havia uma correlação entre os temas que as pessoas consideravam importantes com aqueles tratados pelos meios de comunicação, sendo que esta relação acontece porque as informações circulam nas relações interpessoais das pessoas – família, amigos, trabalho, igreja- espaços de relacionamento que as pessoas comentam sobre a cobertura da mídia (MCCOMBS e SHAW, 1972). É relevante destacar que dentro da própria mídia há a “disputa” de temas distintos para ocupar as agendas do espaço midiático e da atenção das pessoas, e além disso, existe pouco espaço para os temas e eles se mantêm por pouco tempo em debate.

Os estudos sobre o agendamento ganham mais evidência e adeptos devido à influência dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea, pois é cada vez mais difícil que um grande número de pessoas fique sabendo de acontecimentos apenas através da comunicação interpessoal. E no caso dos atores

políticos e das celebridades, para que estes sejam conhecidos pela sociedade é inevitável que estejam presentes nos meios de comunicação.

Como explica Arrueguete (2005), inicialmente os meios de comunicação eram vistos como mediadores entre a esfera política e a sociedade civil, assim os fatos que não estavam ao alcance das pessoas seriam apresentados a elas por meio da mídia. Nesta época, acreditava-se que a mídia tinha o poder de determinar a imagem que as pessoas tinham a respeito dos temas que ela abordava. Posteriormente, Berguer e Luckman (1985) difundiram a noção de que a partir do discurso de alguém, o “ouvinte”, “leitor” ou receptor percebia a informação como a realidade.

A função do agendamento acaba sendo utilizada nos estudos da cobertura jornalística e não só nos estudos de recepção, já que segundo esta teoria, o tipo de cobertura influencia o debate público, o que justifica estudar e analisar o tratamento dado pelos jornalistas que são os produtores das notícias a respeito dos temas. Como o objetivo deste estudo é analisar e identificar de que forma a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares aparecem nos jornais regionais do estado, tendo como base que a forma com que a imprensa aborda determinados assuntos – escolha do tema que será noticiado, visibilidade ou presença na primeira página, sendo destaque ou não nas principais páginas dos jornais, pelo enquadramento dado - tem implicações na formação da opinião dos indivíduos.

Para Miguel (2002), o pressuposto básico do agendamento é que a mídia ao selecionar alguns assuntos e ignorar outros define quais são os temas, acontecimentos e atores relevantes para a notícia. Então, ao dar ênfase a determinados assuntos estabelece uma escala de proeminência entre seus objetos; e ao adotar enquadramentos positivos ou negativos sobre temas, atores e fatos acaba por edificar atributos; e finalmente, há uma relação direta e causal entre as proeminências dos tópicos da mídia e da percepção pública de quais são os temas relevantes naquele período.

Por exemplo, em uma campanha eleitoral, os eleitores recebem dos meios de comunicação grande parte das informações, no entanto, nem todos os eleitores querem ou têm capacidade de interpretar as notícias que recebem, ou de conhecer todos os pontos de vista, assim, tomam maior ciência daquelas informações

repetidas mais vezes pelos meios de comunicação (BREGMAN, 1998; MCCOMBS e SHAW, 1972).

Os estudos do agendamento podem ser divididos entre aqueles que tratam da agenda do público, da agenda política e a construção da agenda. Esta pesquisa procura verificar como a imprensa trata a agenda do público, ou seja, como agenda os temas para a sociedade. Os estudos mais recentes têm concluído que além de oferecer o leque de assuntos que os cidadãos vão pensar e conversar, estabelecendo uma agenda interpessoal, “os meios de comunicação também teriam o poder de nos dizer como devemos pensar os temas existentes na mídia. Os pesquisadores têm explicado isso através do conceito de *framing* ou enquadramento.” (COLLING, 2001, p.94).

Como já comentado anteriormente, para Manin (1995), nos países de regimes democráticos a circulação de informações é de suma importância para que exista um debate sobre os temas, e os meios de comunicação agendam os temas de interesse público. Como as notícias sobre o poder Legislativo são um dos temas importantes para a sociedade, pois atinge diretamente seus interesses, e que a sociedade recebe a maior parte das informações por meio da mídia, é importante verificar de qual forma os veículos disponibilizam a informação para seus leitores, além de perceber se os meios de comunicação estão sendo eficazes ao fornecerem informações para o debate público. Após a teoria do agendamento temático, novas teorias sobre a comunicação foram criadas, estudando a agenda temática e a característica da produção jornalística, como a teoria do enquadramento, na qual este trabalho baseia-se e que será explicada a seguir.

3.2 O ENQUADRAMENTO E A TEORIA DA TEMATIZAÇÃO

A ampla corrente de estudos denominada análise de enquadramentos que tem suas origens atribuídas a Erving Goffman (1974) começou a ser utilizada no campo dos estudos da mídia na década de 80. Alguns dos trabalhos de destaque são os de Gamson e Modigliani (1989) e posteriormente o que Gamson produziu sozinho em 1992. Os estudos analisam material midiático a partir do conceito de *frame* – termo traduzido neste trabalho como enquadramento. Um pouco mais tarde, Entman (1993, 2004) também contribuiu para a consolidação desta área como um

vasto campo de pesquisas sobre debates de temas públicos que ganham expressão midiática (VALMIEIRO e MAIA, 2011, p.236).

Como já foi dito, atualmente as pessoas tomam conhecimento dos temas debatidos na sociedade principalmente por meio dos meios de comunicação, ou seja, pela mediação e não mais apenas pelo contato face a face. Entretanto, a diversidade de acontecimentos factuais todos os dias faz com que apenas alguns temas sejam escolhidos pelos pauteiros, editores e repórteres dos jornais, sejam eles impressos, no rádio, na televisão ou na internet. Para esta seleção os profissionais da comunicação levam em conta os critérios de noticiabilidade⁷ e de profissionalismo, e selecionam alguns fatos para se tornarem notícia. Ao mesmo tempo, outros acontecimentos deixam de ser reportados pela mídia. Desta forma os jornalistas ao publicarem as notícias estão agendando e tematizando assuntos sobre os quais os cidadãos podem discutir e formar opinião, e enquadrando segundo seus critérios do que é mais importante para o público.

A identificação do enquadramento de uma matéria ou reportagem consiste na busca da definição do problema apresentado, na verificação da existência ou não da personalização do problema, na identificação das causas do problema apresentado na reportagem, na identificação dos atores, na solução deste problema e a quem está sendo creditada tal solução, além da avaliação moral do problema. Nas notícias políticas o enquadramento agrega valor, sendo uma das maiores funções inseridas sobre o poder político, “pois o frame no texto informativo é a marca do poder” (Entman, 1993, p.5).

Segundo Scheufele e Twksbury (2007, p.9), Frank Lunts⁸ foi o primeiro a usar sistematicamente o conceito de enquadramento na análise de uma campanha, assim, com o surgimento do uso do enquadramento como uma ferramenta de comunicação para campanhas modernas, houve um ressurgimento da pesquisa acadêmica sobre os efeitos das campanhas cognitivas, tais como agendamento, muitos dos quais são pensados para ser relacionados ou pelo menos com base em premissas semelhantes nos estudos sobre os *mass medias*. Os autores dizem que

⁷ Critérios de noticiabilidade são um conjunto de requisitos que exige-se dos fatos para que os mesmos sejam considerados relevantes a ponto de serem noticiados. Caso o fato não contenha esses critérios ele não é considerado notícia. (WOLF, 2006).

⁸ “But Frank was the first professional pollster to systematically use the concept of framing as a campaign tool”. Scheufele e Twksbury (2007, p.9),

as pesquisas sobre comunicação do final da década de 1980 e 1990, descobriram os mais recentes estágios da pesquisa sobre os efeitos políticos. Scheufele e Twksbury (2007) explicam que modelos às vezes rotulados, como o *priming* e enquadramento foram baseadas na ideia de que a mídia tem fortes efeitos atitudinais, mas que esses efeitos também dependem muito da predisposição, esquema, e outras características do público que influenciam a forma como eles processavam as mensagens nos meios de comunicação.

A teoria do enquadramento não defende que a audiência recebe passivamente as mensagens, ela argumenta que os receptores tiram suas conclusões e significados a partir das informações que receberam. Mas quando um único enquadramento domina a notícia ou as notícias sobre o assunto, é bem possível que uma grande maioria de pessoas tenham o mesmo ponto de vista.

Uma das principais premissas da teoria do enquadramento é que um problema pode ser visto por várias perspectivas e ser interpretado a partir de diferentes valores e considerações. “O enquadramento refere-se ao processo pelo qual as pessoas desenvolvem uma conceituação particular de um problema ou reorientam seu pensamento sobre um assunto”⁹ (CHONG; DRUCKMAN, 2007, p.104).

Liedtke (2003) diz que o enquadramento fornece mapas cognitivos que permitem a interpretação da realidade, isto é, a ideia central de uma narrativa jornalística, que irá municiar os cidadãos de argumentos para interpretar os fatos políticos e formar opinião sobre estes. Além disso, o enquadramento pode ser entendido como um instrumento de análise de conteúdo das notícias, cujo objetivo é identificar na formatação das notícias elementos que guiam a opinião pública numa determinada interpretação dos fatos.

Acredita-se que através do enquadramento escolhido os meios de comunicação dão forma à estrutura de preferências nos marcos de referência para a interpretação de temas políticos, podendo considerar o enquadramento como um importante instrumento de poder. Do ponto de vista operacional o enquadramento envolve a seleção do que é narrado na busca de deixar a informação mais noticiável

⁹ Framing refers to the process by which people develop a particular conceptualization of na issue or reorient their thinking about an issue. (CHONG and DRUCKMAN, 2007, p.104) CHONG, D. DRUCKMAN, J.N.Framing Theory. Annu.Rev.Polit. Sci.2007. p.103-126.

e significativa para a audiência. Enfim, “o enquadramento determina se a maioria das pessoas percebe e como elas compreendem e se lembram de um problema, da mesma forma que determina a maneira que avaliam e escolhem a forma de agir sobre ele” (ENTMAN, 1993, p.52-54). Para este mesmo autor, enquadrar é selecionar aspectos da realidade percebida e deixá-lo mais saliente no texto.

McCombs (1997, p.37) diz que o enquadramento é a seleção de um número restrito de temas relatando seus atributos para a inclusão na agenda da mídia. Já Weaver (2007) ressalta que o enquadramento está amarrado com culturas tanto quanto a uma estrutura macro-social. Este teórico ressalta que focar as análises no enquadramento não significa anular ou excluir as análises de agendamento.

No entanto, esse tipo de análise sofreu diversas críticas desde os primeiros trabalhos de Goffman (1974), e a maioria delas refere-se à ausência de fundamentos teóricos-conceituais da própria noção de enquadramento. Isso gerou uma série de publicações no início dos anos 2000 de autores que buscam fundamentar a teoria. Mas, ao invés de cunharem uma única linha teórica ou uma forma específica de abordagem, eles buscaram estabelecer uma diferenciação clara de modelos e conceitos, por isso, atualmente não há falta de consistência teórica, e sim diferentes perspectivas fundamentadas em noções distintas de enquadramento (Reese, 2001; Zhongdang e Kosicki, 2001; Entman, 1993; D’Angelo, 2002). Mas, embora se tenham diversas teorias o aspecto metodológico ainda é menos consistente, sendo a preocupação com o método algo mais recente.

Enfim, este trabalho utiliza os conceitos de Goffman (1974), que caracteriza enquadramentos como “definições da situação construídas de acordo com princípios de organização que governam os eventos – ao menos os eventos sociais – e nosso envolvimento subjetivo com eles” (1974, p.10-11). Tais estruturas cognitivas que organizam o pensamento são formadas por crenças, atitudes, valores, que são utilizadas na hora de “enquadrar um tema”, sendo esquemas que enfatizam a informação relevante. Assim, os enquadramentos de mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, que estão na organização discurso jornalístico (GITLIN, 1980, p.7).

Entretanto é muito relevante destacar que o enquadramento é utilizado na pesquisa para classificar apenas as reportagens. Para Entman (1993), o enquadramento demonstra que os textos jornalísticos têm poder comunicativo. Para

ele, o estudo do enquadramento ilumina a maneira exata na qual a influência sobre a consciência humana é exercida pela transferência de informações de uma localização.

Os termos *framing* (enquadramento), *frames* (quadros) e *framework* são utilizados nos estudos de comunicação com frequência, mas geralmente seus sentidos estão implícitos, ou seja, não estão declarados, mas o leitor subentende seu significado. Por esse motivo, o estudioso Entman (1993) se propõe a explicá-los. Para ele, enquadramento envolve essencialmente a seleção e o destaque de um ponto. Já o *frame*, além de selecionar algum ponto da realidade e de torná-lo mais destacado, promove a definição de um problema em especial, uma interpretação causal, uma avaliação moral e recomenda o tratamento de um aspecto ou de item descrito. Além disso, Entman (1993) esclarece as funções dos *frames* ou quadros, destacando que uma única matéria jornalística pode utilizar mais de uma função do enquadramento, assim como muitos textos podem não utilizar nenhuma delas. Enfim, o enquadramento é um conceito usado para definir os princípios de seleção, ênfase e apresentação dos noticiários, pois os meios de comunicação ao produzirem discursos dão interpretações aos mesmos e influenciam no modo como os indivíduos interpretam os fatos. (PORTO, 2001).

Para Matthes e Kohring (2008), o enquadramento é uma variável bastante abstrata, difícil de identificar e de codificar na análise de conteúdo, independentemente da perspectiva adotada. Estes autores estabeleceram cinco tipos de abordagens metodológicas sobre os enquadramentos da mídia, classificadas como: *hermenêutica*, *linguística*, *holística manual*, *assistida por computador* e *dedutiva*.

A perspectiva *hermenêutica* tenta identificar os enquadramentos através do fornecimento de uma avaliação interpretativa dos textos da mídia, ligando os *frames* a elementos culturais amplos, utilizando o método qualitativo, geralmente analisando amostras que refletem o discurso de uma temática ou de um evento. A crítica feita a esse modelo é que embora os estudos sejam bem documentados e bem conduzidos nas discussões acerca dos enquadramentos, eles não deixam claro como os *frames* são extraídos do material. Essa perspectiva será utilizada neste estudo que classifica os enquadramentos em quatro tipos: 1. Eleitoral - quando trata de assunto relacionado às eleições; 2. Personalista – quando dá preferência aos atores

individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional, enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos; 3. Temático – quando interpreta posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha e de seus valores. Dá ênfase às plataformas partidárias ou programas para diferentes temas; 4. Episódicos – restringe-se a relatar acontecimentos recentes, sem o enfoque característico dos outros três enquadramentos. É descritivo e orientado por acontecimentos que geram reações do público. Desconsidera aspectos mais amplos do evento, pode ser um simples relato de fatos ou declarações dos atores políticos.

A perspectiva *linguística* aparece nos estudos em que os enquadramentos são identificados pela análise da seleção, localização, estrutura de palavras e sentenças específicas no texto. Nessa linha, diferentemente da *hermenêutica*, os pesquisadores determinarem claramente os elementos linguísticos que significam um enquadramento. Para Matthes e Kohring (2008) a principal vantagem dessa abordagem é a análise sistemática e cuidadosa dos textos noticiosos.

A terceira perspectiva é chamada de *holística manual*, na qual “os enquadramentos são primeiramente gerados por uma análise qualitativa de alguns textos noticiosos e então são codificados como variáveis holísticas em uma análise manual de conteúdo” (VALMIEIRO e MAIA, 2011, 238). São dois movimentos que marcam os estudos levados a cabo por este método: primeiro, cria-se uma espécie de lista de códigos – o que Matthes e Kohring (2008, p. 260) chamam de *codebook* – a partir da análise em profundidade das notícias. E, então, o material é analisado quantitativamente a partir desses códigos pré-definidos. O presente trabalho enquadra-se nesta perspectiva, através de 22 códigos pré-estabelecidos, tais como: 1– **PESQUISADOR** (nome do pesquisador), 2 – **JORNAL** (nome do jornal), 3 – **DATA** (data da publicação), 4 – **MATÉRIA** (indica a numeração sequencial das matérias do tema estudado naquela edição daquele jornal), 5 - **FORMATO** indica o tipo de matéria noticiosa de acordo com a seguinte classificação: 1- Chamada de primeira página, 2- Reportagem, 3- Charge, infográfico, ilustração; 4- Foto, 5- Coluna Assinada, 6- Artigo Assinado, 7-Editorial, 8- Carta ao leitor. Todos os códigos estão disponíveis no Livro de Códigos.

Outra perspectiva é a *assistida por computador*. Esta tem como preocupação a criação de métodos mais objetivos e confiáveis, mas se parece com a perspectiva *linguística*, tendo como diferencial o auxílio de computadores no processamento das informações. Um exemplo de estudos que utilizam esse método são os de Miller e Riechert (2001), que mapeiam os *frames* (*frame mapping*), partindo da mesma noção de Entman (1993) de que os enquadramentos se manifestam pela repetição de algumas palavras. Para Valmiero e Maia (2011), a vantagem deste método está na objetividade na identificação dos frames, que não são encontrados pelos pesquisadores, mas sim pelos algoritmos. Porém, ainda que promova importantes contribuições para o avanço da *frame analysis*, esse método acaba por reduzir os enquadramentos a grupos de palavras (MATTHES e KOHRING, 2008).

Enfim, o quinto método que Matthes e Kohring (2008) identificam é o da *abordagem dedutiva*. Considerando que todas as quatro perspectivas anteriores identificam os *frames* de forma indutiva, havendo exceções de alguns trabalhos que identificam os enquadramentos na literatura e então os codificam em uma análise de conteúdo padronizada.

A seguir, esse trabalho abordará a teoria do *gatekeeping*, que é uma teoria que busca compreender qual o critério de seleção das notícias pelos jornalistas, e assim posteriormente, geraria a forma com que os mesmos as enquadram tematicamente baseado no que consideram relevante dos fatos para que eles se tornem notícia jornalística.

3.3 TEORIA DO GATEKEEPING

Embora este trabalho não tenha como foco principal verificar como os jornalistas selecionam as notícias, considera-se importante notar os critérios que os profissionais utilizam para selecioná-las, para tentar perceber porque quais são as características das notícias sobre a Assembleia Legislativa do Paraná e seus parlamentares.

O *gatekeeping*¹⁰ segundo Shoemaker, Tankard e Lasorsa (2004), assim como qualquer teoria é formada por um conjunto de afirmações – suposições, proposições e hipóteses que se interrelacionam e são logicamente consistentes. Shoemaker e

¹⁰ Termo que em português pode ser traduzido como o processo de selecionador notícias.

