

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MILIAN CERCAL DALDEGAN

**POLÍTICA EM PAUTA:
UM ESTUDO COMPARATIVO DA VISIBILIDADE DE JAIME LERNER NO
JORNAL GAZETA DO POVO ENQUANTO PREFEITO DE CURITIBA
EM TRÊS MANDATOS**

**CURITIBA
2012**

MILIAN CERCAL DALDEGAN

**POLÍTICA EM PAUTA:
UM ESTUDO COMPARATIVO DA VISIBILIDADE DE JAIME LERNER NO
JORNAL GAZETA DO POVO ENQUANTO PREFEITO DE CURITIBA
EM TRÊS MANDATOS**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Departamento 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
2012**

TERMO DE APROVAÇÃO

MILIAN CERCAL DALDEGAN

**POLÍTICA EM PAUTA:
UM ESTUDO COMPARATIVO DA VISIBILIDADE DE JAIME LERNER NO JORNAL
GAZETA DO POVO ENQUANTO PREFEITO DE CURITIBA
EM TRÊS MANDATOS**

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:

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

Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini
Departamento de Comunicação Social, UEPG

Prof. Dr. Sérgio Soares Braga
Departamento de Pós-Graduação em Ciência Política, UFPR

Curitiba, 20 de abril de 2012.

AGRADECIMENTOS

Ao fim de mais esta conquista, presente e obra de Deus, não poderia deixar de agradecer aqueles que fizeram parte desta caminhada.

Em primeiro lugar, agradeço e dedico este trabalho aos meus pais, Marilda Cercal Daldegan e João Carlos Daldegan. E a todos os meus familiares, pois, sempre estiveram ao meu lado em todos os momentos, alegres ou tristes, tranquilos ou tumultuados, e que em nenhum instante deixaram de acreditar em mim.

Agradeço aos meus amigos pelo amor e paciência que me reservaram neste período, cada um sabe o quanto e de que forma esteve presente nesta fase importante de minha vida.

Também agradeço meu orientador, professor Emerson Urizzi Cervi, por ter incentivado minhas primeiras ideias e, principalmente, por ter me ajudado a apostar em mais este desafio. Aos demais professores do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná, por também terem contribuído para a conclusão deste trabalho, com sugestões e críticas, fundamentais ao desenvolvimento de meu projeto. À Capes, pelo auxílio financeiro, e aos funcionários da universidade, que indiretamente também me auxiliaram nestes anos.

E por fim, agradeço meus colegas de pós-graduação, éramos poucos, mas, interagimos e muito. Em meio a personalidades, opiniões, convicções e experiências tão diferentes, aprendi bastante com todos. Particularmente sempre levarei comigo as companheiras Clicéia, Michele e Patrícia.

Apega-te à instrução e não a largues; guarda-a, porque ela é a tua vida.

Provérbios 4:13

RESUMO

Este trabalho tem como principal objetivo analisar comparativamente qual o espaço cedido pelo jornal Gazeta do Povo, em suas primeiras páginas e páginas internas, a assuntos relacionados a Jaime Lerner, enquanto prefeito de Curitiba, em três mandatos (1971-1975/1979-1983/1989-1992), o primeiro durante a ditadura militar (censura), o segundo durante o período de transição e o terceiro já durante a democracia consolidada. A metodologia utilizada foi a de pesquisa quantitativa em que foram avaliados mais de 4.300 exemplares do jornal, dentro do período dos três mandatos de Lerner, dos quais foram retirados os dados analisados nesta pesquisa. Uma das hipóteses que moveu este trabalho é de que houve diferenças no tratamento das notícias relacionadas ao ator político nos períodos analisados, pois, seus mandatos ocorreram em períodos políticos distintos. A pesquisa utiliza, para embasar este trabalho, estudos sobre questões como agendamento, visibilidade e critérios de noticiabilidade. E ainda faz uma contextualização dos períodos políticos citados, sobre Jaime Lerner e sobre a Gazeta do Povo.

Palavras-chave: Jaime Lerner; Gazeta do Povo; visibilidade; mídia.

ABSTRACT

This work has as main objective to analyze and compare the space given by the newspaper *Gazeta do Povo* on its front pages and internal pages to issue related to Jaime Lerner, while Mayor of Curitiba, in three terms (1971-1975/1979-1983/1989-1992), the first during the military dictatorship (censorship), the second during the transitional period and the third during the consolidated democracy. The methodology used was that of quantitative research and more than 4,300 copies of the newspaper have been assessed within the period of the three terms of Lerner from which were withdrawn the data analyzed in this research. One of the hypotheses that moved this work is that there were differences in the treatment of news related to Lerner in the periods analyzed, because their mandates took place in distinct political periods. To support this work, the research uses studies on issues such as scheduling, visibility and the news criteria. And it also contextualizes the political periods mentioned about Jaime Lerner and about *Gazeta do Povo*.

Keywords: Jaime Lerner; *Gazeta do Povo*; visibility; media.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	- MANCHETES DA GAZETA DO POVO EM 1970.....	58
GRÁFICO 1	- POSIÇÃO DAS ENTRADAS DE PRIMEIRA PÁGINA, DE ACORDO COM OS MANDATOS DE LERNER.....	72
GRÁFICO 2	- TEMAS RELACIONADOS A LERNER POR MANDATOS.....	76
QUADRO 1	- RESUMO DAS INFORMAÇÕES DAS CAPAS.....	80
QUADRO 2	- RESUMO DAS INFORMAÇÕES REFERENTES À ANÁLISE DAS PÁGINAS INTERNAS.....	90

LISTA DE TABELAS

TABELA 1	-	FORMATOS DAS ENTRADAS DE CAPA.....	70
TABELA 2	-	ESPAÇO OCUPADO PELAS ENTRADAS DE CAPA.....	73
TABELA 3	-	ÍNDICE DE VISIBILIDADE DISTRIBUÍDO POR MANDATOS....	75
TABELA 4	-	TEMAS MAIS FREQUENTES RELACIONADOS A LERNER, DE ACORDO COM OS MANDATOS.....	78
TABELA 5	-	ELEMENTOS SELECIONADORES, DE ACORDO COM O MANDATO.....	79
TABELA 6	-	POSICIONAMENTO DAS MATÉRIAS NAS PÁGINAS INTERNAS.....	83
TABELA 7	-	ÍNDICE DE VISIBILIDADE, DE ACORDO COM O MANDATO.....	85
TABELA 8	-	VISIBILIDADE DOS TEMAS GERAIS MAIS FREQUENTES RELACIONADOS A LERNER.....	86
TABELA 9	-	TEMAS ESPECÍFICOS MAIS FREQUENTES.....	88

LISTA DE SIGLAS

AI	- Ato Institucional
APPUC	- Assessoria de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
ARENA	- Aliança Renovadora Nacional
CIC	- Cidade Industrial de Curitiba
DOPS	- Departamento de Ordem Política e Social
DOI-CODI	- Destacamento de Operações de Informações - Centro de Operações da Defesa Interna
IPPUC	- Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
GRPCOM	- Grupo Paranaense de Comunicação
MDB	- Movimento Democrático Brasileiro
PDC	- Partido Democrata Cristão
PDS	- Partido Democrático Social
PDT	- Partido Democrático Trabalhista
PFL	- Partido da Frente Liberal
PMDB	- Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PP	- Partido Popular
PSD	- Partido Social Democrático
PTB	- Partido Trabalhista Brasileiro
RPC	- Rede Paranaense de Comunicação
SNI	- Serviço Nacional de Informação
UDN	- União Democrática Nacional