Vos (2011) afirmam que o *gatekeeping* é um processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de informações que são divulgadas diariamente, “além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna” (SHOEMAKER E VOS, 2011, p.11). Segundo os autores, as pessoas confiam em mediadores para transformar as informações e os acontecimentos em um subgrupo de mensagens midiáticas. A teoria do *gatekeeping* explicada por eles descreve o processo pelo qual os eventos são cobertos pelos veículos de comunicação de massa, mas demonstra como é dificultoso prever qualquer coisa que envolva pessoas. Segundo Shoemaker e Vos (2011) construir uma teoria sobre o *gatekeeper*¹¹ é de importância vital, pois os jornalistas determinam aquilo que se torna realidade social. Assim, citam Bagdikian (1983, p.226): “O poder de controlar o fluxo de informação é uma peça majoritária no controle da sociedade. Dar aos cidadãos a oportunidade de escolher entre ideias e informações é tão importante quanto lhes dar a oportunidade de escolha política”. E conforme os estudos de McCombs e Shaw (1972) citados anteriormente sobre o agendamento os assuntos que atravessam os portões – em inglês gates - são considerados mais importantes pela audiência e afetam a opinião pública.

O aspecto mais importante do *gatekeeping* na visão de Shoemaker e Vos (2011, p.16) é o de que os assuntos e eventos não cobertos pela mídia e divulgados na imprensa acabam ficando de fora da visão de mundo da maioria das pessoas, baseado na noção de as pessoas só tem como saber o que a mídia não conta se experimentarem pessoalmente um evento.

A existência de uma imensa indústria de publicidade nos Estados Unidos e em outros países está baseada na suposição de que a cobertura pela mídia é vital, que confere prestígio, poder e a oportunidade para as pessoas e organizações que conseguem entrar no conteúdo da mídia (SHOEMAKER e VOS, 2011, p.16).

Por isso, para os autores, mesmo que os esforços dos profissionais de relações públicas e assessoria de imprensa sirvam inicialmente aos já detentores de poder, eles podem também promover novas ideias que podem ser difundidas ao público em geral. E se a cobertura da mídia não aceita essas novas ideias é porque as consideram ilegítimas. Isso demonstra que o processo de *gatekeeping* envolve

¹¹ Profissional que seleciona as notícias.

algo além da seleção ou rejeição de informações, mas também o processo de modificá-los para tornar mais atraente ao consumidor final. Mas, conforme Gandy (1982) um dos papéis dos profissionais de relações públicas e das assessorias de imprensa é fornecer “subsídios de informação”, que sejam interessantes e úteis para os jornalistas, já que os próprios relações públicas recolhem e coletam as informações antes de enviá-las aos jornalistas da imprensa, o que aumenta a probabilidade do tema ser escolhido para ser noticiado, o que na teoria do *gatekeeping* quer significa passar por um portão da mídia.

Shoemaker e Vos (2011, p.37) afirmam que a premissa básica do *gatekeeping* é que as mensagens são geradas baseadas em eventos que atravessaram diversos portões e sofreram modificações. Então as notícias podem ser divulgadas nos telejornais, nas capas dos jornais impressos ou nos sites de notícias. Há ainda a possibilidade de uma informação ser muito destacada por um veículo e nem mesmo ser selecionada por outro. O primeiro portão do processo de *gatekeeping* ocorre quando um profissional de comunicação transforma a informação sobre um evento em uma mensagem, sendo que alguns materiais são jogados em frente aos portões pelos profissionais de relações públicas, enquanto outros têm que ser empurrados como os frutos do jornalismo investigativo. Sigal (1973) citado por Shoemaker e Vos (2011, p.38) separa as formas de coleta das notícias em três categorias: canais de rotina, canais de informação e canais de empreendedores. Nos canais de rotina estão as informações e os registros públicos sobre eventos não espontâneos que são criados para atrair a atenção da mídia. Nos canais informais estão as informações de bastidores, isto é, que são dadas extraoficialmente. E os canais empreendedores são eventos espontâneos gerados pelo jornalista na conversa com outras pessoas ou numa análise crítica sobre um problema.

A seguir este trabalho irá tratar da relação dos jornalistas e suas fontes como processo de seleção e elaboração das notícias.

4 OS JORNALISTAS E AS SUAS FONTES

A fonte das notícias para os jornalistas são as pessoas, a realidade cotidiana e os acontecimentos, entretanto, são diversos os acontecimentos que ocorrem cotidianamente, por isso, cabe aos jornalistas selecionarem o que acham mais relevantes. Wolf (2009) compara a produção das notícias com um funil, como se muitas informações fossem colocadas neste funil e apenas alguns filtrados. Este exemplo quer mostrar que os jornais divulgam apenas os temas “filtrados” pelos seus selecionadores, que os escolheram levando em consideração uma série de fatores que influenciam no processo e, também, devido a características que eles mesmos possuem, distinguindo-se dos demais, com características de noticiabilidade¹² (WOLF, 2009).

Mas para serem aceitos como noticiáveis, os fatos precisam se destacar dos demais temas. Para Aguiar (2007), a noticiabilidade de um acontecimento é fruto dos jogos de poder de saber estabelecidos entre as empresas e a comunidade dos jornalistas, e não apenas dos fatos em si, embora esse seja o primeiro passo. Por isso, diversas instituições públicas ou privadas contam com assessorias de comunicação para produzir os temas de acordo com os critérios para serem noticiados chamar a atenção dos jornalistas.

Como explicam Shoemaker e Cohen (2006) alguns eventos podem ser noticiados e outros não. “Uma característica básica de eventos com valor de notícia diz respeito ao fato do evento ou das pessoas constituírem desvios ou não. As leis e as normas definem a fronteira do mundo civilizado” (SHOEMAKER E VOS, 2011, p.41). Na maioria das vezes os eventos que são um desvio das normas, que acontecem fora das fronteiras dos padrões de normalidade são os que se tornam itens jornalísticos. Por exemplo, o trabalho normal e eficiente de oficiais do governo não recebe muita cobertura pela mídia, enquanto uma ação questionável ou ineficaz pode gerar um longo debate público e muitos itens jornalísticos. No caso deste estudo, o trabalho regular dos deputados estaduais na Assembleia Legislativa do Estado do Paraná não é notícia, mas projetos de leis polêmicos e escândalos

¹² Critérios de noticiabilidade são entendidos por Mauro Wolf como o conjunto de requisitos que se exigem dos fatos para adquirirem a existência pública das notícias. Caso o acontecimento não se encaixe nos critérios de noticiabilidade ele não é publicado como notícia. (WOLF, 2006). Existem mais de 20 critérios de noticiabilidade como, por exemplo, celebridade, fator geográfico, interesse humano, importância e outros.

políticos são. Dar notoriedade ao desvio pode colocar em ação mecanismos que irão punir os desviantes (SHOEMAKER E COHEN, 2006).

Como explicam Carter, Franklin e Wright (2005) as bases teóricas das leis e das políticas dos veículos norte-americanos presume que quanto maior o número de veículos de comunicação “concorrentes” é melhor. Podemos considerar este mesmo critério para o Brasil, pois segundo os autores o maior número de veículos jornalísticos produz uma quantidade maior de mensagens que cobrem múltiplos aspectos de um evento. Dessa forma, o público tem mais opções sobre os tipos e os ângulos dado aos acontecimentos, recebendo um “cardápio” maior de informações e supõe-se que a verdade seja revelada mais facilmente quando um mercado de ideias é fomentado pela competição entre muitos veículos de comunicação.

Entretanto as análises geram a seguinte questão: O que explica o fato de tantas organizações de mídia produzir notícias tão semelhantes? Segundo Shoemaker e Vos (2011) as semelhanças na cobertura da imprensa acontece já que os jornalistas começam a apuração por uma informação a respeito do mesmo sistema social, seja uma pequena cidade, ou mesmo grande como o mundo. Já a diferença entre as mensagens podem ser explicadas pelas variedades de pontos de vista das pessoas, o que resulta em notícias com conteúdos semelhantes, mas com opiniões editoriais variadas.

Os jornalistas avaliam o valor de notícia de cada evento pensando que tipo de eventos o público consideraria mais interessante. Há diversos critérios de noticiabilidade, sendo considerada a proximidade com o público, a importância, o impacto, o interesse, o sensacionalismo, a novidade, a estranheza ou a raridade (Eversen, 1997; Itule e Anderson, 2007).

Gans (1979) sugeriu que os jornalistas norte-americanos compartilham um conjunto de oito valores sociais que guiam a produção das notícias, acredita-se que muitos dos valores são semelhantes para os jornalistas do Brasil: 1. Etnocentrismo: refere-se à tendência dos veículos de comunicação tem de enquadrar e modelar os eventos conforme a relação que estabelecem com a prática de valores do país. Por exemplo, a reforma de um país comunista é comparada com o sistema do país de origem do veículo. 2. Democracia Altruísta: representam que o governo e a política como categorias do interesse público, como se a população estivesse sempre disposta a saber sobre os acontecimentos políticos. 3. Capitalismo responsável:

valores que os fazem afirmar que o crescimento econômico é desejável, as empresas não podem explorar muito os trabalhadores, ou notícias sobre empresas “verdes” e socialmente responsáveis; 4. Pequenas cidades idealizadas como lugares calmos, assim a cobertura das grandes cidades enfatiza os problemas sociais; 5. Individualismo: pessoas que tenham vencido com seus próprios esforços¹³, como se o sucesso fosse mérito e explicado pelo caráter da pessoa, ignorando o contexto social; 6. Moderacionismo: evita-se o extremismo de qualquer forma, havendo principalmente o moderacionismo político e cultural, realçando os contornos da população predominante; 7. Ordem social: desencoraja eventos de ordem pública como marchas e protestos; 8. Liderança nacional: enfatiza líderes competentes que “fizeram a diferença” em alguma situação problemática.

Para Shoemaker e Vos (2011, p.72) a forma com que os jornalistas que selecionam as notícias – *gatekeepers* - pensam é em alguns casos simplesmente a forma como as pessoas pensam, ou ainda como a organização onde ele trabalha quer que as notícias sejam construídas. E conforme Sigal (1973) explicou, os jornalistas se baseiam em um conjunto mais ou menos previsível de canais rotineiros de coleta de notícias.

(...) Do ponto de vista da organização, um *gatekeeper* bem-sucedido é uma pessoa que consegue representar perfeitamente os interesses da organização. Se uma organização não gosta da forma como os portões são operados, ela pode demitir o *gatekeeper*. (SHOEMAKER E VOS, 2011, p.91).

A maioria dos estudos citados por Shoemaker e Vos (2011, p.95) também mostram que a política de um veículo é definida por seus proprietários, havendo jornais de propriedades de corporações e de propriedade de empresas. O tamanho de uma organização detentora de um veículo de comunicação também pode desempenhar um papel importante, sendo que aparentemente nos grandes jornais as regras organizacionais são mais claras e usadas com mais frequência (BERGER e WEAVER, 1988; DEMERS, 1994).

¹³ Em inglês os termos *self-made men and woman*.

4.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E ASSESSORIA DE IMPRENSA

A comunicação institucional é importante porque funciona como uma conexão entre a instituição e seu público, seja ele interno ou externo. Entretanto muitas instituições ainda não se deram conta disso. Segundo Cruz (in FREITAS, LUCAS, 2002) a atividade de assessoria de imprensa começou a ganhar impulso “à medida que as instituições foram se dando conta de que necessitavam do apoio da opinião pública para o pleno e satisfatório exercício de suas atividades, (...)” (CRUZ in FREITAS, LUCAS, 2002, p. 73). Assim, para a divulgação das ações institucionais ou mesmo dos atores políticos, como no caso desta pesquisa dos deputados estaduais, os parlamentares contam com profissionais especializados na área de assessoria de imprensa para divulgar sua atuação.

A Federação Nacional dos Jornalistas define a assessoria de imprensa como um serviço frequente de envio de informações jornalísticas para os veículos de comunicação, sendo que o resultado deste trabalho é a publicação gratuita das notícias (FENAJ, 2007, p.7). As assessorias de imprensa e os órgãos de relações públicas das instituições divulgam textos chamados de press releases. O material divulgado e também enviado para os jornais e para os jornalistas podem servir de base para a produção de uma reportagem, ou mesmo, como explicam Shoemaker e Vos (2011), esse texto é muitas vezes usado por jornalistas de jornais menores, com menos profissionais para desempenhar o trabalho utilizam esses textos como base de seu conteúdo editorial (não publicitário) publicando-o na íntegra, ou muito semelhante à versão original da assessoria de imprensa.

Kunsch (2003, p.164) define como comunicação institucional aquela que é responsável em uma organização pela construção e formação de uma imagem e identidade corporativa forte e positiva. Para Zémor (1995, p.57) citado por Monteiro 2007, p. 37) a comunicação institucional é uma das funções assumidas pela comunicação pública que objetiva apresentar ao público o papel da organização prestando conta sobre suas atividades e permitindo o acompanhamento da política da instituição. Assim, segundo Monteiro (2007, p.43) cientes do caráter daquilo que é noticiado pela imprensa, as instituições e alguns atores investem tempo e esforços para promover acontecimentos em notícias.

Há ainda o conceito de comunicação governamental ou estatal que inclui uma multiplicidade de discursos já que podem provir de diversas fontes, dos três poderes constitucionais, nas instâncias federal, estadual e municipal (MIGUEL E BIROLI, 2011).

As notícias são geradas pelas assessorias de imprensa e pelos profissionais de relações públicas que produzem matérias e informam os jornalistas por meio dos canais de rotina ou mesmo canais informais (SHOEMAKER E VOS, 2011, p.38). Muitas fontes oficiais como as do governo criam suas próprias mensagens e trabalham para garantir que estas entrarão nos canais da mídia. Mas, os jornalistas podem desdenhar dos produtos enviados pelas assessorias e relações públicas, ao contrário de jornalistas de veículos e comunidades menores que podem usar mensagens enviadas por assessorias como base do conteúdo editorial.

Os repórteres geralmente usam como forma de coletar suas notícias os materiais oficiais procedentes do governo, releases de notícias, coletivas de imprensa, discursos e cerimônias oficiais, além das informações vazadas nos bastidores. Também há canais de iniciativas, quando os jornalistas fazem pesquisas originais. Entretanto, para Sigal (1973), esses casos são bem mais raros, sendo predominante o uso das fontes oficiais.

Este trabalho também verifica quais os tipos de fontes utilizados nas matérias dos cinco jornais impressos analisados. As fontes são classificadas como: 1. Lobista: são ouvidos por defenderem grupos e interesses específicos da disputa. Ex: candidato a vice-presidente, governador, integrante da coligação, etc. Sempre em âmbito nacional/estadual. Liderança partidária envolvida diretamente na campanha. Coordenador ou integrante de coligações; 2. Especialista/Intelectual: são ouvidos por terem conhecimento científico ou profissional na disputa eleitoral. Ex. especialistas em marketing, finanças de campanha, pesquisadores e profissionais do mercado, etc; 3. Defensor de Interesse público: são ouvidos por defenderem o interesse geral ou grupos marginalizados. Ex: representantes de famílias carentes, técnicos que falam sobre determinada área dos planos de governo, etc; 4. Porta-voz de temas marginais: são ouvidos por expressarem suas opiniões sobre temas negligenciados que normalmente não são abordados nas disputas eleitorais. Ex. fontes que falam sobre o impacto de obras de infraestrutura na manutenção de espécies animais e vegetais nativas de determinada região, defesa de direitos de

minorias, etc; 5. Outro: a citação de qualquer tipo de fonte que não se enquadre nas categorias anteriores ou que pareça dúbia deve ser codificada como outro.

Também se percebeu o predomínio das fontes oficiais que privilegiam aqueles que estão no poder (BENNET, 1996; LIEBLER, 1993; SCHIFFER, 2006). Neste estudo os resultados obtidos em relação às fontes oficiais não foram diferentes do que relata os autores citados, pois muitas vezes essas fontes estão de prontidão, o que facilita a coleta eficiente de notícias (Sigal, 1973). As fontes econômicas politicamente poderosas também possuem maior acesso a mídia e mais oportunidades de inserir suas mensagens, diferentemente de grupos com poucos recursos financeiros, que muitas vezes precisam recorrer a atos desviantes como protestos para atrair a atenção da mídia (Gans, 1979; Gitlin, 1980). Assim, as organizações, especialmente as políticas, tentam “controlar” e gerenciar as notícias.

A Assembleia Legislativa do Paraná possui uma equipe de profissionais de comunicação que produz notícias sobre a instituição e divulga no site www.alep.pr.gov.br; sendo que muitas vezes estas notícias são publicadas integralmente nos jornais do estado. Algumas vezes é mencionada a instituição como fonte, mas muitas vezes são publicados os releases sem a assinatura de um repórter, o que mostra ser um texto institucional de divulgação.

4.2 A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ E SEUS DEPUTADOS

A Assembleia Legislativa exerce o Poder Legislativo do Estado, previsto na Constituição. Dentre as atribuições desta instituição política está a função de avaliar projetos e outras proposições legislativas, além de fiscalizar os atos do Poder Executivo. No estado do Paraná, o parlamento é formado por 54 representantes, considerados neste estudo como atores políticos individuais. Esta instituição centraliza a elaboração das leis que regem o Estado, e também tem como um de seus papéis o de expressar as reivindicações dos cidadãos ao conjunto de poderes do Estado.

Os deputados da 16ª legislatura da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná estão descritos em arquivo anexo. Neste estudo se verifica quantas vezes cada parlamentar é citado em cada matéria e qual a valência da notícia em que ele aparece.

Em um segundo momento, faz-se a comparação dos deputados mais votados nas cidades-sede dos jornais analisados, para ver se há uma relação entre os mais citados pelos veículos e os mais votados em uma determinada região. Além da análise de valência, para ver se as notícias com valência negativa desestimulam os eleitores a votarem naquele parlamentar.

4.3 OS JORNAIS ANALISADOS

Como o foco deste trabalho é a análise do enquadramento dado às notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep) e seus parlamentares por cinco diferentes jornais do estado do Paraná, considerou-se importante caracterizar cada um dos veículos analisados. Os jornais impressos escolhidos para análise foram os seguintes: Gazeta do Povo, da capital do estado, Curitiba; Folha de Londrina, da cidade de Londrina; Diário do Norte, da cidade de Maringá, O Paraná, da cidade de Cascavel e o Jornal da Manhã, da cidade de Ponta Grossa.

É válido lembrar que este trabalho analisa veículos de imprensa com fins lucrativos que buscam maximizar sua receita, e o mercado recompensa-os baseado nos produtos que oferecem de acordo com sua demanda, ou seja, o jornal que produz determinado sensacionalismo ou interpretação política é recompensado financeiramente. “As organizações de mídia normalmente vende produto midiático para seus públicos e audiência para os anunciantes” (BAKER, 2002, in SHOEMAKER E VOS, 2011, p.111). Como afirma Ravi (2005, p.59) a cobertura dos jornais impressos reflete os valores e as ideias comum dentro da sociedade onde se situa.

O mais antigo dos periódicos estudados é a Gazeta do Povo - que em 2009 completou 90 anos de existência - e está localizada na capital do estado. O jornal foi fundado em 3 de fevereiro de 1919, por dois advogados Benjamin Lins, como diretor e Oscar Joseph De Plácido e Silva, como secretário. A primeira edição do periódico afirmava que o jornal era um periódico imparcial que “(...) destina-se à defesa dos interesses gerais da sociedade, a chamar a atenção de todos e de cada um para os assuntos que, direta, ou indiretamente nos interessam” (FERNANDES; DOS

SANTOS, 2010, p.16). Os dois sócios ficaram à frente do jornal até 1927, quando Lins abandona a sociedade.