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	OS EFEITOS DA MÍDIA SOBRE A OPINIÃO PÚBLICA E SEUS REFLEXOS NA POLÍTICA.....	15
2.1	A MÍDIA E O CONTROLE DA AGENDA.....	22
2.2	VISIBILIDADE MÍDIÁTICA, CAPITAL POLÍTICO E REPRESENTAÇÃO...	27
2.3	A NOTICIALIDADE NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA.....	33
3	O CONTEXTO POLÍTICO BRASILEIRO NOS PERÍODOS EM QUE LERNER FOI PREFEITO DE CURITIBA.....	41
3.1	JAIME LERNER: O TÉCNICO QUE VIROU POLÍTICO.....	53
3.2	GAZETA DO POVO.....	57
3.3	DITADURA E DEMOCRACIA: DO SILÊNCIO DA IMPRENSA À PARTICIPAÇÃO POLÍTICA.....	60
4	DISCUSSÃO METODOLÓGICA E ANÁLISE DE DADOS.....	67
4.1	ANÁLISE DOS RESULTADOS REFERENTES ÀS CAPAS.....	69
4.2	ANÁLISE DOS RESULTADOS REFERENTES ÀS PÁGINAS INTERNAS.....	81
5	CONCLUSÃO.....	92
	REFERÊNCIAS.....	98
	ANEXOS.....	104

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende analisar qual o espaço cedido por um jornal, tanto em suas primeiras páginas quanto nas páginas internas, para assuntos ligados a determinado ator político. Isto é, verificar qual a visibilidade destes assuntos nas páginas do periódico. Sendo assim, optou-se por analisar o jornal Gazeta do Povo, veículo impresso de maior tiragem no estado do Paraná, verificando qual a presença de temas ligados ao ex-governador do estado e ao ex-prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, no período de seus três mandatos: de 1971 a 1975 (primeiro mandato); de 1979 a 1983 (segundo mandato); e de 1989 a 1992 (terceiro mandato). É importante ressaltar que são três períodos políticos distintos: o primeiro refere-se à ditadura militar; o segundo, ao período de transição da ditadura para a democracia; e o terceiro, ao período democrático consolidado. Portanto, trata-se de uma análise comparativa, na qual o que se quer verificar é se houve diferenças significativas na cobertura do veículo, já que se trata do mesmo ator político em períodos políticos distintos.

Para tanto, utilizou-se o método de pesquisa quantitativa em que foram avaliadas as primeiras páginas do jornal e as matérias referentes às chamadas de capa encontradas nas páginas internas de todas as edições, durante os três períodos. Foram verificados mais de 4.300 exemplares do jornal, dos quais foram coletados os dados das capas e das páginas internas, posteriormente tabulados e transformados em variáveis, pelas quais se chegou aos resultados da pesquisa descritos no capítulo 4 desta dissertação.

Jaime Lerner foi escolhido como objeto deste estudo por ser uma figura política de destaque tanto na capital quanto no estado do Paraná, além de obter reconhecimento nacional e internacional por suas ações e obras. Já o jornal Gazeta do Povo foi escolhido por ser o jornal mais antigo e o de maior tiragem na capital e no estado.

O que justifica este trabalho é a importância que a mídia desempenha na transmissão de valores e de visões sobre a realidade, principalmente no que diz respeito à política. Para uma parcela significativa da população, os veículos de comunicação são a fonte de informação sobre os mais diversos assuntos e é destes meios, também, que os cidadãos extraem os fatos para tecerem suas próprias

opiniões. Além do mais, os *media* têm a vantagem de assumir um papel de controle sobre a divulgação dos assuntos e/ou temas que possam ter destaque na cobertura midiática, muitas vezes agendando temas.

O ponto-chave deste trabalho é verificar como o jornal tratou os assuntos relacionados ao ator político em questão, Jaime Lerner, isto é, que espaço foi designado a esses assuntos nas páginas da Gazeta do Povo. Portanto, faz-se necessário observar como um jornal constrói suas notícias, levando em consideração a linha editorial do veículo e o fato de que os jornalistas têm a tarefa de escolher os assuntos a serem tratados em cada edição. Muitas vezes os veículos de comunicação sofrem certos tipos de influências, internas ou externas ao meio, que influenciam nessa produção. A escolha dos critérios de noticiabilidade, para determinar o que vai ou não virar notícia, pode ser determinada a partir do impacto de pressões internas, do próprio jornalista ou da empresa jornalística, ou de pressões externas, vindas de órgãos ou instituições, como o Estado, principalmente em períodos não democráticos, como o caso do período ditatorial.

A análise dos três períodos remete à comparação entre eles no que diz respeito ao processo de produção de notícias já que são períodos distintos da política no Brasil: ditadura militar, transição e democracia. Neste ponto da pesquisa pode-se avaliar como se deram os processos de construção de notícias, passando pelos conceitos de critérios de noticiabilidade e de valor-notícia, em ambos os períodos políticos. Aqui cabe comparar o período de grande pressão política e de censura, encabeçado pela ditadura militar, ao período de grande influência econômica e de mercado, do regime democrático.

Algumas perguntas permeiam essa discussão: Qual o espaço que o jornal Gazeta do Povo deu aos assuntos ligados ao ator político Jaime Lerner nos períodos analisados, em seus três mandatos? Houve diferença no tratamento das notícias durante os dois períodos políticos da ditadura e a redemocratização? Os temas relacionados a Lerner foram os mesmos nos períodos em questão ou se modificaram?

Partindo dessas perguntas, o cerne da questão está em verificar se o veículo de comunicação – jornal Gazeta do Povo – estabeleceu algum tipo de diferenciação no tratamento das notícias referentes ao ator político Jaime Lerner, durante os períodos de seus três mandatos. No caso deste estudo, o que se tem a verificar é se houve diferenças no processo de produção das notícias, pelo jornal paranaense, a

respeito de um líder político, levando em consideração os períodos políticos de análise, já citados anteriormente. A análise acerca do ator político Jaime Lerner também se justifica pelo fato de o ex-prefeito de Curitiba – por três vezes – ter se tornado uma figura exponencial para a política do Paraná. Nos dois primeiros mandatos, de 1971 a 1975 e de 1979 a 1983, Lerner foi nomeado pelos governadores do estado; depois, eleito pelo voto direto nas eleições de 1988, assumindo, em 1989, seu terceiro mandato. O que se tornou marcante em suas gestões foi a característica de gestor tecnocrata demonstrada por ele, que focava sua administração em questões de infraestrutura, transformando Curitiba em exemplo de planejamento urbano. Para Dória (2002) essa questão foi primordial na consolidação das gestões de Lerner junto aos curitibanos. Quanto ao jornal *Gazeta do Povo*, a escolha se deu pelo fato de ser este o veículo de maior tiragem em Curitiba e em todo Paraná, portanto o mais lido. O jornal, com 93 anos de história e aproximadamente 500 mil leitores, faz parte do maior grupo de comunicação do estado, o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM)¹, que, além deste veículo, possui mais dois jornais, duas emissoras de TV e duas rádios.

O estudo das primeiras páginas do jornal pauta-se no valor que as notícias recebem ao serem veiculadas nesse espaço, pois as notícias mais relevantes e de maior importância são resumidamente expostas nas capas dos jornais e geram maior interesse junto ao público. Assim, a análise do jornal, sempre verificando o tipo de abordagem utilizada e analisando os critérios de noticiabilidade, torna-se importante como forma de compreender a importância que a mídia, nesse caso a local, tem no processo de articulação política e na construção da imagem de uma figura pública.

A hipótese deste trabalho é a de que houve diferenças no tratamento dado às notícias, pelo jornal, por se tratarem de momentos políticos diferentes, ditadura, transição e democracia, e também pelo fato dos veículos de comunicação sofrerem certos tipos de pressões, como já dito anteriormente, o que poderia influenciar nesse processo. Portanto, o fato de ser a mesma figura política e o mesmo jornal torna mais evidente a comparação.

Esta dissertação está dividida em três capítulos. O primeiro aborda, de modo geral, os efeitos dos meios de comunicação sobre a opinião pública e a política,

¹ Estas informações estão disponíveis no site: <www.grpcom.com.br>

passando por temas como esfera pública e opinião pública; agenda midiática; visibilidade, capital político e representação, além de noticiabilidade e produção de notícias. O capítulo seguinte traz informações sobre o contexto político nos três períodos analisados, enfatizando o ator político, Jaime Lerner, além de traçar um perfil do jornal Gazeta do Povo e verificar a relação entre a mídia e o Estado, nestes períodos. Por fim, no último capítulo verifica-se a metodologia e os resultados encontrados nesta pesquisa.

2 OS EFEITOS DA MÍDIA SOBRE A OPINIÃO PÚBLICA E SEUS REFLEXOS NA POLÍTICA

Os meios de comunicação proporcionam a interação entre todas as esferas, em especial a política. No campo político, estes oportunizam que as ações dos atores sejam transmitidas ao público, assim como fornecem ao público subsídios para a formação de opinião. Portanto, pode-se acrescentar a esse pensamento o fato de que os *mass media* podem ter importância à contemporaneidade, no que diz respeito à democracia, e também podem influenciar interesses e opiniões. A partir disso, é importante avaliar quais as implicações políticas que a cobertura midiática tem para o debate. Para Miguel e Biroli (2010), o ambiente social é, em grande parte, configurado pela mídia, e é por meio desta que o público retira a maioria das informações necessárias para tecer suas opiniões. Segundo os autores, o “contato rotineiro com os meios de comunicação ampliou nossa vivência e deu novos sentidos às interações e experiências que constituem as identidades dos indivíduos e codificam seus comportamentos”. (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 7). Assim sendo, um veículo de comunicação, levando em consideração seu alcance em determinadas regiões, pode ser, hoje, o meio mais direto e eficiente pelo qual as pessoas procuram informações e, muitas vezes, por meio deles, constroem suas opiniões. Portanto, seria possível dizer que um jornal como a Gazeta do Povo, sendo o periódico de maior tiragem no estado do Paraná, e, principalmente em Curitiba, o de maior visibilidade, transforma-se em um dos principais canais de informação para a população desta região.

Os *media* possuem as funções de promover o debate público, fazer com que a opinião pública seja formada, além de servir como uma espécie de observador e meio de transmissão das ações políticas para seu público. Segundo Cervi (2009), seria como uma espécie de elo entre representantes e representados. “Nas sociedades contemporâneas os jornais são considerados o motor do espaço público, ou seja, são eles que movimentam e estimulam o debate político, envolvendo, potencialmente, todos os cidadãos principalmente nas disputas eleitorais.” (CERVI, 2009). Portanto, ao trazer à tona assuntos sobre política ou sobre figuras políticas, por exemplo, um jornal, como a Gazeta do Povo, torna-se um fomentador de discussões sobre os mais diversos assuntos, fazendo análises sobre determinados

temas, revelando ações ou denúncias, de forma a ser o transmissor do que acontece no dia a dia, não só do cenário político, mas de todos os campos de interesse do seu público. Ao publicar em suas capas temas referentes a um ator político, como, por exemplo, Jaime Lerner, enquanto prefeito de Curitiba, o jornal, além de transmissor de notícias, tornou-se elo entre os cidadãos e seu governante, expondo as ações políticas de Lerner e tornando possível ao público estar a par dos acontecimentos ligados à administração municipal.

Como afirma Aldé et al. (2005), os jornais e os jornalistas passaram a ser o centro da esfera pública, desde o surgimento da imprensa e com ela as transformações sociais e políticas, devido às democracias. Além disso, a mídia tornou-se “elemento fundamental para a mediação entre os cidadãos e o Estado, bem como em personagens políticos de primeira grandeza, com suas atenções e opiniões disputadas por grupos e agentes de interesses.” (ALDÉ et al, 2005, p. 186).

Esta dimensão entre o Estado e a sociedade civil, chamada de esfera pública, surgiu como um espaço de debate, por onde transitavam as opiniões diretas e onde os sujeitos discutiam determinados assuntos em igual nível de afirmação, buscando intermediação das demais esferas no controle de suas intenções. Partindo dessa afirmação, tem-se um espaço entre Estado e sociedade, de onde parte a ação coletiva em torno do que se pretende defender, muito próximo do que se pode entender como ideal democrático, do qual todos participam. Como mostra Habermas (1984), a esfera pública, que era liderada pela burguesia em prol de interesses econômicos e contra o poder da nobreza, tornou-se ponte entre o Estado e a nova sociedade emergente. Para ele, esse novo espaço originou o desenvolvimento da imprensa, instituição por excelência da esfera pública.

Como explica Thompson (2001), essa nova esfera não fazia parte do Estado, mas era o ambiente onde as atividades do Estado poderiam ser debatidas e criticadas. O autor relembra ainda que, além disso, novos “centros de socialização” surgiram, como salões e cafés, tornando-se lugares de discussões onde as elites podiam interagir com a nobreza em pé de igualdade. Assim, a imprensa e esses novos espaços interligavam-se e tornavam-se os meios pelos quais a sociedade podia ter liberdade de pensamento e de expressão.

A esfera pública, do ponto de vista de Wilson Gomes (1998), surgiu como sendo o campo da vida social em que interesses comuns poderiam ser discutidos abertamente, podendo, ou não, ganhar certa ênfase perante a coletividade. Este

espaço de discussão, para o autor, deveria obedecer a uma racionalidade, pois os assuntos a serem debatidos deveriam atender ao consenso do público. Baseado na conclusão de Habermas, o autor afirma que a esfera pública sofreu mudanças significativas junto às transformações que as sociedades tiveram desde seu advento. A dimensão mediadora, característica básica e importante deste âmbito, perdeu força e já não é mais acessível.

Nas duas últimas décadas do século XX, a prática e os ideários políticos parecem convulsionados, escapando à lógica política tradicional, de forma que os meios de comunicação assumiram um papel central nesse cenário, substituindo inclusive espaços tradicionais do debate político. Vivemos uma “realidade midiática” da sociedade da comunicação, cuja esfera política se vê obrigada a se adaptar a essa nova realidade, embora a clássica questão do poder permaneça. (CERVI, 2010, p. 44).

Assim, a imprensa tornou-se um meio para o debate, sobretudo para questões políticas e sociais, pois para uma cultura democrática os meios de comunicação seriam o espaço que permitiria aos cidadãos, de alguma forma, participar do processo de tomada de decisões. Portanto, por meio das informações que transmite, a mídia aparece como uma forma de suporte ao público no que diz respeito à construção de opiniões sobre determinados assuntos. No caso deste trabalho, o jornal Gazeta do Povo, ao publicar em suas páginas assuntos sobre o ex-prefeito Jaime Lerner, estaria subsidiando o debate sobre os temas expostos relacionados ao ator político, permitindo que os leitores tivessem acesso às notícias e, também, por meio delas, formulassem suas próprias opiniões.