Segundo Fernandes e Dos Santos (2010), no final da década de 1940, a Gazeta do Povo já era o jornal mais lido em Curitiba. Manoel Ribas, que ficou 13 anos à frente do Governo do Paraná, de 1932 a 1945, teve um amplo espaço para divulgar suas ações no jornal, o que demonstra ser à época um periódico governista.

Em 1932, a elite intelectual curitibana, da qual faziam parte diversos jornalistas do periódico articularam o manifesto da Confederação dos Tinguís que buscava alavancar a sociedade paranaense como um todo e contou com a mobilização de 140 mil curitibanos - neste período já era presidente do jornal Francisco Cunha Pereira Filho, que viria a ser o proprietário do jornal. No início do século XX o jornalismo era mais opinativo, e menos informacional.

Diversos escritores e colunistas tinham espaço para se expressarem no jornal, como o contista Dalton Trevisan e o jornalista e comentarista político Luiz Geraldo Mazza.

Em 1962, o jornal é vendido por De Plácido para dois outros advogados: Edmundo Lemanski e Francisco Cunha Pereira Filho, este foi presidente da Gazeta do Povo até 2009, em 2010 Lemanski assume o cargo. Segundo Coraiola (2006) é o jornal mais antigo do Paraná que ainda se encontra em circulação. Oliveira Filha (2004) ressalta que o veículo faz parte de um dos mais fortes conglomerados de comunicação do Paraná.

Segundo o próprio jornal Gazeta do Povo, atualmente sua tiragem é de 50 mil exemplares nos dias de semana e 100 mil exemplares nos finais de semana. Possui as editorias: Opinião, Pontos de Vista, Vida e Cidadania, Vida Pública, Serviço, Mundo, Caderno G, Economia, Gestão e Carreira, Classificados, Social, Automóveis, Classificados Imóveis, Revista da TV. Circula todos os dias da semana, seu tamanho varia de 60 a 120 páginas.

A Folha de Londrina foi fundada em 13 de Novembro de 1948. Sua tiragem atual é de 40 mil exemplares diários. Seu conteúdo está dividido entre as editorias: Folha Opinião, Folha Entrevista, Folha Política, Folha Economia, Folha Paraná – Geral – Mundo, Folha Geral, Folha Reportagem, Folha Esporte, Folha Carro&Cia, Folha Gente, Folha 2, Folha Classificados. Seu tamanho varia de 20 a 24 páginas. O jornal circula todos os dias da semana.

O Jornal da Manhã foi fundado em 4 de julho de 1954. Suas atuais editorias são: Espaço Público, Política, Dinheiro, Cotidiano, Bola, Mix, Classilíder, Serviços. A tiragem atual é de 12.450 exemplares nos dias úteis e 14.050 exemplares aos domingos. Abrange 26 municípios (região dos Campos Gerais e Curitiba). O número médio de páginas varia de 18 a 32, e circula de terça-feira a domingo.

O Diário do Norte do Paraná, de Maringá, foi fundado em 29 de junho de 1974 por Joaquim Dutra. Possui as editorias: Zoom, Cidades, Região, Geral, Economia, Esportes, Classidiário, D +. Sua tiragem é de 15 mil exemplares de segunda a sábado e 18 mil aos domingos. O número médio de páginas varia entre 26 e 40 páginas. Circula de terça-feira a domingo.

O jornal O Paraná, de Cascavel, é o veículo mais novo analisado nesse estudo: foi fundado em 15 de maio de 1976. Possui as editorias: Opinião, Política, Geral, Economia, Última Hora, Cidades, Policial, Esportes, Variedades. A tiragem atual é de 18 mil exemplares por dia, circulando de terça-feira a domingo, abrangendo aproximadamente 70 cidades do Oeste do Estado do Paraná. A Média de páginas é de 32.

Este capítulo teve por objetivo discutir a produção jornalística, apontando os fatores que influem neste processo, a escolha das fontes, além de tratar das assessorias de imprensa e falar da comunicação institucional. No próximo capítulo é feita a análise dos dados, relacionando-os com os conceitos e teorias abordados aqui.

5 A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA E OS DEPUTADOS NA MÍDIA IMPRESSA

Neste capítulo apresenta-se a análise dos jornais pesquisados - Gazeta do Povo, Folha de Londrina, O Paraná, O Diário do Norte do Paraná e Jornal da Manhã – que fazem a cobertura da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus deputados estaduais nos anos de 2010 e 2011. Antes de apresentar e discutir os dados há uma breve discussão metodológica justificando o uso da metodologia quantitativa além da descrição das principais variáveis.

5.1 A METODOLOGIA QUANTITATIVA

A utilização do método quantitativo em pesquisas sobre a cobertura jornalística de temas políticos tem como principal objetivo identificar como o assunto aparece nos jornais a partir de características que podem ser contabilizadas e medidas. A adoção do método não é uma escolha e nem por ser melhor que o método qualitativo, mas é o mais adequado para o objeto que o pesquisador pretende estudar e dos objetivos do trabalho.

Algumas orientações são fundamentais para a aplicação da metodologia quantitativa segundo Davis (1976), como a exigência de um grande número de dados para poder fazer inferência à realidade, recomendando trabalhar com mais de 100 casos, no mínimo. Foram analisadas aqui informações de uma grande amostra que contempla dois anos: 2010 e 2011, dos cinco diferentes jornais, sendo 54 semanas no ano de 2010 e 52 semanas¹⁴ em 2011. A soma total das semanas por veículos gera uma amostra de 106 edições em cada periódico. Como são cinco periódicos, a amostra tem aproximadamente 530 exemplares se houvesse notícias em todos os dias contemplados pela amostra. Assim, devido a grande quantidade de

¹⁴ Na amostra usada nesta pesquisa foi considerada uma edição por semana durante todo o período, sendo que as mesmas datas foram usadas como base para a coleta de dados dos cinco periódicos. A coleta iniciou-se no dia 10 de janeiro de 2010, já que alguns periódicos não tinham a edição do dia 1º, para começar em um domingo que é o primeiro dia da semana. Assim coletava-se informação dos dias na sequência. Dessa forma, na segunda semana analisou-se uma edição da terça-feira, pois como os jornais O Paraná, O Diário do Norte do Paraná e Jornal da Manhã não tem edição de segunda-feira, esse dia da semana foi pulado, não sendo coletado nos demais veículos. Na terceira uma edição de quarta-feira e assim sucessivamente. Essa sequência se seguiu até 2011, último ano pesquisado, fazendo sempre o rodízio dos dias. Usou-se uma planilha com as datas de todas as edições pré-selecionadas.

textos jornalísticos e longo período estudo, não seria possível outro método que não o quantitativo. Galera e Conde (2005) explicam que a pesquisa quantitativa deve ser utilizada quando o que se quer medir no objeto pesquisado já é conhecido, sendo que esse tipo de análise é bastante comum em pesquisas de enquetes e de sondagens de acontecimentos nos quais se quer um obter um conhecimento o mais detalhado possível.

O banco de dados com notícias sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares foi produzido tendo por base a coleta por amostragem, que segundo Bauer (2002) é denominada “amostra por semana composta”, em que coleta-se o material por dias das semanas, fazendo um rodízio de datas, para que não haja viés na amostra e possa abarcar edições de todos os dias da semana.

A pesquisa quantitativa traz a possibilidade de relacionar as variáveis, por isso coletam-se uma série de características, desde o número de entradas até o enquadramento dos textos. Também é possível fazer testes estatísticos para testar a aplicação dos resultados da amostra para a realidade. O método permite ainda relacionar os dados da realidade social – neste caso a produção que os jornalistas fazem sobre o tema estudado - com teorias já existentes e observar como elas se aplicam em casos específicos.

5.1.1 As variáveis analisadas no texto

O objetivo deste tópico é apresentar as variáveis coletadas nos textos jornalísticos analisados. As variáveis¹⁵ serão descritas e relacionadas com a discussão proposta no primeiro capítulo. A primeira delas é o **número de textos por edição**, já que a quantidade de entradas sobre determinado tema é um dos passos para observar a cobertura realizada pelos veículos. No caso desta pesquisa, foram consideradas entradas as matérias que citavam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná ou qualquer um dos 54 deputados estaduais do Paraná nas legislaturas vigentes nos anos de 2010 e 2011.

Outra variável é o **formato das entradas coletadas**. A análise subdivide em oito categorias: 1. Chamada de primeira página – formato de maior visibilidade, 2. Reportagem – textos informativos e noticiosos, 3. Charge/ Infográfico/ Ilustração, 4.

¹⁵ Este tópico apresenta a descrição das variáveis coletadas nos textos jornalísticos sobre a Assembleia Legislativa do Paraná e seus deputados nos anos de 2010 e 2011.

Foto, 5. Coluna Assinada - texto interpretativo/opinativo assinado por articulista do veículo, 6. Artigo assinado - texto interpretativo/opinativo assinado por especialista ou pessoa de destaque, 7. Editorial - texto opinativo, em espaço fixo no jornal, sem assinatura, que representa a opinião do próprio veículo de comunicação, 8. Carta do Leitor - espaço fixo no jornal, com identificação de leitor opinando sobre temas publicados no jornal.

Uma forma de verificar a visibilidade que cada assunto recebe no jornal impresso, também é observada a localização da notícia nos quadrantes que são separados segundo a zona de visualização. Segundo Silva (2005), a parte superior esquerda do papel na comunicação impressa é a mais valorizada, por ser por onde inicia-se a leitura. Há ainda a questão da dobra, sendo que os textos da primeira dobra recebem maior visibilidade, de acordo com Cervi (2003).

O conceito de **enquadramento** que se utiliza esta pesquisa busca descrever o poder de um texto de comunicação através da análise dos quadros predominantes, sendo possível definir problemas, diagnosticarem causas e fazer um julgamento moral. O enquadramento denota como os temas já estabelecidos pela agenda são pensados, através dessa abordagem é possível chegar às origens da mensagem, pois as análises de enquadramento conseguem detectar qual é a influência exercida no transcrever da informação (ENTMAN, 1993; COLLING 2001).

O trabalho permite aplicar os conceitos de enquadramento (ENTMAN, 1993) e valência (IESP), que foram elaborados para pesquisas de cobertura eleitoral, mas adaptados para esse estudo que irá analisar as notícias publicadas em dois anos, no ano de 2010 e no ano de 2011, ou seja, em duas legislaturas diferentes da Assembleia Legislativa, a 16^a e 17^a, sendo que 2010 foi um ano eleitoral, com eleições para os cargos de presidente, deputados federais, senadores, governadores e deputados estaduais, sendo o último ano da 16^a legislatura e 2011 foi o primeiro ano da 17^a legislatura.

Outra característica identificada é o **tema** predominante dos textos. Assim, os textos são classificados segundo seu tema geral e seu tema específico. E para medir a possibilidade de agendamento intermídia também foi verificado o autor de cada texto, ou seja, a procedência de informações, se eram textos de agências e assessorias não assinados, ou se eram materiais produzidos nas redações, ou

mesmo assinado como assessoria da própria Assembleia, mas na maioria das vezes os textos mais institucionais em formato de releases não apareciam assinados.

Também foi analisada a valência dos textos, estando classificadas como: 1. Positiva – texto sobre ou com candidato abordando ações de sua iniciativa; auto declarações ou declarações de terceiros favoráveis (avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato ou a instituição; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis; 2. Negativa - Texto que reproduz ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor ou de terceiros a respeito da atuação do candidato ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis; 3. Neutra - Agenda do candidato, citação sem avaliação moral, política ou pessoal. Simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação com respeito à posição do candidato; 4. Equilibrada- Texto que reproduz aspectos positivos e negativos do candidato ou da instituição com intensidades muito semelhantes, gerando equilíbrio de opiniões/abordagens contidas nas entradas. A valência é analisada somente nos textos informativos, no caso deste trabalho, naqueles no formato de reportagem ou nota (IESP).

5.2 A PRESENÇA DA ASSEMBLEIA E DOS PARLAMENTARES NOS JORNAIS DE CIRCULAÇÃO REGIONAL

Este tópico tem por objetivo identificar como se deu a presença da Assembleia Legislativa do Estado Paraná e seus parlamentares nos cinco jornais analisados durante os dois anos da amostra, 2010 e 2011.

Constatou-se que o jornal com maior número de entradas foi a Gazeta do Povo, de Curitiba, que teve um total de 851 entradas de notícias. Em seguida está o jornal O Paraná, de Cascavel, com 643 entradas, depois o Jornal da Manhã, de Ponta Grossa, com 501 entradas, a Folha de Londrina, de Londrina, com 432 entradas e por último o jornal O Diário do Norte do Paraná, de Maringá, com 156 entradas. Essa característica influi no processo de visibilidade, como demonstrado na discussão teórica (MCCOMBS, 2009).

Como as notícias coletadas foram aquelas que citavam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná ou o nome de um de seus parlamentares com mandato em vigência do ano de coleta considera-se interessante perceber a diferença do formato das notícias diferenciando-as pelas que citam a palavra Assembleia Legislativa do Estado do Paraná ou por aquelas que citam apenas o nome dos parlamentares.

Separando as notícias entre as que citam a Assembleia Legislativa e as que não citam, verificou-se que no jornal Folha de Londrina, da cidade de Londrina, 348 das 432 entradas de notícias citam a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. Das notícias que citam a Alep, 213 (61,2%) estão no formato Reportagem ou nota, seguidos de 97 notícias em formato Coluna, que representa 27,9% das notícias institucionalizadas que citam a Assembleia. A quantidade das notícias não institucionalizadas na Folha de Londrina é cinco vezes menor que a quantidade das institucionalizadas, pois das 432 entradas de notícias coletada na amostra, apenas 84 eram personalizadas, ou seja, tratavam apenas de um ou mais de um parlamentar. Quanto às notícias que citavam apenas os deputados no jornal Folha de Londrina, o formato predominante foi a Coluna, já que 57 notícias, ou seja, 67,9% das notícias personalizadas estavam neste formato. O segundo formato predominante nas notícias que não citam a Alep foi o Reportagem ou nota, sendo que 18 (21,4%) estavam neste formato.

O jornal Gazeta do Povo, de Curitiba, foi o que mais publicou notícias sobre a Assembleia Legislativa do Paraná no período analisado, sendo que 771 notícias das 851 notícias deste jornal citaram a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, ou seja, a grande maioria das notícias deste jornal também são institucionalizadas. O formato predominante nas notícias que citam a Alep foi o Reportagem ou nota, já que 450 (58,4%) das notícias que citam a instituição estavam nesse formato. Os demais formatos predominantes nas notícias que citavam a Assembleia foram: Coluna, com 81 (10,5%) e o terceiro que mais apareceu foi o Carta do Leitor, com 80 (10,4%). Já as notícias personalizadas – que citavam apenas os parlamentares sem mencionar a Alep - eram apenas 10% do total de notícias da amostra deste jornal, ou seja, 80 notícias. Nas notícias personalizadas da Gazeta do Povo o formato predominante foi o Foto, que apareceu 29 (36,3%) na amostra, os formatos Reportagem ou nota, Coluna e Carta do Leitor

apareceram 20 vezes cada um, representando 20% das notícias personalizadas deste jornal.

TABELA 1 – Formato dos textos que citam a Alep e os deputados estaduais

		Folha de Londrina	Gazeta do Povo	Jornal da Manhã	O Diário do N do PR	O Paraná	Total
CITA DEPUTADOS	Chamada de 1ª página	2 (2,4%)	2 (2,5%)	15 (8,2%)	4 (4,7%)	4 (2,1%)	27 (4,3%)
	Reportagem ou Nota	18 (21,4%)	16(20%)	44(23,9%)	19(22,1%)	20(10,5%)	117(18,8%)
	Charge Infográfico Ilustração	0	0	1 (0,5%)	0	0	1 (0,2%)
	Foto	6 (7,1%)	29 (36,3%)	35 (19%)	23 (26,7%)	22 (11,6%)	115 (18,4%)
	Coluna	57 (67,9%)	16(20%)	63 (34,2%)	40 (46,5%)	144(75,8%)	320 (51,3%)
	Artigo Assinado	0	1 (1,3%)	21 (11,4%)	0	0	22(3,5%)
	Editorial	0	0	2(1,1%)	0	0	2 (0,3%)
	Carta do leitor	1(1,2%)	16(20%)	3(1,6%)	0	0	20 (3,2%)
	Total	84(100%)	80(100%)	184(100%)	86 (100%)	190 (100%)	624(100%)
CITA ASSEMBLEIA	Chamada de 1ª página	12(3,4%)	55(7,1%)	13(4,1%)	3 (4,3%)	16 (3,5%)	99(5,1%)
	Reportagem ou Nota	213 (61,2%)	450 (58,4%)	93(29,3%)	24 (34,3%)	221(48,8%)	1001(51,1%)
	Charge Infográfico Ilustração	2 (0,6%)	3(0,4%)	2(0,6%)	0	0	7(0,4%)
	Foto	8 (2,3%)	36(4,7%)	32(10,1%)	4 (5,7%)	8 (1,8%)	88(4,5%)
	Coluna	97 (27,9%)	81 (10,5%)	144 (45,4%)	38 (54,3%)	206(45,5%)	566(28,9%)
	Artigo Assinado	0	35(4,5%)	32(10,1%)	0	2(0,4%)	69(3,5%)
	Editorial	4(1,1%)	31(4%)	0	0	0	35(1,8%)
	Carta do leitor	12(3,4%)	80(10,4%)	1(0,3%)	1(1,4%)	0	94(4,8)
	Total	348(100%)	771(100%)	317(100%)	70(100%)	453(100%)	1959(100%)

FONTE - AUTORA (2013)

O Jornal da Manhã, da Ponta Grossa, também citava a Assembleia Legislativa do Paraná na maior parte de suas notícias, das 501 entradas de notícias do veículo, 317 citavam a Casa de Leis, ou seja, eram institucionalizadas, com formato predominantemente de Coluna 144, ou seja, 45,4% das notícias que citavam a Alep. O segundo formato que mais apareceu nas notícias institucionalizadas do Jornal da Manhã foi o Reportagem ou nota, com 93 entradas, o que representa 29,3%. Já as notícias que mencionavam apenas os parlamentares da 16ª e 17ª legislaturas era 184, com o formato predominante Coluna (34,2%).

No jornal O Diário do Norte do Paraná, do município de Maringá foi o único jornal dos cinco analisados, que deu mais destaque para notícias que tratavam apenas dos parlamentares, sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, já que 86 das 156 notícias falavam apenas dos parlamentares, contra 70 que citava a instituição legislativa. O formato predominante das notícias personalizadas do jornal maringaense foi Coluna, com 40 entradas, ou seja, 46,5% das notícias que citam só os parlamentares neste formato. O segundo formato predominante nas

notícias que não citavam a instituição foi Reportagem ou Nota, aparecendo 19 vezes nas, isto representa 22,1% das notícias que citam só os parlamentares. Das notícias institucionais, que citavam a Assembleia, o formato predominante também foi Coluna, que foi usado 38 vezes na amostra, isto é em 54,3% das notícias institucionais; seguido do formato Reportagem ou Nota que foi usado 24 vezes, isto é, em 34,3% das notícias. É importante destacar que o jornal O Diário do Norte do Paraná é o único jornal regional que não tem editoria de política.