Em sua forma mais simples de entendimento, opinião pública é o que se chama popularmente de pensamento coletivo sobre determinado assunto. Segundo Guareschi (2003), é uma realidade social, que não é somente a soma de opiniões individuais, mas “que é constituída e se apresenta como social”. Essa visão da opinião pública como algo coletivo e relacionado com articulações de poder é tão antiga quanto a sociedade. Alonso (1992) assinala que para os gregos, precursores do termo, a opinião pública tinha uma conotação mais negativa e de contraposição com a verdade, além de ter vínculo com o povo. As visões mais positivas aparecem somente na Idade Média, onde os indivíduos adquirem legitimidade perante a opinião pública. O termo opinião pública, em especial, é usado popularmente ao se dirigir a assuntos ligados à política. E na sociedade contemporânea a mídia tem ligação direta com a formação de opinião a respeito da política, servindo, segundo o

termo usado por Alonso (1992), como um “catalisador de opiniões”. Muitos estudiosos defendem que a opinião pública é passível de manipulação pelos meios de comunicação. Lippmann, em seu livro *Public Opinion*, defende que a opinião pública pode ser manipulada pelos meios de comunicação, pois o público, de certa forma, aceita o que os *media* mostram como verdade.

O fluxo de mensagens que transita por este meio faz dos *media* um importante canal de difusão de opiniões. Essas informações são selecionadas, hierarquizadas e formatadas, depois direcionadas ao grande público. Para Medina (2006), os meios de comunicação cada vez mais têm relação com a esfera política, econômica e social, e mantêm a tentativa de influenciar a opinião pública. A escolha do que vai ou não ser transmitido ao público denota aos profissionais da mídia a característica de formadores de opinião. Medina (2006) explicita que na construção da notícia política, por exemplo, a mídia acaba por definir o que é ou não fato noticiável, e determina o valor-notícia de determinado fato. Habermas (2008) afirma que aqueles que trabalham com os *media* têm a autoridade de exercer o poder por estarem aptos a selecionar, formatar e distribuir informação ao grande público. Esses indivíduos, portanto, “intervêm tanto na formação de opiniões públicas quanto na distribuição de interesses influentes.” (HABERMAS, 2008, p. 17). Para o autor, existem dois tipos de atores, que, segundo ele, são imprescindíveis à esfera pública: os profissionais dos meios de comunicação (jornalistas) e os políticos, que ocupam o centro do cenário político e que também são “coautores” da construção da opinião pública.

Segundo Medina (2006, p. 29), “a política está, cada vez mais, nas mãos da arma mais poderosa da sociedade contemporânea, os *media*”. Ainda segundo o autor, o que era restrito a um pequeno grupo fechado, antes do advento da comunicação, hoje transita pela “dimensão pública da sociedade”, por meio da mídia. Para ele, os meios de comunicação fazem da política um produto de venda: “(...) brilha naturalmente aquele que conta com o maior desenvolvimento tecnológico, maior grau de sedução (...)”. (MEDINA, 2006, p. 31). Já para Miguel (2002), a ideia de que os atores e os discursos políticos ficam expostos hoje aos meios de comunicação não pode encobrir a real “lógica da política”.

A comunicação política é muito mais do que transmitir discursos, esta acabou se transformando em um espaço de interlocução e de debate. Para completar esse pensamento, não se pode deixar de lado a ideia de visibilidade e

publicidade que a mídia representa ao mundo da política. Nesse espaço de discussões e deliberações, a opinião pública entra como um elo essencial na integração da sociedade, tornando-se importante ao estabelecimento de padrões e de comportamentos. Um jornal, como, por exemplo, a Gazeta do Povo, passa a ser um meio pelo qual os cidadãos adquirem informações e as transformam em assunto de discussão. Ao publicar em suas primeiras páginas assuntos ligados ao ex-prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, o periódico ofereceu aos leitores informações sobre o governo, e/ou outras ações e atividades do político, abrindo espaço para a formulação de opiniões e também para o debate. É fato que várias instâncias da sociedade, por meio de seus líderes de opinião, influenciam na formação da opinião pública, como os meios de comunicação, que constituem uma importante fonte de poder. Assim, a “mídia amplia a esfera pública, mas, uma vez ampliada midiaticamente, essa esfera perde o conteúdo original para poder se adaptar às novas condições sociais, fazendo com que a racionalidade ceda espaço para a forma, segundo visão pessimista habermasiana.” (CERVI, 2010, p. 51).

Já quase como um clichê, costuma-se dizer que a mídia serve como um transmissor de informações objetivas e imparciais ao bom serviço da democracia. Porto (2004) defende a visão de que, no que diz respeito aos temas políticos, valores e ideologias de proprietários e jornalistas não devem influenciar no relato dos fatos; defende também que não haja nenhum tipo de favorecimento a candidatos ou partidos. “Na análise da cobertura das eleições, por exemplo, pesquisadores frequentemente medem o espaço dado a cada candidato ou a valência das matérias (positiva ou negativa) para explicar qual teria sido o papel da mídia.” (PORTO, 2004, p. 75); assim como é também o objetivo deste trabalho: verificar qual é o espaço ocupado pelo ator político, Jaime Lerner, nas páginas do jornal Gazeta do Povo.

A discussão sobre esfera pública e opinião pública, contemporâneas, traz à tona o papel dos meios de comunicação dentro desse espaço e, também, como instrumento na construção de opinião. Portanto, cabe avaliar como as informações, matéria-prima da mídia, são construídas. A maneira como os veículos constroem suas notícias pode refletir na forma como o público vai reagir diante dessas informações, influenciando, assim, no modo de pensar sobre determinados assuntos. No caso específico deste trabalho, que consiste em avaliar o espaço que notícias referentes a Jaime Lerner, o que se pode avaliar é o processo de produção

de notícias pelo qual passou o jornal, para que se verifique de que maneira elas chegaram ao leitor, de forma a se tornarem fonte de informação e possivelmente influenciadoras de opinião sobre a imagem de Lerner. É preciso levar em consideração a visibilidade dos assuntos ligados ao ator político em momentos políticos distintos – seu primeiro mandato, durante a ditadura militar, o segundo, durante o período de transição, e o último mandato, já no período democrático – para verificar se esse processo de produção de notícias sofreu algum tipo de modificação.

Para Gomes (1998), a mudança na estrutura da esfera pública está veiculada às mudanças significativas dos meios de comunicação, especialmente no que se refere à mídia estar pautada em interesses privados. Esse processo pelo qual passaram os meios de comunicação, dada a evolução tecnológica principalmente no tocante à mídia eletrônica, causou, a partir do século XX, reestruturações no cenário político. Segundo Miguel (2002), os políticos tiveram que se adaptar a essa nova fase, pois a mídia tornou-se fator central na vida política contemporânea. Os meios de comunicação abriram espaço para que atores políticos divulgassem seus discursos e práticas, além de criarem a publicidade de suas imagens. O papel representado pela mídia, hoje, nas democracias foge um pouco do que se considera ideal, que seria transmitir as visões sociais de seus diversos grupos. O que se observa é que a mídia, em sua maioria atrelada a anseios capitalistas, entra em choque com o ideal democrático ao qual deveria estar proposta, pois, segundo Miguel (2002), ela reproduz mal a diversidade social e não dá espaço às diversas vozes presentes na sociedade. O mercado dos meios de comunicação está cada vez mais concentrado e monopolizado, além de depender de seus anunciantes, que são, em sua maioria, empresas também capitalistas. E quando se fala em mídia, conforme Lima (2006), faz-se referência à indústria cultural, isto é, às emissoras de rádio e de televisão (abertas e pagas), aos jornais, às revistas e ao cinema, detentores do que se chama de comunicação de massa. Para ele, as empresas de comunicação são atores econômicos fundamentais, pois fazem parte de grandes conglomerados empresariais, articulados em nível global, detendo o controle sobre a produção e a distribuição de capital simbólico, assim, podendo interferir diretamente no processo político.

No Brasil, segundo Lima (2006), a situação não é diferente, pois os meios de comunicação ficam concentrados nas mãos de empresas (familiares) vinculadas às

elites políticas regionais e locais. Como exemplo, o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), do qual faz parte o jornal Gazeta do Povo, objeto deste estudo. Essas características específicas é que fazem do Brasil um país em que a mídia assume proporções de poder maiores do que em outros países. Portanto, o que se tem é um número de instituições/empresas que possuem um aparato tecnológico específico para trabalhar a comunicação e que acabam sendo as detentoras da informação. Essa comunicação midiaticizada, conforme afirma Lima (2006), é um importante, e, diga-se de passagem, poderoso “símbolo da modernidade”. Segundo o autor, ela possui duas importantes características: unidirecionalidade e produção centralizada, integrada e padronizada de seu conteúdo. Assim, não se pode deixar de lado o peso que a mídia representa, atualmente, no processo político, ela é uma das instituições que mais influenciam na formação da opinião pública e na construção da agenda pública.

Lima (2006) tipifica algumas teses para compreender a relação entre mídia e política. Entre elas, ele diz que a mídia ocupa uma posição central nas sociedades contemporâneas e tem forte influência nos processos políticos. Nas sociedades modernas, é usada como instrumento de conhecimento público e de socialização, principalmente política. O autor afirma que a mídia desempenha importante papel na construção da realidade. Pelo fato do espaço público estar midiaticizado, a prática política está atrelada, de certa forma, à mídia, que se torna instrumento de regulação dessa atividade. Os políticos têm buscado uma visibilidade favorável junto aos meios de comunicação, pois cada vez mais esta trabalha na construção da agenda pública, definindo temas. E assim a mídia, de acordo com Lima, transforma-se no próprio ator político.

Segundo Rubim (2000), o lugar ocupado pela mídia na sociedade atual pode ser classificado como “Idade Mídia”, enfatizando seu poder de determinação. “A incidência da comunicação não apenas estrutura e ambienta a nossa singular contemporaneidade. Ela afeta em profundidade a configuração da sociabilidade atual, pois ela se vê composta e perpassada por ‘marcas’ fabricadas pela mídia [...]”. (RUBIM, 2000, p. 37). Para o autor, seguindo a ideia de Pierre Bourdieu, é preciso reconhecer a comunicação e a política como campos sociais autonomizados da modernidade. O campo da política congrega elementos cuja finalidade é governar a sociedade, e os meios de comunicação reúnem elementos que têm como objetivo dar visibilidade a seu princípio de legitimidade.

A importância, dada aos meios de comunicação, de fazer parte do cotidiano das pessoas implica em fazer destes um espaço desejado, em que se tem a oportunidade de garantir visibilidade a um tema ou a um ator político, por exemplo. Como afirma Lima (2006), a exposição de um político pela mídia, positiva ou negativamente, pode definir sua imagem. Por exemplo, um prefeito, como Lerner, tendo suas ações junto à administração da cidade reportadas pelo principal veículo de comunicação, ocupa espaço de visibilidade – que pode tanto ser positivo quanto negativo. O resultado dessa visibilidade, tomando como hipótese o fato de que a mídia define padrões, poderia influenciar na carreira do político e, se positiva, auxiliaria na solidificação da imagem do mesmo.

Segundo Miguel e Birolli (2010), a visibilidade na mídia é produtora de capital político, como dito anteriormente. Isto é, “a notoriedade midiática é condição necessária para o acesso às posições mais importantes do campo político”. (MIGUEL; BIROLLI, 2010, p.11). É na mídia que muitos políticos encontram o espaço que precisavam para divulgar suas ações e imagens, com mais influência do que a própria propaganda política. O que caracteriza a influência da mídia sobre a política é a capacidade que a primeira tem de administrar a visibilidade do fato político. Portanto, cabe aos meios de comunicação verificarem qual fato se sobressai aos demais, aquele que seria reconhecido como mais importante, o qual poderia orientar o noticiário e influenciar a agenda pública. O próximo tópico vem tratar sobre o agendamento da mídia.

2.1 A MÍDIA E O CONTROLE DA AGENDA

Ao observar a primeira página de um jornal, ou atentar à chamada de um telejornal, o público está direcionado às questões mais importantes do dia, de acordo com o veículo de comunicação. Esta capacidade que os meios de comunicação têm de hierarquizar temas e colocá-los em pauta, salientando a agenda pública e influenciando o público a selecionar os assuntos mais importantes do dia, é o que se pode chamar de agendamento da mídia. A hipótese da *agenda-setting* – originalmente estudada nos Estados Unidos pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, na década de 1970, publicada em 1972 e já esboçada no clássico de Walter Lippmann, *Opinião Pública*, – remete à influência dos meios de comunicação na determinação dos temas sobre os quais o público

poderá vir a discutir. De acordo com Wolf (2001), essa hipótese do agendamento parte do pressuposto de que a mídia influencia na definição da agenda pública, interpessoal, e na agenda das pessoas. No entanto, influência não significa persuasão, o que ela faz é transmitir informações, que o público vai absorver como notícia e, com base nelas, tecer suas opiniões. Esse processo, mesmo que seja direto, surge somente a longo prazo. Segundo o próprio Wolf (2003), esses efeitos são divididos em dois níveis de recepção: “ordem do dia” dos temas presentes na mídia e hierarquia de importância e prioridade com que tais temas estão dispostos nessa “ordem do dia”.

Falar em teoria do agendamento não é rotular os meios de comunicação como persuasivos, mas comprovar que estes podem definir a agenda pública. O estudo de McCombs e Shaw, em Chapel Hill, durante campanha eleitoral para presidente dos EUA, demonstrou a hipótese de que a agenda da mídia estabelece a agenda pública, segundo McCombs (2009).

A Teoria do Agendamento (Agenda-setting Theory), consiste na formulação de um conjunto de pressupostos teóricos e procedimentos metodológicos que se constituem em uma das mais interessantes e poderosas ferramentas para a compreensão das articulações através das quais o conjunto de dispositivos da mídia determina a pauta (agenda) para a opinião pública estabelecer relações de relevância sobre determinados conjuntos de temas, bem como preterir, desimportar, ignorar e ofuscar outros assuntos. (McCOMBS, 2008, p.220).