O quinto jornal analisado foi O Paraná, de Cascavel. Nele há o predomínio das notícias institucionalizadas, pois das 643 notícias da amostra, 453 citam a Assembleia, contra menos na metade desse valor, ou seja, 190 que não citam. Nas notícias institucionalizadas o formato predominante foi Reportagem ou nota, em 221 (48,8%). O segundo formato predominante nas notícias institucionalizadas foi coluna, em 205 (45,5%). Já nas notícias que citam apenas os parlamentares, o formato predominante do jornal O Paraná foi Coluna (75,8%).

Comparando os cinco jornais analisados, percebe-se que nas notícias que citam a Assembleia, ou seja, que são institucionalizadas, o formato predominante nos jornais Folha de Londrina, Gazeta do Povo e O Paraná foi o Reportagem ou nota e nos jornais Jornal da Manhã e O Diário do Norte do Paraná foi Coluna. Já nas notícias personalizadas, que citam apenas os parlamentares, com exceção da Gazeta do Povo, que teve como formato predominante a Foto, os quatro demais jornais utilizaram mais o formato Coluna quando mencionavam apenas os parlamentares sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. Essa análise pode reafirmar o que diz Traquina (2005) sobre a importância dos meios de comunicação nas democracias de massa, sobre o duplo papel do jornalismo, de vigiar o poder político e proteger os cidadãos contra possíveis abusos dos governantes e também de fornecerem aos cidadãos informações necessárias para que possam desempenhar suas responsabilidades cívicas. O fato do formato ser mais Reportagem ou nota demonstra um texto mais imparcial e menos opinativo, principalmente quando se refere à Alep. Já o formato Coluna é de texto opinativo, com mais julgamento e valores, que aparece mais quando cita os parlamentares individualmente. Também pode-se relacionar com a Democracia de Público de Manin (1995), que seria a democracia atual, na qual o processo eleitoral e a

conquista do voto acontece por meio da construção imagética da personalidade dos líderes, que a imprensa ajuda a construir.

Em seguida, observou-se as características dos textos e comparou-se a produção das notícias feitas pelos cinco veículos analisados. Segundo Medina (2011) a produção jornalística pode ser subdividida em quatro grupos de acordo com a apresentação do conteúdo, são os chamados gêneros jornalísticos, que podem classificados como: Informativos (nota, reportagem, entrevista, título e chamada); Opinativos (editorial, comentário, artigo, coluna, carta ao leitor, resenha); Utilitários (indicadores e obituários); e Ilustrativos (ilustrações, tabelas e fotografias). Assim, observou-se as características dos textos e comparou-se a produção das notícias feitas pelos cinco veículos analisados.

Verifica-se que no jornal Folha de Londrina 53,5% das notícias são Reportagens ou notas, o que mostra a predominância do gênero informativo além dos 3,2% dos textos serem Chamada de 1ª página, que também faz parte do gênero informativo. Entretanto, 35,6% dos textos são apresentados no formato de Coluna, 0,9% são textos em formato Editorial e 3% Carta ao Leitor, se somarmos os três, totaliza 39,5% das notícias do gênero Opinativo.

Na Gazeta do Povo, jornal que mais abordou a Assembleia Legislativa e seus parlamentares, também predominou em seus textos o gênero informativo, já que 54,8% das notícias deste veículo que estão no formato Reportagem ou Nota. No gênero Opinativo: 11,4% dos textos da Gazeta do Povo são em Coluna e 11,3% são Carta do Leitor, 4,2% Artigo Assinado e 3,6% Editorial, o que totaliza 30,5% dos textos no gênero Opinativo.

O Jornal da Manhã tem 27,3% de suas notícias no formato Reportagem ou Nota e 4,5% são do formato Chamada de Primeira Página. Neste jornal há a predominância das notícias no formato Coluna com 41,3% dos textos, 10,6% dos textos estão em formato de Artigo Assinado – é importante destacar que no Jornal da Manhã os principais representantes políticos da região dos Campos Gerais têm um espaço para a publicação dos artigos assinados, como por exemplo, o artigo na seção Tribuna Livre, assinado pelo deputado Marcelo Rangel “Matrícula aos seis anos de idade” (Jornal da Manhã, 10/01/2010). Assim, o Jornal da Manhã tem o predomínio de textos gênero Opinativo, pois além do predomínio do formato Coluna, com 41,3% dos textos, 10,6% são Artigos Assinados, 0,8% Carta do Leitor e 0,4% Editorial.

O Diário do Norte do Paraná é o único jornal analisado que não possui editoria de Política, em detrimento dos demais. Neste jornal exatamente a metade, ou seja, 50% das notícias estão no formato Coluna, o segundo formato predominante é o Reportagem ou Nota com 27,6%, neste jornal não houve Artigo Assinado ou Editorial. É importante ressaltar que foi no O Diário do Norte do Paraná onde predominou o formato Fotografia representando 17,3% das notícias deste jornal, pois foi comum verificar fotos dos parlamentares em colunas sociais do jornal, por exemplo, a foto do deputado Evandro Junior na seção HD News, com a legenda “Em breve uma nova empresa de construção em Maringá. Na foto (....) Teruo Kato (...)” (O Diário do Norte do Paraná, 05/02/2010).

No jornal O Paraná predominou o formato Coluna, com 54,4%, seguido pelo formato Reportagem ou Nota com 37,5%, ou seja, o gênero Opinativo. O formato Chamada de Primeira Página apareceu 3,1%.

As chamadas de primeira página que mostram a maior visibilidade do tema também foram predominantes no jornal Gazeta do Povo, representando 6,7% das notícias analisadas. O segundo jornal que mais deu notícias de primeira página sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares foi o Jornal da Manhã com 5,6% de suas notícias, seguido pelo Diário do Norte do Paraná com 4,5% de suas notícias em primeira página, Folha de Londrina com 3,2% de notícias em primeira página e O Paraná com 3,1%.

Pode-se verificar que o jornal das duas maiores cidades Gazeta do Povo de Curitiba e Folha de Londrina, de Londrina tem o predomínio do gênero Informativo, enquanto os três jornais Jornal da Manhã, de Ponta Grossa, O Diário do Norte do Paraná, de Maringá e O Paraná, de Cascavel tem o predomínio de textos do gênero Opinativo. Embora verificando apenas o gênero predominante não seja possível estabelecer a qualidade dos textos, como afirma Gomes (2007), é importante ressaltar que o reconhecimento e a distinção de um veículo estão na quantidade e qualidade de materiais exclusivos produzidos, pois isso gera assinantes e prestígio interno no campo. Esse tipo de material geralmente é de gênero informativo, baseado em fontes e dados que comprovem o fato, e não em opiniões.

A Tabela 2 apresenta os tamanhos em centímetros quadrados das notícias que citam a Assembleia e que citam apenas os deputados estaduais do Paraná nos jornais analisados. As notícias que não citam a Assembleia Legislativa,

mencionando apenas os parlamentares, têm um tamanho médio de 136,88 centímetros quadrados no jornal Folha de Londrina. Já as notícias que citam a Alep no mesmo jornal tem uma média de 258,99 centímetros quadrados, ou seja, são quase o dobro do tamanho. A soma da amostra de notícias da Folha de Londrina que não cita a Alep corresponde a 11489 centímetros quadrados, contra 90127 da soma das notícias que citam a Alep, ou seja, quase 8 vezes mais espaço para as notícias institucionalizadas na Folha de Londrina.

TABELA 2- Tamanhos das notícias que citam a Alep e não citam nos jornais analisados (cm²)

JORNAL			
Cita só Deputados	Folha de Londrina	N	84
		Média	136,88
		Desvio padrão	203,542
		Soma	11498
	Gazeta do Povo	N	80
		Média	175,00
		Desvio padrão	197,878
		Soma	14000
	Jornal da Manhã	N	184
		Média	164,49
		Desvio Padrão	190,651
		Soma	30265
	O Diário do Norte do Paraná	N	86
		Média	133,33
		Desvio Padrão	183,758
		Soma	11466
O Paraná	N	190	
	Média	217,519	
	Desvio Padrão	130,815	
	Soma	9861	
Cita Assembleia	Folha de Londrina	N	348
		Média	258,99
		Desvio padrão	246,281
		Soma	90127
	Gazeta do Povo	N	771
		Média	603,47
		Desvio padrão	561,841
		Soma	465276
	Jornal da Manhã	N	371
		Média	142,36
		Desvio Padrão	199,405
		Soma	45127
	O Diário do Norte do Paraná	N	70
		Média	272,89
		Desvio Padrão	456,974
		Soma	19102
O Paraná	N	453	
	Média	298,53	
	Desvio Padrão	291,86	
	Soma	62604	

FONTE- AUTORA (2012)

No jornal Gazeta do Povo as notícias institucionalizadas, que citam a Alep também aparecem em um volume muito maior, são 80 notícias que não citam a Assembleia, contra 771 que citam.

O Jornal da Manhã, embora também tenha mais notícias que citam a Assembleia, a diferença da quantidade é bem menor que dos jornais Folha de Londrina e Gazeta do Povo. No Jornal da Manhã 184 notícias são apenas sobre os parlamentares, sem citar a instituição, com um tamanho médio de 164,49 centímetros quadrados. No mesmo jornal, são 317 notícias institucionalizadas, mas com tamanho menor, 142,36 centímetros quadrados, o jornal destoa dos dois primeiros analisados anteriormente.

O Diário do Norte do Paraná é o único onde há mais notícias que se referem apenas aos parlamentares, de um total de 156 notícias analisadas, 86 não citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e tem um tamanho médio de 133,33 centímetros quadrados, somando um total de 11466 centímetros quadrados de notícias que não citam a Alep. Já nas 70 notícias que citam a instituição além dos parlamentares, o tamanho médio é de 272,89 centímetros quadrados, somando uma área total na amostra de 19101 centímetros quadrados, ou seja, as notícias institucionais maiores, embora em menor volume.

Finalmente no jornal O Paraná, 190 das 646 notícias não citam a Assembleia, essas notícias tem um tamanho médio de 217,519 centímetros quadrados, cuja soma da amostra representa 9861 centímetros quadrados. Das notícias que citam a Assembleia na amostra analisada deste jornal de 453 entradas de notícias, o tamanho médio foi de 298,53 centímetros quadrados, embora um pouco maior, não muito significativo.

O desvio padrão calculado é a medida de variabilidade mais usada como índice de dispersão, além de ser a mais confiável no que diz respeito à generalização da amostra. “O desvio padrão é a raiz média quadrática dos desvios calculados em relação à média aritmética da série” (CERVI, 2011, p.69). Quanto ao desvio padrão foram obtidos os seguintes resultados nas notícias que citam apenas os deputados: Gazeta do Povo = 197,878 ; O Diário do Norte do Paraná = 183,758; Folha de Londrina= 203,542; Jornal da Manhã =190,651 e O Paraná = 130,815. Isso representa que o jornal com maior heterogeneidade de tamanho dos textos é a Folha de Londrina, que apresenta o maior desvio padrão, de 203,542. Já o veículo

com as notícias de tamanhos mais semelhantes, ou seja, mais homogêneo é O Paraná, que tem o menor desvio padrão, de 130,815.

Em relação às notícias que citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, os resultados dos desvios padrões obtidos foram: Gazeta do Povo= 561,841; O Diário do Norte do Paraná= 456,974; Folha de Londrina = 246,281; Jornal da Manhã= 199,405 e O Paraná = 291,86. Isso representa que o jornal com maior heterogeneidade de tamanho dos textos que citam a Casa de Leis é a Gazeta do Povo, que apresenta o maior desvio padrão, de 561,841. Já o veículo com as notícias de tamanhos mais semelhantes, ou seja, mais homogêneo é o Jornal da Manhã, que tem o menor desvio padrão, de 199,405.

Também se analisou a valência dos textos, segundo critério estabelecido pela IESP: 1. Positiva – texto sobre ou com candidato abordando ações de sua iniciativa; auto declarações ou declarações de terceiros favoráveis (avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato ou a instituição; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis; 2. Negativa - Texto que reproduz ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor ou de terceiros a respeito da atuação do candidato ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis; 3. Neutra - Agenda do candidato, citação sem avaliação moral, política ou pessoal. Simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação com respeito à posição do candidato; 4. Equilibrada- Texto que reproduz aspectos positivos e negativos do candidato ou da instituição com intensidades muito semelhantes, gerando equilíbrio de opiniões/abordagens contidas nas entradas.

Em relação à valência, nos textos que citam somente os deputados estaduais, verificou-se no jornal Folha de Londrina que nas notícias que citam apenas os deputados predomina-se a valência positiva em 46,4% dos textos no formato Reportagem ou nota, a valência negativa foi predominante em 21,4% dos textos que citam apenas os parlamentares, seguido de 16,7% de valência neutra e 15,5% de valência equilibrada. Ainda na Folha de Londrina, nas notícias que citavam a Casa de Leis, a valência predominante manteve-se a positiva, embora tenha caído de 46,4% para 39,9%. Ao citar a Alep a valência neutra ultrapassou a negativa, representando 21%, depois a negativa, 20,3% e por fim a equilibrada 18,8%.

No jornal Gazeta do Povo, nas notícias que citavam apenas os parlamentares, a valência predominante foi a neutra (43,8%), seguida da negativa (27,5%), depois equilibrada (16,3%) e em menor quantia a positiva (12,5%). Ao citar a Alep, a valência predominante passou a ser a equilibrada (31,9%), seguida da negativa (29,8%), neutra (28,4%) e positiva (9,9%). O aumento das valências equilibradas e negativas e a redução da valência neutra acontecem em decorrência da série de denúncias dos chamados “Diários Secretos”, que foram Diários Oficiais do poder legislativo que foram ocultados e posteriormente descobertos e denunciados pela imprensa. Esses Diários tinham indícios de corrupção, desvio de verbas, funcionários fantasmas, dentre outros crimes. São notícias como: “Diretor-geral da AL pede afastamento” (Gazeta do Povo, 19/03/2010), “Coluna do Leitor – Diários Secretos 3” (Gazeta do Povo, 19/03/2010) e “Ministério Público recusa parceria para investigar AL” (Gazeta do Povo, 27/03/2010); citam a Assembleia e tem valência negativa.

No Jornal da Manhã, quando citados apenas os parlamentares a valência predominante foi a positiva (63%), seguida da negativa e neutra, ambas com 13% e equilibrada (10,3%). Quando a instituição é citada, reduz-se em 10% as notícias com valência positiva, que passam para 53% das notícias que citam a instituição, seguido de equilibrada (20,3%) e neutra (18,1%), a valência negativa também é reduzida quando cita a instituição, passando para 8,2%. Nota-se que neste veículo as notícias institucionais têm valências mais neutras e equilibradas, tentando ser um pouco mais imparcial. O Diário do Norte do Paraná que tem o predomínio das notícias personalizadas, citando apenas os parlamentares, quando não menciona a Alep, mas apenas os deputados estaduais, tem em suas reportagens ou notas o predomínio da valência Positiva (79,1%), seguida da Equilibrada (12,8%), Neutra (7%) e Negativa (1,2%). Ao citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná aumenta-se muito a valência negativa e conseqüentemente, diminuem-se as notícias com valência positiva. Nas reportagens ou notas que citam a Casa de Leis há o predomínio das notícias com valência positiva (61,2%), seguido de negativa (20,4%), Neutra (14,3%) e Equilibrada (4,1%).

TABELA 3 – Valência das notícias que citam os deputados estaduais e a Alep

JORNAL			N	%
Cita só Deputados	Folha de Londrina	Positiva	39	46,4
		Negativa	18	21,4
		Neutra	14	16,7
		Equilibrada	13	15,5
		Total	84	100,0
	Gazeta do Povo	Positiva	10	12,5
		Negativa	22	27,5
		Neutra	35	43,8
		Equilibrada	13	16,3
	Jornal da Manhã	Total	80	100,0
		Positiva	116	63,0
		Negativa	24	13,0
		Neutra	25	13,6
	O Diário do Norte do Paraná	Equilibrada	19	10,3
		Total	184	100,0
		Positiva	68	79,1
		Negativa	1	1,2
	O Paraná	Neutra	6	7,0
		Equilibrada	11	12,8
Total		86	100,0	
Positiva		110	57,9	
Cita Assembleia	Folha de Londrina	Negativa	11	5,8
		Neutra	28	14,7
		Equilibrada	41	21,6
		Total	190	100,0
		Positiva	108	39,9
	Gazeta do Povo	Negativa	55	20,3
		Neutra	57	21,0
		Equilibrada	51	18,8
		Total	271	100,0
		Positiva	66	9,9
	Jornal da Manhã	Negativa	199	29,8
		Neutra	190	28,4
		Equilibrada	213	31,9
		Total	668	100,0
		Positiva	150	53,4
	O Diário do Norte do Paraná	Negativa	23	8,2
		Neutra	51	18,1
		Equilibrada	57	20,3
		Total	281	100,0
Positiva		30	61,2	
O Paraná	Negativa	10	20,4	
	Neutra	7	14,3	
	Equilibrada	2	4,1	
	Total	49	100,0	
	Positiva	162	47,9	
	Negativa	29	8,6	
	Neutra	78	23,1	
	Equilibrada	69	20,4	
	Total	338	100,0	

FONTE: AUTORA (2012)

No jornal O Paraná, nas notícias personalizadas, que não mencionam a Alep a valência predominante é a positiva (57,9%), seguido da equilibrada (21,6%), Neutra (14,7%) e negativa (5,8%). Nas notícias institucionalizadas, novamente vê-se

a diminuição das notícias com valência positiva em relação às personalizadas, sendo ainda assim a valência positiva a predominante (47,9%), seguido da neutra (23,1%), equilibrada (20,4%) e negativa (8,6%). Há novamente o aumento das notícias de valência negativa quando citada a Alep.

5.2.1 Os temas das notícias que abordam a Assembleia Legislativa e seus parlamentares

Como este trabalho se baseia na ideia de que a comunicação e o jornalismo têm como um de seus principais papéis funcionarem como instrumento educador e favorecedor da democracia, acredita-se que a análise dos temas tratados nas notícias que mencionam os deputados estaduais e da Assembleia Legislativa do Paraná são importantes, pois elas podem agendar temas para o debate público. Além da questão abordada por Miguel (2002) em relação às interferências entre a mídia e a esfera política, devido ao poder de influência que uma exerce sobre a outra. Como afirma Champagne (1998) a política é uma luta simbólica, pela qual cada ator busca triunfar sua visão de mundo impondo-a ao maior número de sujeitos, e a imprensa pode colaborar para os atores divulgarem suas ideias.

Para saber qual o assunto predominante nas notícias sobre a Alep, os textos foram classificados de acordo com doze temas gerais: 1. Campanha Eleitoral, 2. Político-institucional, 3. Economia, 4. Política Social, 5. Infraestrutura e meio ambiente, 6. Violência e Segurança, 7. Ético-moral, 8. Política para Esporte, 9. Cultura / variedades, 10. Política Estadual / Nacional, 11. Política Internacional, 12. Outros.