Como explica McCombs (2008), o que a mídia noticia gera grande interesse para o público e influencia atitudes e opiniões. Seu estudo em conjunto com Shaw, nos anos 70, mostrou que das informações mais importantes veiculadas pela mídia a maioria correspondia ao que a agenda pública classificava como importante. Portanto, a agenda midiática baseava-se na agenda pública para construir suas notícias e, assim, satisfazer o público. A agenda midiática atende a agenda pública, produzindo notícias com base no que o público classifica como sendo importante. Na verdade, seria uma troca entre agendas. Para Traquina (2000), os estudos de McCombs e Shaw sobre as eleições de 1968, nos EUA, demonstraram que a mídia estabelecia a agenda para o público, mas que essa agenda baseava-se no que o público queria como informação.

McCombs (2008) trabalha com um princípio psicológico que ele chama de necessidade de orientação, que pode completar o pensamento anterior, e que depende de dois componentes que, segundo ele, servem de termômetro para medir

o grau da informação, que são a relevância e a certeza. Então, se um tópico não é considerado relevante, quer dizer que não vai despertar atenção do público, pois não há a necessidade de orientação. Mas, se o assunto é relevante, surgem os questionamentos e a quantidade de informações que as pessoas têm sobre aquele assunto se torna importante. Assim, se o tópico é relevante e a pessoa sabe pouco sobre ele, é grande a necessidade de orientação. “Quanto maior a necessidade de informação, mais forte é o efeito do agenda-setting.” (McCOMBS, 2008, p. 208).

No caso particular da agenda política, ela também se enquadraria no processo, pois os assuntos ligados à política interessam ao público. Atualmente, o público formula suas opiniões e direcionamentos políticos baseado no que é veiculado pelos meios de comunicação, além de, muitas vezes, a mídia ser a única fonte de informação para muitos eleitores. Então, poderíamos dizer que a agenda política, que possui temas que fazem parte dos interesses dos cidadãos, seria uma das maiores fontes da agenda jornalística, que, por conseguinte, influencia a agenda pública, como disse Traquina (2000). Observa-se, nesse caso, a interligação entre essas esferas, além de se verificar que tanto a agenda política quanto a midiática buscam na opinião pública subsídios para a construção de seus temas. Assim, pode-se dizer que a agenda pública também influencia a agenda política e jornalística, pois da primeira dependem as outras para construir suas bases.

De acordo com Traquina (2000), o fato de os meios de comunicação possuírem este “poder” sobre a veiculação dos mais diversos assuntos faz com que os profissionais da mídia tenham o domínio sobre a realidade política, como afirmam McCombs e Shaw. Hoje, o que se pode verificar é que não apenas os atores políticos têm nos *media* um meio mais eficaz para se tornarem conhecidos, como também uma grande parcela das pessoas tem a mídia como única fonte de informação sobre o campo político.

Os estudos sobre o agenda-setting ganham cada vez mais importância justamente porque os meios de comunicação de massa assumem um papel fundamental na disseminação das informações no mundo contemporâneo. Ainda que a comunicação interpessoal tenha o seu papel, atualmente, é difícil que um grande número de pessoas fique sabendo de um acontecimento somente através das conversas com os seus familiares, amigos ou colegas de trabalho. (COLLING, 2001, p. 92).

Mas, para McCombs (2009), não só a mídia exerce influência sobre as atitudes dos indivíduos e sobre a opinião pública, também o fazem as experiências

personais e culturais. O interesse por certo tema pode ser resultado de experiências pessoais, culturais ou de exposição à mídia. Os estudos sobre o agendamento não comprovam, mas demonstram significativamente que os *media* orientam quanto à escolha de um tema a ser discutido. Para o autor, os cidadãos necessitam de orientação para selecionarem suas opções políticas ou avaliarem o cenário político do qual fazem parte. Partindo dessa perspectiva e unindo-a à ideia de agendamento da mídia, pode-se dizer que um jornal, ou qualquer outro veículo de comunicação, pode servir de referência ao indivíduo quando este for tecer suas conclusões a respeito de determinado assunto. “No âmbito dos assuntos públicos, quanto maior é a necessidade de orientação de um indivíduo, mais propenso ele estará para prestar atenção na agenda da mídia com toda sua riqueza de informação sobre política e governança.” (McCombs, 2009, p. 108). Nesse aspecto, a relação entre a hipótese do agendamento e o processo de produção de notícias não poderia ser deixada de lado, segundo o autor, já que sujeita aos meios de comunicação – em especial aos jornalistas ligados diretamente a este processo – a grande responsabilidade de selecionar os temas que vão compor sua agenda. E com a gama de assuntos que surgem diariamente e que disputam a atenção do público, isso se torna o que há de mais importante dentro do processo de agendamento.

O agendamento dirige nossa atenção às etapas formativas da opinião pública quando então os temas emergem e logo conquistam a atenção do público, uma situação que confronta jornalistas com uma forte responsabilidade ética para selecionar cuidadosamente os temas em suas agendas. (McCOMBS, 2009, p. 42).

Como foi dito anteriormente, o agendamento midiático não é persuasivo. Segundo McCombs (2009), ele tem caráter influenciador, assim como outras instituições da sociedade, por exemplo, a religião ou a escola. Portanto, pode-se dizer que as pessoas também aprendem com os meios de comunicação e incorporam o que absorveram para a sua vivência cotidiana. Alguns temas estão inseridos em nossa vida diária, outros somente são encontrados nas notícias. Muitos assuntos devem ser pautados pelos meios de comunicação, pois, direta ou indiretamente, fazem parte do dia a dia das pessoas, como economia ou política, por exemplo. Para o teórico, a maior parte do conhecimento que se tem sobre os atributos dos candidatos políticos, como ideologia ou personalidade, vem das matérias noticiosas e do conteúdo dos *mass media*. A forma mais rápida de se

avaliar um prefeito ou saber sobre suas ações de governo, como no caso de Jaime Lerner, seria por meio dos meios de comunicação. Ao publicar assuntos sobre a administração municipal de Lerner, nos períodos em que foi prefeito de Curitiba, o jornal Gazeta do Povo auxiliou nesse processo.

Os *mass media* não são a nossa única fonte de informação aos assuntos públicos. A experiência pessoal, que inclui conversações com nossa família, amigos e colegas de trabalho, também nos informa sobre muitos temas. A fonte dominante da influência, naturalmente, variará de tema para tema. (McCOMBS, 2009, p. 99).

Segundo McCombs (2009), existem três elementos-chave que definem a agenda da mídia: as principais fontes que fornecem informação para a matéria; outras organizações noticiosas (intermídia), e as normas e tradições do jornalismo, que é a fonte mais importante, pois, mesmo que os dois primeiros elementos sejam definidores da agenda midiática, o terceiro filtra o que deve ou não entrar para a agenda. De modo geral, o que se constata que é os meios de comunicação podem fixar os mais variados temas para compor a agenda pública, pois têm autonomia na produção do que será discutido pela sociedade. Resta-nos saber se a mídia não utiliza desta autonomia para defender interesses específicos, ou dela própria, já que estamos falando de empresas que, como todas as outras, visam poder e lucro.

Um ator político, presidente ou prefeito, como Jaime Lerner, por exemplo, é fonte que produz notícia. Tudo o que ele faz ou que está relacionado a ele é dotado de noticiabilidade. Mas, levando em conta o que foi abordado até agora, somente o fato de estar no centro das atenções não faz com que os assuntos relacionados ao ator definam a agenda midiática. Deve-se levar em consideração alguns fatores, como o perfil do político e, principalmente, a relação que este tem com a mídia. Às vezes ele é capaz de atrair a mídia e noutras se baseia nela e na opinião pública para construir sua própria agenda. O maior desafio para garantir a visibilidade é fazer parte da agenda midiática, pois esta atinge o público e detém credibilidade. O próximo tópico vai abordar a questão da visibilidade midiática e também as questões do capital político e da representação.