Nas matérias que citam apenas os deputados estaduais e não cita a instituição legislativa, verificou-se a predominância do tema Político-institucional nos jornais Folha de Londrina (50%), Gazeta do Povo (58,8%), O Diário do Norte do Paraná (33,7%) e O Paraná (91,6%). O único jornal que teve como tema predominante o Campanha Eleitoral foi o Jornal da Manhã, do município de Ponta Grossa. No Jornal da Manhã 39,1% das notícias que mencionam apenas os parlamentares tem como tema principal as eleições e 29,9% tem como tema principal o político-institucional.

Ainda nas notícias que citam apenas os parlamentares, o tema Campanha Eleitoral é o segundo que mais aparece nos jornais Folha de Londrina (19%), assim

como Ético-moral (19%) e também no O Diário do Norte do Paraná (27,9%). O tema Ético-moral é o segundo predominante nos jornais Gazeta do Povo (16,3%) e O Paraná (2,6%), embora em proporções muito diferentes.

TABELA 4- Presença dos temas gerais nas notícias

		Folha de Londrina	Gazeta do Povo	Jornal da Manhã	O Diário do Norte do Paraná	O Paraná	Total
Cita somente os deputados	Campanha Eleitoral	16 (19%)	9 (11,3%)	72 (39,1%)	24 (27,9%)	1 (0,5%)	122 (19,6%)
	Político-institucional	42 (50%)	47 (58,8%)	55 (29,9%)	29(33,7%)	174(91,6%)	347(55,6%)
	Economia	0	1 (1,3%)	2 (1,1%)	0	1 (0,5%)	4 (0,6%)
	Política Social	1 (1,2%)	0	16 (8,7%)	5 (5,8%)	3 (1,6%)	25 (4%)
	Infraestrutura e meio ambiente	1 (1,2%)	1 (1,3%)	13 (7,1%)	2 (2,3%)	1 (0,5%)	18 (2,9%)
	Violência e segurança	2 (2,4%)	1 (1,3%)	5 (2,7%)	3 (3,5%)	1 (0,5%)	12(1,9%)
	Ético-moral	16 (19%)	13 (16,3%)	9 (4,9%)	1 (1,2%)	5 (2,6%)	44 (7,1%)
	Política para Esporte	0	0	0	1 (1,2%)	0	1 (0,2%)
	Cultura variedades	0	4 (5%)	2 (1,1%)	0	0	6 (1%)
	Outros	6 (7,1%)	4 (5%)	10 (5,4%)	21 (24,4%)	4 (2,1%)	45 (7,2%)
Total	84 (100%)	80 (100%)	184(100%)	86(100%)	190(100%)	624(100%)	
	Político-institucional	291 (83,6%)	468 (60,7%)	173 (54,6%)	44(62,9%)	427(94,3%)	1403(71,6%)
	Economia	2 (0,6%)	15 (1,9%)	4 (1,3%)	0	0	21 (1,1%)
	Política Social	7 (2%)	1 (0,1%)	14 (4,4%)	3 (4,3%)	1 (0,2%)	26 (1,3%)
	Infraestrutura e meio ambiente	0	2 (0,3%)	14 (4,4%)	3 (4,3%)	5 (1,1%)	24 (1,2%)
	Violência e segurança	0	3 (0,4%)	7 (2,2%)	0	1(0,2%)	11 (0,6%)
	Ético-moral	36 (10,3%)	200 (25,9%)	36 (11,4%)	2(2,9%)	2 (0,4%)	276 (14,1%)
	Política para Esporte	0	0	0	0	4 (0,9%)	4 (0,2%)
	Cultura variedades	0	2 (0,3%)	1 (0,3%)	0	0	3 (0,2%)
	Política Estadual Nacional	0	3 (0,4%)	3 (0,9%)	0	0	6 (0,3%)
	Outros	0	46 (6,0%)	14 (4,4%)	5 (7,1%)	1(0,2%)	66 (3,4%)
	Total	348 (100%)	771 (100%)	317 (100%)	70 (100%)	453 (100%)	1959 (100%)

FONTE – AUTORA (2013)

Nas notícias em que a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná é mencionada, em todos os cinco jornais analisados, sem exceção, o tema predominante foi o Político Institucional, o tema esteve presente em 83,6% das notícias institucionalizadas da Folha de Londrina; em 60,7% das notícias da Gazeta do Povo; em 54,6% das notícias que falavam da Alep no Jornal da Manhã; em 62,9% das notícias do O Diário do Norte do Paraná e em 94,3% das notícias institucionalizadas do O Paraná. O tema Campanha Eleitoral desaparece das notícias que citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. O tema Ético-moral é o segundo predominante nos jornais Folha de Londrina (10,3%), Gazeta do Povo (25,9%) e Jornal da Manhã (11,4%).

O enquadramento noticioso dos textos jornalísticos também foi identificado neste trabalho. No entanto, ele só vale para as notícias no formato Reportagem ou Nota. A categorização utilizada é adaptada de Porto (2005), cujo objetivo é debater uma nova perspectiva para entender a mídia observando os ângulos das notícias. Essa variável é aplicada para os textos informativos – notas e reportagens. Podem ser classificados como: 1. Eleitora I- quando trata de assunto relacionado às eleições (Porto classifica como Corrida de Cavalos - para matérias que tratam da evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos, dando ênfase a quem está na frente, avançando ou ficando para trás nos resultados das pesquisas eleitorais, mas as como o foco deste estudo não são os desempenhos dos candidatos e as eleições em si, mudou-se o nome para Eleitoral); 2. Personalista – quando dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional, enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos; 3. Temático – quando interpreta posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha e de seus valores. Dá ênfase às plataformas partidárias ou programas para diferentes temas; 4- Episódicos – restringe-se a relatar acontecimentos recentes, sem o enfoque característico dos outros três enquadramentos. É descritivo e orientado por acontecimentos que geram reações do público. Desconsidera aspectos mais amplos do evento, pode ser um simples relato de fatos ou declarações dos atores políticos.

Em relação ao enquadramento das reportagens, verificou-se que quatro dos cinco jornais analisados, quando a instituição Assembleia Legislativa do Paraná não é citada, o enquadramento predominante é o Personalista, ou seja, aquele que dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional, enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos.

Na Folha de Londrina e na Gazeta do Povo, 50% das reportagens estão sob o enquadramento personalista. No Jornal da Manhã, 56%, e no O Diário do Norte do Paraná, 68%. Somente no jornal O Paraná que as notícias que falam somente dos deputados possuem em sua maioria o enquadramento temático, 80% delas estão sob este enquadramento predominante. Nos jornais Folha de Londrina e no Jornal

da Manhã, o segundo enquadramento que mais aparece é o Temático. Já na Gazeta do Povo é o episódico, devido às notícias de denúncias. No O Diário do Norte do Paraná, o segundo enquadramento predominante é o Episódico. E no O Paraná, as demais notícias que não estão enquadradas como Temáticas, se igualam em porcentagem nos enquadramentos Personalista e Episódico.

TABELA 5- Enquadramento das Reportagens e notas

		Eleitoral	Personalista	Temático	Episódico	
Cita somente os deputados	Folha de Londrina	3 (16,7%)	9 (50%)	5 (27,8%)	1 (5,6%)	18 (100%)
	Gazeta do Povo	0	8 (50%)	3 (18,8%)	5 (31,3%)	16 (100%)
	Jornal da Manhã	4 (9,1%)	25 (56,8%)	11 (25%)	4 (9,1%)	44 (100%)
	O Diário do N. do Paraná	0	13 (68,4%)	2 (10,5%)	4 (21,1%)	19 (100%)
	O Paraná	0	2 (10%)	16 (80%)	2 (10%)	20 (100%)
Total		7 (6%)	57 (48,7%)	37 (31,6%)	16(13,7%)	117(100%)
Cita a Assembleia	Folha de Londrina	4 (1,9%)	31 (14,6%)	146 (68,5%)	32 (15%)	213(100%)
	Gazeta do Povo	37 (8,2%)	76 (16,9%)	205 (45,6%)	123 (29,3%)	450(100%)
	Jornal da Manhã	3 (3,3%)	42(45,7%)	35 (38%)	12 (13%)	92 (100%)
	O Diário do N. do Paraná	0	11 (45,8%)	9 (37,5%)	4 (16,7%)	24 (100%)
	O Paraná	2 (0,9%)	41 (18,6%)	141 (63,8%)	37 (16,7%)	221(100%)
Total		46 (4,6%)	201 (20,1%)	536 (53,6%)	217 (21,7%)	1000(100%)

FONTE – AUTORA (2013)

Entretanto, ao mencionar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, o enquadramento predominante passa a ser o temático. Na Folha de Londrina, 68,5% das notícias institucionalizadas estão sob este enquadramento. Na Gazeta do Povo são 45,6% das notícias institucionalizadas com enquadramento Temático, no Jornal da Manhã são 38%, no O Diário do Norte do Paraná são 37% e no O Paraná são 63,8%. Como afirma (ENTMAN, 1993, p.52-54), do ponto de vista operacional o enquadramento envolve a seleção do que é narrado na busca de deixar a informação mais noticiável e significativa para a audiência. O enquadramento determina também a maneira a realidade e os fatos são percebidos e devem ser salientados, assim, quando individuais os parlamentares são mais importantes como atores, mas quando mencionada a Alep, esta passa a ser mais destacada e enfatizada no texto.

Finalmente, comparou-se os deputados mais citados nos jornais analisados dos cinco maiores municípios do Paraná e tentou relacioná-los com os parlamentares mais votados nas eleições de 2010 nestas cinco cidades.

No jornal Folha de Londrina, os deputados mais citados durante o período analisado foram: Valdir Rossoni, que aparece em 16,2% das notícias, entretanto ele foi presidente da Assembleia na 17ª Legislatura, iniciada em 2011. O segundo deputado mais citado na Folha de Londrina foi Nelson Justus, presidente da Casa na 16ª Legislatura que contempla o ano de 2010 analisado nesta pesquisa. O terceiro deputado mais citado pelo jornal é Ademar Traiano, que aparece em 6% das notícias, seguido de Luiz Claudio Romanelli (5%), Alexandre Curi (4,3%) que é vice-presidente da 16ª Legislatura que contempla o ano de 2010, o sexto mais citado é Tadeu Veneri (4%), o sétimo mais citado foi Ênio Verri (3,7%) e o oitavo mais citado Antonio Belinati que aparece em 2,8% das notícias da amostra analisada da Folha de Londrina.

Segundo os dados do Tribunal Regional Eleitoral do Estado do Paraná (TRE-PR), na cidade de Londrina o deputado estadual mais votado nas eleições de 2010 foi Luiz Eduardo Cheida que teve 29.488 votos, o que representa 11,76% dos votos válidos, sendo eleito, seguido por Antonio Carlos Salles Belinati com 25.699 votos, o que representa 10,24% dos votos válidos, Salles Belinati é sobrinho de Antonio Belinati e seu herdeiro político- Antonio Belinati não se candidatou devido a Lei da Ficha Limpa- mas Antonio Carlos ficou como suplente. Londrina elegeu apenas um deputado nesta eleição. Isso mostra que não houve nenhuma relação entre os deputados mais citados no jornal Folha de Londrina e os mais votados no município.

No jornal Gazeta do Povo, novamente os presidentes da Casa foram os mais mencionados, Nelson Justus aparece em 16,8%, vale destacar que ele foi o presidente durante a série de denúncias dos “Diários Secretos”, seguido por Valdir Rossoni, presidente na legislatura seguinte, mencionado em 13,2% das notícias. O terceiro parlamentar mais mencionado é o vice-presidente de Nelson Justus, Alexandre Curi (5,3%). O quarto deputado que mais aparece nas notícias da Gazeta do Povo é Luiz Claudio Romanelli (4,3%), o quinto Tadeu Veneri (4%), o sexto Ademar Traiano (3,9%). Na Gazeta do Povo também não há nenhuma relação entre os deputados mais citados com os mais votados na cidade de Curitiba no ano de 2010. O deputado estadual mais votado em Curitiba nas eleições de 2010 foi Ney

Leprevost, com 57.937 votos, ele não aparece entre os oito parlamentares mais citados na Gazeta do Povo. O segundo mais votado foi Gilberto Ribeiro, com 41.710, ele também não aparece na lista dos oito mais citados. Nem o terceiro mais votado, Mauro Morais e nem o quarto deputado estadual mais votado, Jose Roberto Aciolli. Apenas o quinto mais votado, Tadeu Veneri, aparece na lista dos mais citados na Gazeta do Povo. Assim, não há relação entre o número de citações e as votações. Os dois mais votados são pouco mencionados no jornal, e Gilberto Ribeiro é apresentador de televisão de um programa popular de notícias.

No Jornal da Manhã, de Ponta Grossa, o deputado estadual mais presente nas notícias da amostra analisada é Plauto Miró aparece em 19,8% das notícias, seguido do deputado estadual Marcelo Rangel que aparece em 18,5% das notícias estudadas deste veículo. O terceiro parlamentar mais citado foi o presidente da Casa Valdir Rossoni (14,2%). O quarto parlamentar mais citado no veículo pontagrossense foi Pércles Mello (10,5%) e Jocelito Canto (6,5%). Vale ressaltar que com exceção de Valdir Rossoni, os demais quatro parlamentares tem sua base eleitoral concentrada na região de Ponta Grossa.

Em relação aos deputados estaduais mais votados na cidade de Ponta Grossa, a cidade reelegeu quatro parlamentares: Marcelo Rangel foi o mais votado com 37.635 votos, sendo o segundo mais citado no Jornal da Manhã e Plauto Miró foi o segundo deputado mais votado no município, com 27.327 votos, sendo o deputado mais citado no jornal. Vale destacar que após reeleito Plauto se tornou o primeiro secretário de Valdir Rossoni. Pércles Mello foi o terceiro mais votado, com 27.129, ele foi o quarto parlamentar mais citado no Jornal da Manhã. Jocelito Canto, o quinto mais citado não concorreu às eleições devido a Lei da Ficha Limpa.

No jornal de Maringá, O Diário do Norte do Paraná, os deputados mais citados na amostra analisada dos anos de 2010 e 2011 foram: Ênio Verri, que é citado em 23,7% das notícias, Dr Batista, que aparece em 11,1% das notícias, Luiz Nishimori, que aparece em 8,1% das notícias. Em quarta posição estão Cida Borghetti e Wilson Quinteiro, citados em 7,4% das notícias cada um.

TABELA 6- Deputados mais citados nos jornais regionais

Deputados mais citados na Folha de Londrina	Frequência	%
Valdir Rossoni	57	16,2%
Nelson Justus	41	11,6%
Ademar Traiano	21	6%
Luiz Claudio Romanelli	19	5%
Alexandre Curi	15	4,3%
Tadeu Veneri	14	4%
Énio Verri	13	3,7%
Antonio Belinati	10	2,8%
Total	352	100%
Cita somente a Alep	80	
Total	432	
Deputados mais citados na Gazeta do Povo		
Nelson Justus	121	16,8%
Valdir Rossoni	95	13,2%
Alexandre Curi	38	5,3%
Luiz Claudio Romanelli	31	4,3%
Tadeu Veneri	29	4%
Ademar Traiano	28	3,9%
Antonio Anibelli	20	2,8%
Jocelito Canto	18	2,5%
Total	721	100%
Cita somente a Alep	130	
Total	851	
Deputados mais citados no Jornal da Manhã		
Plauto Miró	92	19,8
Marcelo Rangel	86	18,5
Valdir Rossoni	66	14,2
Péricles Mello	49	10,5
Jocelito Canto	30	6,5
Nelson Justus	16	3,4
Total	465	100%
	36	
	501	
O Diário do Norte do Paraná		
Énio Verri	32	23,7
Dr Batista	15	11,1
Luiz Nishimori	11	8,1
Cida Borghetti	10	7,4
Wilson Quinteiro	10	7,4
Total	135	100,0
	21	
	156	
Deputados mais citados no O Paraná		
Valdir Rossoni	92	17,4
Luiz Claudio Romanelli	27	5,1
Nelson Justus	25	4,7
Ademar Traiano	24	4,5
Elio Rusch	24	4,5
Plauto Miró	19	3,6
Reni Pereira	18	3,4
Nereu Moura	17	3,2
Tadeu Veneri	15	2,8
Elton Welter	14	2,7
Total	643	

FONTE – AUTORA (2013)

O Dr. Batista, o segundo parlamentar mais citado no jornal obteve o segundo maior número de votos, sendo eleito com 27.200 votos. E Wilson Quinteiro, que ocupou juntamente com Cida Borguetti a quarta posição de parlamentar mais citado, ficou suplente com 25.914 votos, sendo o terceiro mais votado. Cida Borguetti concorreu à Câmara dos Deputados e foi eleita. Neste jornal consegue-se estabelecer uma relação entre os parlamentares mais citados e os mais votados em Maringá.

TABELA 6- Deputados mais votados nos cinco maiores municípios do Estado

	Votos	Situação	% votos válidos
Deputados mais votados em Londrina			
Luiz Eduardo Cheida	29.488	Eleito	11,76
Antonio Carlos Salles Belinati	25.699	Suplente	10,24
Tercilio Luiz Turini	25.342	Suplente	10,10
Jose Roque Neto	22.605	Suplente	9,01
Nedson Luiz Micheleti	7.491	Suplente	2,99
Deputados mais votados em Curitiba			
Ney Leprevost Neto	57.937	Eleito	5,90
Jose Gilberto do Carmo Alves Ribeiro	41.710	Eleito	4,25
Mauro Rafael Moraes e Silva	36.302	Eleito	3,70
Jose Roberto Aciolli dos Santos	31.740	Eleito	3,23
Antonio Tadeu Veneri	31.556	Eleito	3,21
Osmar Stuart Bertoldi	29.100	Eleito	2,96
Rafael Valdomiro Greca de Macedo	23.526	Suplente	2,40
Deputado Estadual mais votado em Ponta Grossa			
Marcelo Rangel Cruz de Oliveira	37.635	Eleito	22,42
Plauto Miró Guimarães Filho	27.327	Eleito	16,28
Péricles de Hollben Mello	27.129	Eleito	16,16
Deputado Estadual mais votados em Maringá			
Ênio José Verri	29.600	Eleito	15,82
Manoel Batista da Silva Junior	27.200	Eleito	14,53
Wilson Luiz Darienzo Quinteiro	25.914	Suplente	13,85
Ulisses de Jesus Maia Kotsifas	16.304	Suplente	8,71
Evandro Buquera de Freitas Oliveira	15.011	Eleito	8,02
Deputado Estadual mais votado em Cascavel			
André Vinicius Bueno	34.963	Eleito	25,03
Adelino Ribeiro Silva	22.428	Eleito	16,06
Leonardo Paranhos da Silva	16.115	Media	11,54
Francisco Menin	14.172	Suplente	10,15
José Rodrigues Lemos	8.456	Eleito	6,05

FONTE – TRE-PR

Comparando os deputados mais citados no jornal O Diário do Norte do Paraná com os mais votados nas eleições de 2010 verificou-se que Ênio Verri que foi o mais citado, foi também o que conseguiu maior votação, sendo eleito com 29.600 votos.