2.2 VISIBILIDADE MIDIÁTICA, CAPITAL POLÍTICO E REPRESENTAÇÃO

Os meios de comunicação são o principal caminho para se alcançar as grandes massas e, como vimos anteriormente, é o instrumento pelo qual o ator político pode chegar ao seu eleitorado, tanto para se fazer conhecer quanto para ganhar notoriedade ou prestar contas de seus atos. Como afirma Rubim (2002), os atores políticos devem ganhar e garantir sua existência pública, e, hoje, isto só é possível por meio da mídia. O autor afirma que é preciso reconhecer que em uma sociedade estruturada em rede e ambientada pela comunicação não basta ter existência física e presencial em espaços geográficos e contíguos, mas torna-se indispensável que o ator político ganhe existência em uma dimensão pública essencial da contemporaneidade: a rede de espaços midiáticos. Ao trazer estas afirmações para a análise da visibilidade de Jaime Lerner, objeto deste estudo, junto ao jornal *Gazeta do Povo*, pode-se dizer que o espaço cedido pelo jornal ao ator político nos períodos em que foi prefeito de Curitiba, independente de qual foi este espaço, de alguma forma serviu como uma vitrine para o ator político e suas ações.

Com o desenvolvimento da mídia, tornou-se mais dinâmica a questão da visibilidade. Antigamente, antes do surgimento da imprensa, como afirma Thompson (2001), a visibilidade dependia de um lugar comum, onde os indivíduos se reuniam e compartilhavam informações, era um evento público, um “espetáculo”. Hoje, os meios de comunicação transmitem, de forma extraordinária, atos, ações e opiniões, e o espaço físico não se faz necessário. “Em outras palavras, a relação entre a produção de matérias escritas e seus receptores era fundamentalmente uma relação de quase-interação mediada, e o tipo de publicidade criada pela palavra impressa era definida em parte por esta relação.” (THOMPSON, 2001, p. 115).

Na sociedade contemporânea, para haver debate é necessário o elemento visibilidade, pois é preciso que, por meio deste, os assuntos se tornem conhecidos perante o público para que se garanta a discussão dos mais variados temas, principalmente os de cunho social e político, que são de interesse público. Portanto, a mídia, como sugere Maia (2002), seria uma instituição social, assim com a religião e a política, por exemplo, e dentro deste papel, apesar de sua pluralidade, cabe aos meios de comunicação dar visão e espaço aos atores de outras instituições na cena pública, e trazer à tona as discussões pertinentes à vida social.

A visibilidade dos atores, portanto, passa a ser um desafio político-midiático primordial, como explica Rubim (2002). O que o ator político precisa adquirir é existência pública e isto se consegue também por meio de sua presença na mídia. Muitas vezes, a construção dessa visibilidade midiática é um acontecimento a longo prazo. No caso de Lerner, o fortalecimento de sua imagem como político se dá a partir de seu último mandato a prefeito², e a partir deste período iniciou-se um novo período da política curitibana e paranaense, em que suas ações e obras ganharam continuidade ao longo dos anos, até mesmo por meio de seus sucessores, levando-o ao governo estadual, características que se mantiveram e se tornaram tradicionais até hoje na capital do Paraná. Rubim (2002) expõe que a construção da visibilidade do ator político pode ser, e na maioria das vezes é, independente do fato ou do acontecimento político, o que, segundo ele, não retira o caráter e o significado político dessa construção. Para McCombs (2008), a mídia expõe, por meio de sua agenda, as características dos objetos que são por ela tratados. Nesse caso, podemos elucidar os atores políticos. As características desses atores são mostradas pela mídia e tornam-se base de informação.

Thompson (2001, p. 121) afirma que “cada vez mais os indivíduos são conduzidos a um novo sistema de poder no qual a visibilidade é um meio de controle”. Mas neste meio somente poucos – geralmente os que exercem poder – são expostos, suas ações são direcionadas aos olhos da maioria, que é submetida a esse poder. Como afirma o autor, não é de hoje que os que detêm poder – o que é mais comum, poder político – cuidam de sua visibilidade perante os olhos da maioria.

Hoje, governantes e políticos são vistos e reconhecidos por suas populações e têm na visibilidade midiática a arma fundamental no aceite de suas decisões, ações e opiniões. “A administração da visibilidade através da mídia é uma atividade perseguida não somente em períodos intensivos de campanhas eleitorais, ela faz parte também da própria arte de governar.” (THOMPSON, 2001, p. 124).

Desse modo, os meios de comunicação de massa exercem a influência que têm, uma vez que constituem algo mais do que um simples canal, por meio do qual a política dos partidos é apresentada ao eleitorado. Ao filtrar, estruturar e enfatizar determinadas atividades públicas, o conteúdo da mídia não se limita a transmitir o que os porta-vozes proclamam e o que os

²A trajetória completa de Lerner pode ser verificada no próximo capítulo.

candidatos afirmam [...] Não apenas durante a campanha, mas também nos períodos intermediários, os meios de comunicação de massa fornecem perspectivas, modelam as imagens dos candidatos e dos partidos, ajudam a promover os temas sobre os quais versará a campanha e definem a atmosfera e a área específicas de relevância e reatividade, marcadas por toda competição eleitoral particular. (LANG-LANG, 1962, p. 689 *apud* WOLF, 2003, p. 141).

Para Maia (2003), a visibilidade midiática contribui para o estabelecimento de um novo quadro dinâmico de interpretações. Nesse sentido, a contribuição dos atores críticos se dá mesmo quando os membros dos públicos fortes não respondem, na cena midiática, a objeções específicas. Nesse sentido, a possibilidade de maior acesso dos atores políticos aos canais da mídia não nos pode cegar para o fato de que não basta falar para convencer. A oportunidade para falar não empresta nenhuma força convincente ou efetividade naquilo que alguém diz.

Segundo Miguel e Birolli (2009), a mídia torna-se uma forma de cenário de representação diferente daquele ocupado pelos representantes que elegemos. E torna-se também importante junto ao processo público de tomadas de decisões. Assim, ela tem um papel crucial no jogo político. Para os autores, a visibilidade midiática tornou-se elemento importante para o avanço das carreiras políticas. Podemos completar essa tese dizendo que também influencia negativamente a imagem dessas carreiras, pois, mesmo sendo um ingrediente importante para a conquista de capital político, pode, às vezes, funcionar de maneira contrária ao propósito de se ter um espaço para veicular positivamente uma imagem, e, dependendo da maneira como a mídia se encaixa nesse processo, pode surtir efeito negativo.

Lima (2001) afirma que a mídia transformou-se em palco para as disputas de poder político e, como consequência, fonte influenciadora no processo de condução da democracia. O cenário de representação política é, para o autor, “um espaço de representação da política nas democracias contemporâneas, constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia, sobretudo na e pela televisão”.

Com o processo de midiatização, tornou-se possível ao grande público o acesso às informações dos mais diversos campos, especialmente o político, assim, os representados podem ter acesso ao cotidiano e às atividades de seus representantes. Segundo Lima (2001), esse cenário, construído pela mídia, define e

delimita o espaço da realidade política. Cabe enfatizar que a mídia não só constrói a realidade, mas é constituída por ela, e essa característica depende também da forma como os indivíduos orientam-se sobre determinados temas, como constroem sua realidade.