No jornal O Paraná, da cidade de Cascavel o deputado que mais aparece nas notícias é o presidente da 17ª legislatura, Valdir Rossoni (17,4%), em seguida Luiz Claudio Romanelli (5,1%), depois Nelson Justus, seguido por Ademar Traiano e Élio Rusch, ambos citados em 4,5% das notícias. No O Paraná, assim como na Gazeta do Povo e na Folha de Londrina, não há relação entre os deputados mais citados no jornal com os que obtiveram mais votos nas eleições 2010. Pois, o deputado mais votado foi André Bueno, com 34.963 votos e em segundo lugar estava Adelino Ribeiro da Silva, com 22.428 votos, sendo que nenhum deles está entre os mais citados.

É importante ressaltar que não está sendo feita nenhuma relação de causalidade entre a quantidade de citações do parlamentar e os votos que ele recebeu, mas uma análise comparativa para tentar estabelecer uma relação da influência da agenda da mídia e da influência na conduta dos cidadãos.

6 CONCLUSÃO

Com a análise de 2.583 notícias coletadas a partir de uma amostra de 530 edições referentes ao período de 2010 e 2011, nos jornais Gazeta do Povo, Folha de Londrina, Jornal da Manhã, O Diário do Norte do Paraná e O Paraná foi possível apresentar um panorama da produção noticiosa que os veículos fizeram sobre a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seus parlamentares durante a 16ª e 17ª legislatura. Com o estudo do tamanho dos textos, do formato, da temática, do enquadramento dos textos, da valência e a verificação da prioridade aos parlamentares ou a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná em detrimento dos parlamentares, é possível responder qual é a visibilidade, a abordagem dada à Assembleia Legislativa Estadual e seus parlamentares nas notícias dos jornais impressos do Estado do Paraná.

A comparação dos diferentes veículos regionais do estado foi importante para perceber as características de tratamento da notícia dado por cada periódico. Separar as notícias que tratam apenas dos parlamentares e aquelas que mencionam a instituição foi relevante para verificar se havia diferença no tratamento dos atores, e isso foi constatado, como será explicado a seguir. Nota-se que a cobertura feita pelos cinco veículos apresenta, em determinados momentos da análise, proximidades e divergências que apontam para resultados significativos a respeito da sua contribuição no processo de difusão da informação do tema analisado.

A pesquisa evidenciou a influência de fatores internos e externos para justificar as diferenças nas coberturas dos periódicos. As explicações foram baseadas na influência organizacional dos veículos, relacionando com o porte dos mesmos, o contexto em que se inserem e na abordagem de eventos episódicos como os tratados na série de reportagens denunciativas dos Diários Secretos da Gazeta do Povo, que descobriu Diários Oficiais do Legislativo que foram ocultados por apresentarem indícios de corrupção. Estas notícias começaram a ser publicadas no primeiro semestre de 2010.

Na Gazeta do Povo, das 851 notícias deste jornal, 771 citaram a instituição Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, ou seja, a grande maioria das notícias deste jornal são institucionalizadas. O formato predominante nas notícias que citam a Alep foi o Reportagem ou nota, já que 450 (58,4%). Já as notícias personalizadas

– que citavam apenas os parlamentares sem mencionar a Alep - eram apenas 10% do total de notícias da amostra deste jornal, ou seja, 80 notícias. As notícias de denúncias e a série “Diários Secretos” foi uma pauta exclusiva deste veículo.

Na Folha de Londrina, verificou-se 348 das 432 entradas de notícias citam Alep e 213 (61,2%) estão no formato Reportagem ou nota. A quantidade das notícias não institucionalizadas na Folha de Londrina é cinco vezes menor que a quantidade das institucionalizadas, pois das 432 entradas de notícias coletada na amostra, apenas 84 eram personalizadas, ou seja, tratavam apenas de um ou mais de um parlamentar.

O Jornal da Manhã, da Ponta Grossa, também citava a Assembleia Legislativa do Paraná na maior parte de suas notícias, das 501 entradas de notícias do veículo, 317 citavam a Casa de Leis, ou seja, eram institucionalizadas, com formato predominantemente de Coluna.

No jornal O Diário do Norte do Paraná, do município de Maringá foi o único jornal dos cinco analisados, que deu mais destaque para notícias que tratavam apenas dos parlamentares, sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, pois 86 das 156 notícias falavam apenas dos parlamentares, contra 70 que citava a instituição legislativa. É importante destacar que o jornal O Diário do Norte do Paraná é o único jornal regional que não tem editoria de política.

O quinto jornal analisado foi O Paraná, de Cascavel. Nele há o predomínio das notícias institucionalizadas, pois das 643 notícias da amostra, 453 citam a Assembleia, contra menos na metade desse valor, ou seja, 190 que não citam. Nas notícias institucionalizadas o formato predominante foi Reportagem ou nota, em 221 (48,8%).

Comparando os cinco jornais analisados, percebe-se que nas notícias que citam a Assembleia, ou seja, que são institucionalizadas, o formato predominante nos jornais Folha de Londrina, Gazeta do Povo e O Paraná foi o Reportagem ou nota e nos jornais Jornal da Manhã e O Diário do Norte do Paraná foi Coluna. Já nas notícias personalizadas, que citam apenas os parlamentares, com exceção da Gazeta do Povo, que teve como formato predominante a Foto, os quatro demais jornais utilizaram mais o formato Coluna quando mencionavam apenas os parlamentares sem citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

O gênero Informativo predomina nos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina, enquanto o Opinativo predomina nos demais: Jornal da Manhã, O Diário do Norte do Paraná e O Paraná.

A Gazeta do Povo foi o jornal que mais disponibilizou espaço em sua primeira página para noticiar a Alep, sendo que (6,7%) estavam nesta localização. O segundo veículo que mais noticiou a Alep ou os deputados na primeira página foi o Jornal da Manhã (5,6%) e o que menos deu espaço em suas capas foi O Paraná (3,1%).

Quanto ao tamanho, na Folha de Londrina as notícias institucionalizadas têm uma média de 258,99 centímetros quadrados, o que representa quase o dobro do tamanho das notícias personalizadas, que tem um tamanho médio de 136,88.

No jornal Gazeta do Povo, as notícias institucionalizadas também são maiores, a média de tamanho das notícias que não citam a Assembleia é de 175,00 centímetros quadrados, já a média de tamanho das notícias que citam a Assembleia no mesmo jornal é de 603,47 centímetros quadrados, assim a média de tamanho das notícias institucionalizadas são 3,4 vezes maiores na Gazeta do Povo.

No Jornal da Manhã 184 notícias são apenas sobre os parlamentares, sem citar a instituição, com um tamanho médio de 164,49 centímetros quadrados. No mesmo jornal, são 317 notícias institucionalizadas, mas com tamanho menor, 142,36 centímetros quadrados, o jornal destoa dos dois primeiros analisados anteriormente, pois as notícias institucionalizadas são menores.

O Diário do Norte do Paraná é o único onde há mais notícias que se referem apenas aos parlamentares, de um total de 156 notícias analisadas, 86 não citam a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. Entretanto as notícias institucionais são maiores, embora em menor volume. No O Paraná, também há o predomínio das notícias institucionalizadas, pois apenas 190 das 646 notícias não citam a Assembleia, mas o tamanho médio das notícias é bem parecido.

Quanto à valência das notícias, na maioria dos jornais quando tratados apenas os deputados, ou seja, nas notícias mais personalizadas a valência predominante era a positiva e em maior volume, ao citar a instituição a valência positiva diminui. Por exemplo, na Folha de Londrina nas notícias que citavam a Casa de Leis, a valência predominante manteve-se a positiva, embora tenha caído de

46,4% para 39,9. Ao citar a Alep a valência neutra ultrapassou a negativa, representando 21%, depois a negativa, 20,3% e por fim a equilibrada 18,8%.

No jornal Gazeta do Povo, nas notícias que citavam apenas os parlamentares, a valência predominante foi a neutra (43,8%), seguida da negativa (27,5%), mas ao citar a Alep, a valência predominante passou a ser a equilibrada (31,9%), seguida da negativa (29,8%). O aumento das valências equilibradas e negativas e a redução da valência neutra acontecem em decorrência da série de denúncias dos chamados “Diários Secretos”, que foram Diários Oficiais do poder legislativo que foram ocultados e posteriormente descobertos e denunciados pela imprensa.

No Jornal da Manhã, quando citados apenas os parlamentares a valência predominante foi positiva (63%), seguida da negativa e neutra. Quando a instituição é citada, reduz-se em 10% as reportagens ou notas com valência positiva, que passam para 53% das notícias que citam a instituição, seguido de equilibrada e neutra, a valência negativa também é reduzida quando cita a instituição. O Diário do Norte do Paraná que tem o predomínio das notícias personalizadas, citando apenas os parlamentares, quando não menciona a Alep, mas apenas os deputados estaduais, tem em suas notícias o predomínio da valência positiva e ao citar a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná aumenta-se muito a valência negativa.

Quanto ao tema, nas matérias que citam apenas os deputados estaduais e não cita a instituição legislativa, verificou-se a predominância do tema Político-institucional nos jornais Folha de Londrina (50%), Gazeta do Povo (58,8%), O Diário do Norte do Paraná (33,7%) e O Paraná (91,6%). O único jornal que teve como tema predominante o Campanha Eleitoral foi o Jornal da Manhã, do município de Ponta Grossa. Nas notícias em que a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná é mencionada, em todos os cinco jornais analisados, sem exceção, o tema predominante foi o Político Institucional.

Em relação ao enquadramento das reportagens, verificou-se que quatro dos cinco jornais analisados, quando a instituição Assembleia Legislativa do Paraná não é citada, o enquadramento predominante é o Personalista, ou seja, aquele que preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional, enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades,

qualidades e defeitos. O único jornal com tema predominante temático quando trata dos deputados foi O Paraná.

Assim, percebeu-se ao longo das análises que a hipótese de que as notícias são personalizadas, dando ênfase aos dramas dos deputados ao invés da Assembleia Legislativa como instituição se confirmou em volume apenas no jornal O Diário do Norte do Paraná, de Maringá, mas no enquadramento em todos os jornais que citam somente os parlamentares sem mencionar a Alep, exceto O Paraná.

Quanto à relação entre os deputados mais citados nos jornais e os mais votados nos municípios-sede dos veículos impressos, verificou-se que nas cidades de Londrina, Curitiba e Cascavel não houve nenhuma relação entre os parlamentares mais citados e mais votados nas eleições de 2010. Diferentemente das cidades de Maringá e Ponta Grossa, onde os deputados mais citados nos jornais regionais foram os mais votados no município.

Percebeu-se que nos jornais Folha de Londrina, Gazeta do Povo e O Paraná não há relação entre os deputados mais citados com os mais votados nas eleições do ano de 2010, nem como a base eleitoral, mas nos jornais que as notícias são consideradas há uma forte relação, pois os dois deputados mais citados foram os dois mais votados e eles tem sua base eleitoral na região de abrangência daquele veículo, é o caso do deputado estadual Plauto Miró e Marcelo Rangel, que foram excessivamente citados no Jornal da Manhã, sendo os dois mais citados no município, o terceiro deputado mais citado foi Valdir Rossoni, que não tem sua base eleitoral na região dos Campos Gerais, mas Péricles Mello, o quarto mais citado, foi o terceiro parlamentar mais votado em Ponta Grossa.

No jornal de Maringá, O Paraná, o resultado obtido da comparação foi bastante semelhante, pois os dois parlamentares mais citados, Ênio Verri e Dr. Batista foram os candidatos a deputado estadual com maior votação na cidade. Assim como Teruo Kato, que é da cidade de Paranavaí, cidade que fica há 75 quilômetros de Maringá. Wilson Quinteiro que foi o quinto mais citado pelo jornal maringaense foi o terceiro mais votado e a então deputada estadual em 2010 Cida Borguetti, a quarta mais citada no veículo, foi eleita deputada federal.

Finalmente, considera-se importante destacar que os jornais das grandes cidades, principalmente a Gazeta do Povo e a Folha de Londrina, além do O Paraná, tratam de forma mais institucional a Alep e os deputados com cargos na Mesa

Executiva. Já os jornais regionais, O Diário do Norte do Paraná e Jornal da Manhã falam mais dos deputados que representam sua região, no caso Maringá e Ponta Grossa, respectivamente. Essa diferença só foi possível constatar por ser um estudo comparativo. Sem isso, não seria possível, por isso, a importância de estudos com veículos de menor abrangência, muitas vezes desprezados na pesquisa acadêmica.

REFÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, L. A. **Os valores-notícia como efeitos de verdade na ordem do discurso jornalístico**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007.
- ARRUGUETE, Natália. *Los medios de comunicación y la formación de la agenda pública*. Verso e Reverso – revista de comunicação, Unisinos. nº 41, Ano XIX, 2005.
- AZEVEDO, F. A. **Imprensa, Cobertura Eleitoral e Objetividade**: A eleição de 2000 na capital paulista. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. VII, nº 2, 2001, pp. 182-201.
- AZEVEDO, Fernando. 2005. **Imprensa e Legislativo: Os editoriais da folha de São Paulo sobre o Senado (2003-2004)**. Texto apresentado no XIV Compós – Encontro Nacional de Pós-Graduação em Comunicação, Niterói, RJ.
- BACHELARD, Gaston. *Ensaio sobre o conhecimento aproximado*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.
- BARROS, Solange A. B. de Moraes Barros e CANCIAN, Natália de Castro. Eleições municipais na mídia impressa de Ponta Grossa: Como o Diário dos Campos e o Jornal da Manhã pautaram a disputa para prefeito em 2008. In: CERVI, Emerson Urizzi (Org.) . *Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais*. 1. ed. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009. v. 1.
- BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo, Moderna, 1995.
- BAUER, Martin W. *Análise de conteúdo clássica: uma revisão*. In: BAUER, Martin W.; 2002.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. *A construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BENNET, W.L. *News: The politics of ilusion* (3 ed.) White Plains, NY: Longman, 1996.
- BERELSON, Bernard. "*Democratic Theory and Public Opinion*". *Public Opinion Quarterly*, 16 (Fall 1952), 329. p.313-330.
- BLANCO, P. S. *Opinión pública y democracia deliberativa: médios, sondeos y urnas*. ISTMO:2000
- CANCLINI, Nestor Garcia. 2002. "Cidades e Cidadãos imaginados pelos meios de comunicação". *Opinião Pública*, v.VIII nº1, p.40-53.
- CARTER, T.B., FRANKLIN, M.A. e Wright, J.B. (2005). *The First Amendment and the fifth state: Regulation of electronic mass media* (6 ed.) New York: Foundation Press.

CERVI, Emerson Urizzi (Org.). Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais. 1. ed. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009. v. 1.

_____. **Análise de dados categóricos aplicada às Ciências Sociais.** Apostila. Curitiba, 2010.

CHAIA, VERA. **Jornalismo e Política. Escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo.** São Paulo. Hacker Editores. 2004.

CORNU, Daniel. **Ética da informação.** Bauru: edusc, 1998.

CHONG, D. DRUCKMAN, J.N. Framing Theory. Annu. Rev. Polit. Sci. 2007. p. 103-126.

COLLING, L. **Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados.** Revista Famecos, Porto Alegre, N 14, 2001.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. Revista Brasileira de Ciência Política, nº 6. Brasília, julho –dezembro de 2011, pp. 203-247.

CORAIOLA, D. **Agência e discurso no processo de mudança de projeto gráfico do jornal Gazeta do Povo.** Dissertação apresentada em 2006 na Universidade Federal do Paraná,

CORREIA, João Carlos. A imprensa regional e a comunicação política: As eleições autárquicas de 2005. Universidade da Beira Interior. Portugal. 2005. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 23/10/2012.

COSTA, Sérgio. “A democracia e a dinâmica da esfera pública”. Lua Nova. nº36. 1995. p. 55-65.

COSTA, Sérgio e AVRITZER, Leonardo. “Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: Concepções e Usos na América Latina”. DADOS – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 47, nº 4, 2004, pp. 703 a 728.

CRUZ, Luiza. Pensamentos prático-teóricos sobre um tema pragmático: a assessoria de imprensa e seu dia-a-dia. In: FREITAS, Ricardo Ferreira, LUCAS, Luciane. Desafios contemporâneos em comunicação – perspectivas em relação públicas. SP: Summus, 2002. Coleção Novas Buscas em Comunicação, vol. 65.

D’ANGELO. P. Framing the press: A new model from observing press frames in presidential campaign news. Unpublished doctoral dissertation. Temple University, 2002, Philadelphia, PA.

DAHL, Robert A. **Poliarquia.** São Paulo: EdUsp, 1997.

DAVIS, J. A. (1976). *Levantamento de Dados em Sociologia: uma análise estatística elementar.* Rio de Janeiro – RJ: Zahar Editores.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ENTMAN, Robert M. "Framing toward clarification of a fractured paradigm". In: *Journal of Communication* 43 (4), Autumn, New York: Oxford University, 1993.

ENTMAN, R.M. *Projections of power: Framing News, public Opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago Press, Chicago, 2003.

_____. *Projections of power: framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.

EVERSEN, B. J. *The responsible repórter*, 2 ed. Northport, AL: Vision Press, 1997.

FENAJ. *Manual de Assessoria de Comunicação - Imprensa 2007*. DF: Fenaj, 2007. 4ª ed.

FERNANDES, José Carlos; dos Santos, Marcio Renato. *Todo dia nunca é igual: notícias que a vida contou em 90 anos de circulação da Gazeta do Povo*. Curitiba, PR. Editora Gazeta do Povo, 2010.

FAREJON, John e PAQUINO, Pasquale. *A Teoria da Escolha Racional na Ciência Política: Conceitos de racionalidade em teoria política**. *RBCS Vol. 16 nº 45 fevereiro/2001*

FAUSTO NETO, Antonio. **Fragmentos de uma «analítica» da midiatização**. *Revista Matrizes*, nº 2, primeiro semestre de 2008. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf>.

FREITAS, Ricardo Ferreira, LUCAS, Luciane. **Desafios contemporâneos em comunicação – perspectivas em relação públicas**. SP: Summus, 2002. Coleção *Novas Buscas em Comunicação*, vol.65.

GALERA, Maria Carmem García e Conde, Maria Rosa Berganza (coord). ***Investigar em comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social em comunicación***. Mc Graw Hill: Madrid – Espanha, 2005.

GASKELL, George (org.). ***Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático***. Petrópolis: Vozes, 2002.

GAMSON, William.; MODIGLIANI, Andre. **Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach**. *American Journal of Sociology*, v. 95, p. 1-37, 1989.

GAMSON, William. *Falando de política*. Tradução Ângela Cristina Salgueiro Marques. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011. Coleção *Comunicação e Mobilização Social*.
<http://www.autenticaeditora.com.br/download/capitulo/20110401102431.pdf>

GANDY, O. H., Jr. (1982). *Beyond the agenda setting: Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ: Ablex.

GANS, H.J. *Deciding what's news*. Pantheon, New York, 1979.

GITLIN, Todd. *The Whole World is Watching: mass media and the making and unmaking of the new left*. University of California Press, Berkeley/Los Angeles, 1980, p. 7.

GOFFMAN, Erving. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

GOMES, Wilson. **Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política**. In: MAIA, R. e CASTRO, M. C. S (org.) *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.49-61.

GOMES, Wilson. **Publicidade, discutibilidade, visibilidade: Para uma revisão do conceito de esfera pública política**. In: COMPÓS, 16., 2007, Curitiba. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_41.pdf

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**. São Paulo: Paulus, 2008. Coleção Comunicação.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**. Série Jornalismo a Rigor, vol.1. Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo, Paulus, 2004.

HABERMAS, J.. *Political Communication in mídia Society: Does Democracy still enjoy na epistemic dimension? The impact of Normative Theory on Empirical Research*. Revista Communication Teori. No 16, 2006, p. 411-426.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1984.

HABERMAS, Jürgen. *O Espaço Público 30 anos depois*. Prefácio redigido em 1990, na 17ª edição de *Mudança estrutural da esfera pública* pela editora Suhrkamp Verlag. Tradução de Felipe Chaniel e Tobias Straumarn. https://docs.google.com/file/d/0B-vWcDYCKP5sMGUzYjQ3NDMtYTRiZC00ZjBILWFmZDUtYzJmNGQ1N2QyMGEw/e/dit?pli=1&hl=pt_BR#

Straumarn. Nós agradecemos a Werner Ackerman, que de boa vontade releu o conjunto, assim como a

Dany Trom e Laurence Allard por seus conselhos.

HABERMAS. “Três modelos normativos de democracia”, in *Lua Nova*. N 36, 1995, p. 39-55.

HANSEN, Messiluce da Rocha. **Esfera pública, democracia e jornalismo: as representações sociais da cidadania em “Veja” e “IstoÉ”**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2007.

HOHLFELDT, Antonio. “Os estudos sobre a hipótese do agendamento”. In: Revista Famecos, Porto Alegre: Edipucrs, número 7, 1997.

INNERARITY, Daniel. *A transformação da política*. Lisboa: Editorial Teorema, 2002.

ITULE, B.D.; ANDERSON, D.A. News writing and reporting for today’s media(7 ed.), McGraw-Hill, Boston, 2007.

JARDIM, Márcia de Almeida. **Antenas do legislativo: uma análise dos canais de televisão do Poder Legislativo no Brasil**. Campinas, SP : [s. n.], 2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

LASWELL , Harold. 1957. “The structure and function of communication in society”. In: SCHRAMM, Wilbur &ROBERTS, Donald (eds.). *The process and effects of mass communication*.Chicago: Universityof Illinois Press.

LIEBLER, C.M. News sources and the Civil Rights Act of 1990. Howrad Journal of Communications,1993, p. 251-268.

LIEDKE, Paulo. Governando com a mídia: o enquadramento da reforma da Previdência no Jornal Nacional. Compolítica, anais 2007. Disponível em http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_ipp-paulo.pdf acesso em 24 de janeiro de 2012.

MAIA, Rousiley C. M. (coord.). **Mídia e deliberação**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008.

MAIA, R. e CASTRO, M. C. S (org.) **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.49-61.

MAINWARING, Scott P. **Sistemas partidários em novas democracias: o caso do Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

MANIN, Bernard. 1995. **As Metamorfoses do Governo Representativo**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, nº 29, ano 10.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política**. Rev. Bras. Ciênc. Polít. [online]. 2011, n.6, pp. 137-150.

MATTHES, Jörg.; KOHRING, Matthias. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, v. 58, n. 2, p. 258-279, 2008.

MCCOMBS, Maxwell. **Building Consensus: The News Media's Agenda-Setting Roles**. *Political Communication*, n 14; 433-443, 1997.

MCCOMBS, M. **A teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. *Public Opinion Quarterly*, 1972, XXXVI, 2, vol. 36, pp.176-187.

MEYER, Thomas. 2002. *Media democracy*. London: Polity

MILLER, Mark M.; RIECHERT, Bonnie Parnell. **The spiral of opportunity and frame resonance: mapping the issue cycle in news and public discourse**. In: REESE, Stephen. D.; GANDY JR., Oscar. H.; GRANT, August. E. (Ed.). *Framing public life: perspectives on media and our understanding of social life*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Publishers, p. 107-121, 2001.

MIGUEL, Luis F. **“Os meios de comunicação e a prática política”**. *Lua Nova*. nº 55-56. 2002. p. 155-184.

MIGUEL. Luis F; BIROLI. Flávia. **O calidoscópio convexo: visibilidade, meios de comunicação e campo político no Brasil**. Grupo de Trabalho “Comunicação e Política” do XIX Encontro da Compós, na PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

MIGUEL. Luis F; BIROLI. Flávia. **Meios de comunicação de massa e eleições no Brasil**. *Revista USP*, São Paulo, n.90, P.74-83, junho-agosto 2011.

MIGUEL. Luis F. **“O Jornalismo como Sistema Perito”**, in *Tempo Social*, vol 11, nº 1, 1999, pp. 197-208.

_____. **“Um ponto cego nas Teorias da Democracia: os Meios de Comunicação”**. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais – BIB*. Rio de Janeiro. nº 49, 2000. p.51-77

MONTEIRO, Graça F. **A singularidade da comunicação pública**. In: *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. Org: Jorge Duarte, São Pulo: Atlas, 2007. p. 34-46

OLIVEIRA FILHA, E. **Apontamentos sobre a história de dois jornais Curitibanos: Gazeta do Povo e O Estado do Paraná**. *Caderno da Escola de Comunicação da Unibrasil*, v.02, 2004

PANKE, Luciana. 2010. **“Política e entretenimento: cruzamento e ou interferência na construção dos sentidos”**. *Animus*, v18,n.1,p.13-30.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. *Revista Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp,a.26, n.43, p.67, 1º sem.2005.

PORTO, M. P. **Enquadramentos da mídia e política**. Anais do 26º Encontro anual ANPOCS. Caxambú, 22 a 26 set. 2002.

PORTO, Mauro P. 2004. **Enquadramentos da Mídia e Política**. Universidade de Brasília. p. 74 -104. In: RUBIM, A & AZEVEDO, F. (org) Comunicação Política: Conceitos e Abordagens. Editora UFBA, 2004.

PORTO, M. Mídia Brasileira e a Eleição Presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de São Paulo. *International Communication Association (ICA): Washington D.C.*, 2001.

PORTO, M. **A mídia e a avaliação das políticas públicas sociais**. In: CANELA, G. (org). Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo. São Paulo: Cortez Editora, 2008.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RAVI, N. Looking beyond flawed journalism: How national interests, patriotism and cultural values shaped in the coverage of the Iraq War. *Harvard International Journal of Press/ Politics*, 10, p.45-62, 2005.

REESE, Stephan D. The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. College of Communication, University of Texas, Austin, TX, 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Espetáculo, Política e Mídia**, 2002. (www.bocc.ubi.pt), <http://bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf> acesso em 01 de setembro de 2012.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo, Hacker Editores, 2000.

SHEUFELE, Dietram A. e TEWKSBURY, David. **Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models**. *Journal of Communication*. N 57, 2007. *Journal of Communication* ISSN 0021-9916

SILVERSTONE, Roger. 2002. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola.

SIGAL, L.V. *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*. Lexington, MA: D.C. Heath, 1973.

SOUZA, J. (org.) *Democracia hoje. Novos desafios para a teoria democrática contemporânea*. Brasília, Editora da UNB, 2001.

SCHATTSCHEIDER, Elmer E. **The Semisovereign People**: a realist's view of democracy in America. New York: Wadsworth, 1975.

SHOEMAKER, P.J.; COHEN, A.A. **News around the world: Content practitioners, and the public**. New York: Routledge, 2006.

SHOEMAKER, P.; VOS, T. **Gatekeeping Theory**. New York: Routledge, 2009.

SHOEMAKER, P.J., Tankard, J. W., & Lasorsa, D. L.. How to build social science theories. Thousand Oaks, CA: Sage., 2004.

SCHIFFER, A.J. Blogswarms and press norms: News coverage of the Downing Street Memo controversy. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2006, p.494-510.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. *MATRIZES*, Vol. 1, No 2 (2008): Perspectivas Autorais nos Estudos de Comunicação. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/ojs/index.php/matrizes/article/view/40/pdf_22>.

TUCHMAN, G. *Contando "Estórias"*. In: TRAQUINA, N. *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vegas, 1993.

TRAQUINA, Nelson. "O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo". In: *Revista Comunicação e Linguagens*. Lisboa: Cosmos, n 21 e 22, 1995.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: por que as notícias são como são. Vol. 1. e Florianópolis, Insular, 2005.

VALMIEIRO, A. C.; MAIA R. C. M.. "Análise indireta de enquadramentos da mídia". *Revista Famecos Porto Alegre*, v. 18, n. 1, p. 235-252, jan./abr. 2011
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8810/6174>

WEAVER, David H. *Journal of Communication*, n 57, p. 142-147, International Communication Association. *Journal of Communication* ISSN 0021-9916.

WEBER, Maria Helena . *Imagem Pública*. In: Antonio Albino Canelas Rubim. (Org.). *Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens*. 1 ed. Salvador, 2004, v. C741, p. 259-308.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Editora: Presença, 2009.

WOLTON, D. "La comunicación política: construcción de um modelo". In: FERRY, J-M. et al. *El nuevo espacio publico*. Barcelona, Gedisa. 1995

Jornais:

FOLHA DE LONDRINA. Exemplos de 01 de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2011. Londrina. Consulta na Biblioteca Pública do Paraná.

GAZETA DO POVO. Exemplos de 01 de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2011. Curitiba. Consulta na Biblioteca Pública do Paraná.

JORNAL DA MANHÃ. Exemplares de 01 de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2011. Ponta Grossa. Consulta na Biblioteca Pública do Paraná.

O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ. Exemplares de 01 de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2011. Maringá. Consulta na Biblioteca Pública do Paraná.

O PARANÁ. Exemplares de 01 de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2011. Cascavel. 2011. Consulta feita na Biblioteca Pública do Paraná.

SITES:

VIGILANTES DA DEMOCRACIA

<http://www.vigilantesdademocracia.com.br/FreeComponent5529content125771.shtml>

GAZETA DO POVO

<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=609999>

APÊNDICE A – Livro de Códigos das variáveis

PESQUISA Dissertação 2010-2011 - Livro de códigos Jornais

Proposta inicial – maio 2010

1 – **PESQUISADOR** nome do pesquisador2 – **JORNAL** nome do jornal.3 – **DATA** da publicação.4 - **MATÉRIA** indica a numeração seqüencial das matérias naquela edição daquele jornal.5 - **FORMATO** indica o tipo de matéria noticiosa de acordo com a seguinte classificação:

CÓDIGO	TIPO	Explicação
1	Chamada de 1ª página	Textos informativos de primeira página com citação de um ou mais candidatos a presidente/governador. Conta apenas o espaço de texto/imagem.
2	Reportagem	Textos informativos e noticiosos produzidos por jornalistas/agências a respeito da disputa eleitoral.
3	Charge/Infográfico o/ Ilustração	Desenho, infográfico, charge ou reprodução artística de um ou mais candidatos. Conta-se uma aparição por imagem.
4	Foto	Imagem fotográfica que normalmente acompanha os textos com um ou mais candidatos. Conta-se uma aparição por foto.
5	Coluna Assinada	Texto interpretativo/opinativo, assinado por articulista do veículo ou agência. Normalmente com espaço fixo no jornal.
6	Artigo Assinado	Texto interpretativo/opinativo, assinado por especialista ou figura de destaque. Normalmente nas páginas de opinião.
7	Editorial	Texto opinativo, em espaço fixo no jornal, sem assinatura, que representa a opinião do próprio veículo de comunicação. Válido para erratas.
8	Carta do leitor	Espaço fixo no jornal, com identificação de leitor, opinando sobre as candidaturas.

6 - **TÍTULO** transcrever o título da matéria ou, no caso de fotos, charges e infográfico, legenda.7 - **AUTOR** escrever o nome do autor, quando houver crédito ou da agência de notícias responsável.8 - **PÁGINA** número da página. No caso de cadernos que mudam a paginação, transcrever também a letra que identifica o caderno. Exemplo: A5.

9 - **POSIÇÃO** localização da matéria relativa ao espaço que ocupa na página.

CÓDIGO	TIPO
1	Página Inteira
2	Metade Superior
3	Metade Inferior
4	Metade Direita
5	Metade Esquerda
6	Quadrante Superior Direito
7	Quadrante Superior Esquerdo
8	Quadrante Inferior Direito
9	Quadrante Inferior Esquerdo

10 - **ALTURA** em cm.

11 - **LARGURA** em cm. Quando largura padrão de coluna - 6 colunas de igual largura por página -, usar 4,5 cm

12 - **TEMA GERAL** relacionado ao assunto que predomina no texto (ver lista ao final).

13 - **TEMA ESPECÍFICO** relacionado ao assunto que predomina no texto (ver lista ao final).

14 - **ENQUADRAMENTO** aplicado apenas para reportagens.

CÓDIGO	TIPO	Explicação
1	Eleitoral	Quando trata das campanhas eleitorais, da evolução da campanha, das pesquisas eleitorais e estratégias de campanha.
2	Personalista	Dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional. Enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos.
3	Temático	Interpreta posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha. Dá ênfase às plataformas partidárias ou programas para diferentes temas. Tenta contextualizar assuntos da campanha eleitoral, abstraindo-se da própria campanha.
4	Episódico	Restringe-se a relatar acontecimentos recentes da campanha, sem o enfoque característico dos outros três enquadramentos. É descritivo e orientado por acontecimentos que geram reações do público.

		Desconsidera aspectos mais amplos do evento. É simples relato de fatos ou declarações de candidatos ou não sobre a campanha.
A partir de PORTO, M. (2000).		

15 – **LÍDER REGIONAL** (0 = ausência 1 = presença) se cita uma ou mais lideranças regionais, não localizadas na área de abrangência da disputa eleitoral. Ex.: deputado, senador, presidente do partido, etc.

16 - **RESUMO/LEGENDA** breve texto que deve complementar informações que não constam no título da entrada.

17 - **VISIBILIDADE DO CANDIDATO TEXTO** (número de citações do candidato na entrada. Em caso de foto ou ilustração, conta-se uma vez se o candidato pode ser identificado na imagem).

18 - **VALÊNCIA PARA A CANDIDATURA** (valência da entrada para cada candidato levando em conta seu efeito positivo ou negativo para a campanha em questão).

CÓD.	TIPO	Explicação
1	Positiva	Texto sobre ou com candidato abordando ações de sua iniciativa; auto-declarações ou declarações de terceiros favoráveis (avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato ou suas propostas de governo; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis.
2	Negativa	Texto que reproduz ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor ou de terceiros a respeito da atuação do candidato ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis.
3	Neutra	Agenda do candidato, citação sem avaliação moral, política ou pessoal. Simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação com respeito à posição do candidato.
4	Equilibrada	Texto que reproduz aspectos positivos e negativos do candidato com intensidades muito semelhantes, gerando equilíbrio de opiniões/abordagens contidas nas entradas.

19 – **TIPO DE FONTE** (ausência = 0 ou códigos abaixo para presença por predominância). Aplicado para todas as fontes, além do próprio candidato. Deve-se codificar a fonte mais citada ou, no caso de existirem duas com o mesmo número de citações, a primeira.

CÓD.	TIPO	Explicação
1	Lobista	São ouvidos por defenderem grupos e interesses específicos da disputa. Ex: candidato a vice-presidente, governador, integrante da coligação, etc. Sempre em âmbito nacional/estadual.

		Liderança partidária envolvida diretamente na campanha. Coordenador ou integrante de coligações.
2	Especialista/Intelectual	São ouvidos por terem conhecimento científico ou profissional na disputa eleitoral. Ex. especialistas em marketing, finanças de campanha, pesquisadores e profissionais do mercado, etc.
3	Defensor de Interesse público	São ouvidos por defenderem o interesse geral ou grupos marginalizados. Ex: representantes de famílias carentes, técnicos que falam sobre determinada área dos planos de governo, etc.
4	Porta-voz de temas marginais	São ouvidos por expressarem suas opiniões sobre temas negligenciados que normalmente não são abordados nas disputas eleitorais. Ex. fontes que falam sobre o impacto de obras de infra-estrutura na manutenção de espécies animais e vegetais nativas de determinada região, defesa de direitos de minorias, etc.
5	Outro	A citação de qualquer tipo de fonte que não se enquadre nas categorias anteriores ou que pareça dúbia deve ser codificada como outro.
<i>Baseado em Habermas (2006).</i>		

20 – **ORIGEM DA FONTE** – (ausência = 0 ou códigos abaixo para presença por predominância ou precedência) Deve-se registrar a codificação da primeira ou da fonte mais citada no texto.

CÓD.	TIPO	Explicação
1	Oficial habitual	Representam instituições públicas ou privadas, não falando apenas em seu próprio nome, mas sim institucionalmente. Ex: Presidente da federação dos transportadores rodoviários de cargas ao opinar sobre a necessidade de obras de infraestrutura, coordenador de campanha, o próprio candidato.
2	Disruptiva Social	Representam opiniões expressas a partir de eventos ou crises sociais que gerem algum tipo de confronto ou instabilidade social. Aqui, o fato social é maior do que a fonte que o expressa. Ex: Presidente do sindicato dos caminhoneiros durante uma manifestação que interrompeu o trânsito em determinada rodovia do país ou militante que foi preso durante conflito em comício político.
3	Cidadão individualizado	Deve-se codificar como Outro qualquer fonte que não for representante oficial de órgãos públicos (diretos ou indiretos) e que não esteja promovendo nenhum confronto ou instabilidade social. Ou seja, trata-se de fonte da sociedade organizada que fala em nome dela mesma ou de uma organização não ligada ao aparato Estatal.

4	Próprio jornalista	Situações em que o repórter, sem nenhuma outra citação de fonte, apresenta ou descreve situação a partir de observação direta ou memória histórica. Ex.: Acompanha reunião de partido e conta o que viu sem citar ninguém.
<i>Baseado em Molotch e Lester (1993) Santos (2001)</i>		

21 – **NÚMERO DE FONTES** – total de fontes citadas ao longo do texto, desde que sejam atores consultados e/ou envolvidos na disputa eleitoral.

22 – LISTA DE TEMAS

CÓD	TEMA GERAL	CÓD	TEMA GERAL
1	Campanha Eleitoral	7	Ético-moral
2	Político-institucional	8	Política para Esporte
3	Economia	9	Cultura/variedades
4	Política Social	10	Política Estadual/Nacional
5	Infra-estrutura e meio ambiente	11	Política Internacional
6	Violência e segurança	12	Outros

CÓD.	TEMA ESPECÍFICO	T. GERAL
100	Corrida Eleitoral (pesquisas)	1
101	Campanha para presidente/governador (organização e fatos da campanha)	1
102	Denúncias/defesas formais na justiça eleitoral contra adversário	1
200	Governo do Estado/Brasil	2
201	Governador/Presidente	2
202	Governo regional	2
203	Governo Federal	2
204	Câmara Federal e Senado	2
205	Assembléia Estadual	2
206	Poder Judiciário Geral	2
207	Justiça Eleitoral TRE TSE	2
208	Partido ou instituições políticas	2
300	Finanças (juros, câmbio, bolsas)	3
301	Indústria	3
302	Agricultura	3
303	Comércio (local ou importação/exportação)	3
304	Emprego, desemprego e salário	3
305	Indicadores econômicos (PIB, renda per capita, dívida pública)	3
306	Política econômica (crescimento,	3

	planejamento, incentivo)	
400	Educação	4
401	Saúde	4
402	Habitação	4
403	Políticas compensatórias (renda mínima, bolsa-escola, bolsa família etc.).	4
404	Questão agrária	4
405	Indicadores sociais (renda, pobreza, desigualdade, exclusão).	4
406	Minorias_Juventude	4
407	Minorias_Terceira Idade	4
408	Minorias_Mulheres	4
409	Minorias_Étnicas	4
410	Assistencialismo (ligado a atendimentos pessoais/de balcão)	4
500	Obras	5
501	Saneamento básico	5
502	Energia	5
503	Transporte_infra-estrutura urbana	5
504	Questões ambientais/ecológicas	5
505	Cidade	5
600	Violência e crime organizado	6
601	Penas e punições (pena de morte, prisão perpétua)	6
602	Sistema penitenciário_prisional	6
603	Política de segurança	6
700	Família, tradição e costumes.	7
701	Temas controversos (aborto, união civil, clonagem, etc)	7
702	Corrupção e má gestão do dinheiro público	7
800	Política de incentivo ao Esporte	8
801	Eventos esportivos	8
900	Política de incentivo à atividade cultural	9
901	Espaços culturais – bibliotecas, escola, música, teatro.	9
902	Parcerias com segmentos culturais	9
903	Proposta para área de lazer	9
904	Artistas e estrelas do mundo artístico	9
905	Política de incentivo ao turismo	9
1000	Proposta de parceria com governo estadual (integração formal)	10
1001	Proposta de parceria com governo federal (integração formal)	10
1002	Proposta de parceria com outros países (integração formal)	10
1101	Proposta de acordo/política com outros governos EUA/Europa	11
1102	Propostas específicas para países	11

	integrantes do Mercosul	
1103	Proposta de acordo/política com governos da América Latina	11
1104	Propostas de acordos/política com países de outras regiões	11
999	Outros	12

Crítérios para enquadramentos – Livro Códigos Jornais

a partir de PORTO, Mauro. (2000)

Corrida de Cavalos (1): matéria que trata da evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos, dando ênfase a quem está na frente, avançando ou ficando para trás nos resultados de pesquisas eleitorais e nas estratégias de campanha; sendo nesta pesquisa substituída por: **Eleitoral (1):** quando trata das campanhas eleitorais, da evolução da campanha, das pesquisas eleitorais e estratégias de campanha.

Personalista (2): matéria que dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos mais amplos da política e institucionais. São matérias que enfatizam a vida dos candidatos e de outros atores, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos.

Temático (3): matéria que procura interpretar as posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha, dando ênfase às plataformas partidárias ou programas apresentados para diferentes temas pelos candidatos. Esse enquadramento tenta contextualizar os assuntos da campanha eleitoral, abstraindo-se da própria campanha.

Episódico (4): matéria que se restringe a relatar os acontecimentos mais recentes da campanha, sem apresentar o enfoque característico dos outros três enquadramentos. São notícias majoritariamente descritivas, orientadas por acontecimentos que geram reações do público, desconsiderando aspectos mais amplos que envolvem esse evento. Trata-se do simples relato de fatos ou de declarações de atores, candidatos ou não, sobre fatos da campanha.

Crítérios para valências – Livro Código Jornais – Pesquisa Eleições

a partir de Doxa, 2008.

Positiva (1): matéria sobre ou com candidato abordando ações de sua iniciativa; auto-declaração ou declarações do autor da matéria ou de terceiros (pessoas ou entidades) favoráveis (no que diz respeito avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato ou suas propostas de governo; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis.

Negativa (2): matéria reproduzindo ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor da matéria ou de terceiros (pessoas ou entidades) a respeito da atuação do candidato que é objeto da matéria ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis ao parlamentar.

Neutra (3): agenda do candidato, citação sem avaliação moral, política ou pessoal do candidato; simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação em relação a posição do candidato.

Equilibrada (4): Texto que reproduz aspectos positivos e negativos do candidato com intensidades muito semelhantes, gerando equilíbrio de opiniões/abordagens contidas nas entradas.

APÊNDICE B – Deputados da 16^ae 17^aLegislaturas da Assembleia Legislativa do
Paraná e a votação obtida

Quadro 1: DEPUTADOS ESTADUAIS DA 16ª LEGISLATURA DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ (2007-2010)

Deputados estaduais	Partido	Total de votos	Porcentagem dos votos em relação ao total
Ademar Traiano	PSDB	34.666	0,65%
Ademir Bier * Em maio de 2009 foi efetivado em virtude da cassação de mandato do dep. Geraldo Cartário	PMDB	35.997	
Alexandre Curi	PMDB	131.988	2,47%
Antonio Anibelli	PMDB	65.624	1,23%
Antonio Belinati	PP	81.157	1,52%
Artagão Junior	PMDB	74.783	1,40%
Augustinho Zucchi	PDT	67.760	1,27%
Beti Pavin	PMDB	38.266	0,72%
Caíto Quintana	PMDB	85.352	1,60%
Carlos Simões* Registro impugnado-mandato cassado em maio de 2009	PTB	32.138	0,60%
Chico Noroeste	PT	49.413	0,93%
Cida Borghetti	PP	66.492	1,25%
Cleiton Kielse	PMDB	61.874	1,16%
Dobrandino Silva	PMDB	45.623	0,85%
Douglas Fabrício	PPS	29.553	0,55%
Doutor Batista	PMN	26.714	0,50%
Duílio Genari	PP	36.999	0,69%
Durval Amaral	PFL	46.476	0,87%
Edgar Bueno * Renunciou; Eleito prefeito de Cascavel em 2008	PDT	49.971	0,94%
Edson Strapasson	PMDB	38.645	0,72%
Eduardo Cheida	PMDB	39.298	0,74%
Elton Welter	PT	27.549	0,52%
Edson Praczyk	PRB	35.725	0,67%
Enio Verri	PT	36.800	0,69%
Élio Rusch	PFL	46.613	0,87%
Fábio Camargo	PFL	37.973	0,71 %
Felipe Lucas	PFL	31.636	0,59%
Fernando Scanavaca* Assumiu em janeiro de 2009 com a renúncia de	PDT	30.718	

Edgar Bueno			
Francisco Bühler	PSDB	53.524	1,00%
Fernando Carli Filho	PSB	46.686	0,87%
Geraldo Cartário* Mandato cassado em fevereiro de 2009	PMDB	61.758	1,16%
Jocelito Canto	PTB	65.284	1,22%
Jonas Guimarães	PMDB	37.726	0,71%
Luciana Rafagnin	PT	37.966	0,71%
Luis Claudio Romanelli	PMDB	82.666	1,55%
Luiz Accorsi	PSDB	71.920	1,35%
Luiz Fernandes Litro	PSDB	41.864	0,78%
Luiz Nishimori	PSDB	45.247	0,85%
Luiz Carlos Martins	PDT	54.520	1,02%
Luiz Maluceli* Afastamento em virtude da reassunção do mandato do titular (Luiz Accorsi)	PSDB		
Marcelo Rangel	PPS	51.868	0,97%
Mário Roque * assumiu o mandato na vaga de Carli Filho, que renunciou em junho de 2009 após ter se envolvido em acidente automobilístico que resultou em duas mortes.	PMDB	37.747	
Mauro Moraes *mandato cassado em abril de 2010	PMDB	48.513	0,91%
Neivo Beraldin* Assumiu em maio de 2009 em virtude da cassação de Carlos Simões	PDT	30.575	
Nelson Garcia	PSDB	53.932	1,01%
Nelson Justus	PFL	44.430	0,83%
Nereu Moura	PMDB	88.891	1,67%
Ney Leprevost	PP	53.471	1,00%
Osmar Bertoldi	PFL	27.385	0,51%
Pedro Ivo	PT	24.472	0,46%
Péricles Melo	PT	29.012	0,54%

Plauto Miró	PFL	42.456	0,80%
Reni Pereira	PSB	49.760	0,93%
Rosane	PV	18.844	0,35%
Stephanes Junior	PMDB	37.955	0,71%
Tadeu Veneri	PT	28.204	0,53%
Teruo Kato	PMDB	39.176	0,73%
Valdir Rossoni	PSDB	71.992	1,35%
Waldyr Pugliesi	PMDB	66.513	1,25%
Fernando Scanavaca* Assumiu 18 de dezembro de 2008 o mandato de Deputado Estadual pelo PDT, na vaga deixada por Edgar Bueno, que renunciou ao cargo para assumir a prefeitura de Cascavel em janeiro de 2009			
Professor Lemos* assumiu em 2009			

FONTE: TRE-PR

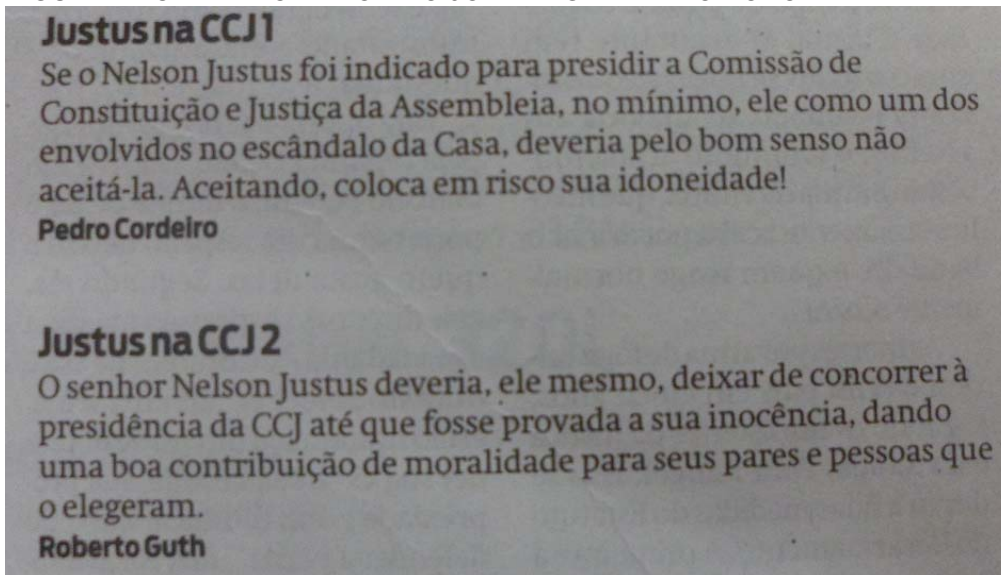
APÊNDICE C – Figuras sobre os formatos das notícias nos jornais analisados

FIGURA 1- CHAMADA DE PRIMEIRA PÁGINA NO JORNAL GAZETA DO POVO



FONTE: JORNAL GAZETA DO POVO

FIGURA 2- CARTA DO LEITOR NO JORNAL GAZETA DO POVO



FONTE: JORNAL GAZETA DO POVO

FIGURA 3 – REPORTAGEM E FOTO NO JORNAL GAZETA DO POVO



FONTE: JORNAL GAZETA DO POVO

FIGURA 4 – COLUNA ASSINADA NO JORNAL GAZETA DO POVO



FONTE: JORNAL GAZETA DO POVO

FIGURA 5 – EDITORIAL DO JORNAL GAZETA DO POVO



FONTE: JORNAL GAZETA DO POVO

FIGURA 6 – CHAMADA DE CAPA JORNAL FOLHA DE LONDRINA



FONTE: JORNAL FOLHA DE LONDRINA

FIGURA 7 – REPORTAGEM DO JORNAL FOLHA DE LONDRINA



FONTE: JORNAL FOLHA DE LONDRINA

FIGURA 8 – COLUNA ASSINADA DO JORNAL FOLHA DE LONDRINA



FONTE: JORNAL FOLHA DE LONDRINA

FIGURA 9 – CARTA DO LEITOR DO JORNAL FOLHA DE LONDRINA

Caso Bibinho

Com relação à matéria "Processos contra Bibinho são suspensos na Justiça" (Política, 05/10), como pode o ex-diretor da Assembleia Legislativa do Paraná Abib Miguel se presetar a um papel desses ao alegar problemas mentais? Isso sem contar que o atestado médico é de pessoa ligada a ele. Não sai da minha memória aquela imagem quando foi descoberta a falcatura na AL. Bibinho apareceu na televisão com cara de cínico e não doente.

NATHANAEL DA SILVA (projetista) - Londrina

Poder da natureza

Se eu fosse presidente da República mandaria uma mensagem para o Congresso Nacional aprovar uma lei determinando que todos os proprietários de terras do Brasil mantivessem cercado e abandonado a faixa de proteção permanente das matas ciliares (30 metros). Não precisa replantar as espécies nativas não, é só abandonar que a natureza se encarrega de repovoar.

JOSÉ CARLOS FARINA (advogado) - Rolândia

FONTE: JORNAL FOLHA DE LONDRINA

FIGURA 10 – EDITORIAL DO JORNAL FOLHA DE LONDRINA

2 FOLHA Opinião

FOLHA DE LONDRINA, sexta-feira, 4 de fevereiro de 2011

Choque de moralização na Assembleia

Audtaria, fechamento de gráficas, exoneração de comissionados, policiais militares fazendo segurança pública. O início da nova Mesa Diretora da Assembleia Legislativa do Paraná foi agitado assim: As reações imprevistas parecem ter sido desordenadas após o novo presidente da Casa, Valdir Rossoni (PSDB), tomar medidas com objetivo de "moralização".

Medidas que são necessárias, na avaliação de cientista político Ricardo Oliveira, da Universidade Federal do Paraná. Em entrevista à FOLHA, o professor argumentou que a entrada da

Polícia Militar no Legislativo é consequência de uma onda de irregularidades que a Casa vinha enfrentando. "A Assembleia era um caso de polícia escancarado, um antro de criminosos", completou.

Desde o ano passado a AL viu notícia nacional, após de investigações do Grupo de Atuação Especial de Combate ao Crime Organizado (Gaeco) que culminaram na prisão do ex-diretor-geral Abib Miguel, entre outros servidores da

Lidar com a coisa pública como se privada fosse é um dos males na política brasileira

Casa. Foram apontados desvios de cerca de R\$ 100 milhões dos cofres do Legislativo.

Lidar com a coisa pública como se privada fosse é um dos males da política brasileira. E não é exclusividade paranaense. A classe que representa a população muitas vezes se esquece do seu papel: cuidar do interesse da coletividade.

A "amnésia" resulta em casos e mais casos de escândalos. São tantos que muitos já perderam a capacidade

de se indignar. O ciclo vicioso se repete, como em um looping que não tem fim. E a população sofre as consequências, com a falta de verbas para serviços básicos: saúde, educação, segurança.

Tentar dar mais transparência aos atos, abrindo verdadeiras "caixas de Pandora" é o primeiro passo para moralizar um poder tão fragilizado. É o que o paranaense espera. Mas as promessas precisam deixar o parlamento e passar para a ação. Sob pena dessa nova legislatura repetir erros do passado e manter o alto grau de reprobção popular.

CARTAS **CHARGE DO DIA**

FONTE: JORNAL FOLHA DE LONDRINA

FIGURA 11 – CHAMADA DE PRIMEIRA PÁGINA DO JORNAL DA MANHÃ



FONTE: JORNAL DA MANHÃ

FIGURA 12 – REPORTAGEM E FOTO NO JORNAL DA MANHÃ



FONTE: JORNAL DA MANHÃ

FIGURA 13 – CHAMADA DE PRIMEIRA PÁGINA DO O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ



FONTE: O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ

FIGURA 14 – REPORTAGEM DO JORNAL O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ



FONTE: O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ

FIGURA 15 – FOTO DO JORNAL O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ



FONTE: O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ

FIGURA 16 – CHAMADA DE PRIMEIRA PÁGINA DO JORNAL O PARANÁ



FONTE: O PARANÁ

FIGURA 17 –REPORTAGEM DO JORNAL O PARANÁ

no, o vice-prefeito de São João dos Pinhais, Jairo Melo, e es-...
...um a assistência da polí...
...que é servida à sociedade e...

CORRUPÇÃO NA ASSEMBLEIA

Mais 13 denunciados por desviar dinheiro público

Pagamentos irregulares já comprovados chegam a R\$ 26 milhões

Curitiba – O Ministério Público do Paraná denunciou criminalmente ontem mais 13 pessoas ligadas ao ex-diretor-geral da Assembleia Legislativa, Abib Miguel, o “Bibinho”. Elas são acusadas de participarem do esquema de desvio de dinheiro público, cujo montante descoberto já chega a R\$ 26 milhões.

A quantia, sem correção monetária, su- refere ao pagamento de salários a 17 funcionários fantasmas, oito deles ligados a João Leal de Mattos e outros nove ao coestor de inócuos Daur Afonso Martins de Oliveira, que teve a prisão preventiva decretada pela Justiça, mas está foragido.

O Ministério Público apontou 18 situações que caracterizam crimes de formação de quadrilha, peculato, falsidade ideológica e lavagem de dinheiro. Dos denunciados ontem, três são ex-diretores da Assembleia – Abib Miguel, Cláudio Marques da Silva e José Ary Nassif – que já foram denunciados anteriormente pelos mesmos motivos.

De acordo com o MP, algumas das pessoas que “cediam” nomes e dados para as contratações recebiam de R\$ 600 a R\$ 800 mensais – embora estivessem “contratadas” por vencimentos que chegavam a cerca de R\$ 30 mil. Ainda segundo o órgão, alguns dos envolvidos confessaram em depoimentos que sabiam do esquema, enquanto apenas uma pessoa não sabia que foi usada e por isso não foi incluída na ação.

OS ENVOLVIDOS

Na primeira denúncia feita pelo MP, Abib Miguel e João Leal de Mattos foram denunciados por cometerem 1.182 vezes o crime de peculato (desvio de dinheiro público). Ontem, Abib Miguel e Daur Afonso Martins de Oliveira foram denunciados 894 vezes pelo crime de peculato.

Foram denunciados ontem Abib Miguel, José Ary Nassif, Cláudio Marques da Silva, Daur Afonso Martins de Oliveira, Marco Christian Lucas de Oliveira (filho de Daur), Marcel Louise de Oliveira (filha de Daur), Roseli do Rocio Lucas de Oliveira (esposa de Daur), Clari Maria de Oliveira, Luis Alonso Lucas de Oliveira, Eduardo José Ghur, Pierre José Ghur, Alexandre Ghur e Glaciene de Souza Ghur.

BOBATO MADEIRAS

- ✓ Rodapés e Maia-cana
- ✓ Vigamentos / Tabuados

☎ 3225-4433

FONTE: O PARANÁ