Para Azevedo (2001), em uma democracia representativa, por exemplo, o eleitor reage conforme o que foi proposto pelo campo político – seus representantes. Nesse caso, a mídia ganha não só posição estratégica na produção de visibilidade política, como também divide posição principal no fórum dos debates. Miguel e Birolli (2009) acham que a compreensão de que os meios de comunicação são uma esfera de representação está diretamente ligada à compreensão de que são um espaço privilegiado de disseminação das diferentes perspectivas e projetos dos grupos em conflito nas sociedades contemporâneas. Tanto que, como explicam os autores, há uma necessidade de que os meios de comunicação representem adequadamente as diferentes posições que existem na sociedade, mantendo a pluralidade política e social.

Segundo Rubim (2000), a mídia pode interferir e influenciar o modo de governar ao agendar temas, solicitar providências e propor soluções, reportar denúncias e escândalos, enfim, estar inserida no dia a dia da governabilidade. Nas sociedades atuais não é mais possível governar sem passar pela visibilidade pública dos atos, isso é o que o autor chama de garantir a legitimidade social ao governo e aos governantes.

Existem várias formas dos representados acompanharem o desempenho de seus representantes, mas a mídia, sem dúvida, é central, porque, como explicam Miguel e Birolli (2009), aparece ao público como imparcial. Segundo os autores, os atores políticos, buscam também desenvolver seus projetos de acordo com os temas abordados pela mídia, pois, são temas de alta visibilidade tanto no campo político quanto no midiático. Assim, compreender os meios de comunicação como uma esfera de representação está, para esses autores, diretamente ligado à compreensão de que é um espaço privilegiado de disseminação das diferentes perspectivas e projetos dos grupos em conflito nas sociedades contemporâneas. Tanto que há uma necessidade de que os meios de comunicação representem adequadamente as diferentes posições que existem na sociedade, mantendo a pluralidade política e social.

Para Azevedo (2001), a capacidade da mídia em selecionar e enquadrar os fatos e ainda oferecer uma interpretação sobre eles expressa um poder de agenda que a torna um importante ator político. Assim, a opinião pública “se apresenta como estrutura temática configurada pela mídia”. Segundo o autor, seguindo a ideia de agendamento é possível averiguar que a mídia constrói uma representação da realidade, pelo fato de ter a autonomia do enquadramento dos temas, além disso, delimita o conjunto de assuntos que os indivíduos devem levar em consideração para formular sua opinião.

Bourdieu (1989) já analisava a questão do capital político e a visibilidade dos assuntos de interesses desse campo. Tomando as ideias deste teórico, o discurso e a prática política dependem da forma como é a relação dos atores com o meio em que suas ações serão divulgadas. Diga-se, de passagem, que essa relação entre política e mídia também está atrelada a interesses econômicos, que não tornam nenhum dos campos citados autônomos em suas atividades. Para o teórico, “o mercado da política é um dos menos livres que existe” e o capital político nunca será grande o bastante.

O capital político, para Bourdieu (1989), é uma forma de poder simbólico, fruto do reconhecimento a uma ação praticada pelo agente detentor deste capital. “O poder simbólico é um poder que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce um crédito com que ele o credita [...]”. (BOURDIEU, 1989, p. 188). O ator político extrai seu poder desta confiança que lhe é depositada por um grupo e esse capital deve ser conservado para que o ator não caia em descrédito. O homem político deve prestar atenção em tudo que possa reproduzir suas atitudes positivas a fim de preservar sua imagem. Neste ponto, verifica-se a importância da mídia para o ator político, e seu bom relacionamento com ela.

Devem-se especificar, dentro da ideia de capital político, as maneiras pelas quais se adquire tal forma de poder simbólico. Bourdieu (1989) cita, dentre essas formas, duas, as quais poderiam se relacionar ao ator político analisado neste trabalho. A primeira trata-se de capital adquirido por meio de notoriedade ou de reconhecimento, em que o indivíduo é reconhecido por suas qualidades pessoais e/ou técnicas (profissionais) e reverte isto à construção de capital político. O indivíduo pode, ainda, valer-se da segunda opção, o capital delegado, por meio do qual ele pode ocupar um cargo de confiança, a ele delegado, e ao recebê-lo esse indivíduo tem a oportunidade de acumular prestígio e usá-lo na manutenção de sua

carreira. Ao trazer o conceito de capital político, de Bourdieu, para este trabalho, é possível verificar que o objeto deste estudo, Jaime Lerner, seria um exemplo de uso de capital transferido e de capital delegado, pois usou do campo profissional para a construção de seu capital político, enquanto prefeito de Curitiba.

Luis Felipe Miguel (2002) cita os exemplos básicos de capital político de *Bourdieu*: o capital delegado que é o que se refere à ocupação de cargo político ou institucional por meio de prestígio adquirido anteriormente também pela ocupação de cargos políticos ou institucionais. Um exemplo seria um ex-prefeito usar de seu prestígio enquanto ocupava esse cargo para depois se eleger governador. Já o capital transferido refere-se a ocupar um cargo político ou institucional valendo-se do capital obtido em um campo diverso, como o artístico ou o profissional. Por exemplo, um arquiteto, possuidor de capital técnico, que passa a ocupar um cargo público. Pode-se dizer que Lerner usou desses dois capitais, primeiro de seu capital técnico, transferido, e depois de seu capital delegado, por ter sido prefeito. Isto é, o prestígio de Lerner foi construído baseado em suas características profissionais, transformadas em capital político. Ou seja, um arquiteto, sem tradições políticas, que implantou em Curitiba obras e ações urbanísticas ao ser nomeado prefeito de Curitiba, por duas vezes, durante a ditadura militar, e que chegou ao cargo pela terceira vez, mas pelo voto direto. Ao longo desses períodos, sua imagem se fortaleceu orientada por recursos de marketing e apoiada pela mídia, e até os dias atuais é reconhecida política e profissionalmente, não só no Paraná, mas também em todo país e em algumas partes do mundo.

Para Miguel (2002), a visibilidade midiática também é um fator que pode influenciar na construção de capital político. Assim, o ator político também necessita pautar suas ações de acordo com os critérios de noticiabilidade, usados na produção de notícias³. Segundo o autor, a busca por um assunto que sensibilize os meios de comunicação e atinja a opinião pública, dependendo da situação, pode ser positiva ao agente político, ao mesmo tempo em que pode, dependendo de como for usada, ter efeito contrário, isto é, negativo.

Para os que já fazem parte do cenário político tradicional, o que se pode esperar é uma maior atenção dos meios de comunicação, muitas vezes,

³Critérios determinados pelos jornalistas para a definição dos assuntos que devem ou não virar notícia. A definição mais completa pode ser encontrada no próximo tópico deste capítulo.

dependendo do capital político de determinado agente, este pode até orientar um noticiário, segundo Miguel. Portanto, quanto menor é esse capital maior a dependência pela mídia. A busca por visibilidade transforma-se em uma relação complexa, muitas vezes pautada em interesses comerciais e econômicos entre o campo da política e o da mídia, que reflete, de alguma forma, no processo de produção das notícias e, conseqüentemente, na opinião pública. O próximo tópico trata justamente desse processo de produção das notícias, abordando a questão dos critérios de noticiabilidade.

2.3 A NOTICIABILIDADE NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

Noticiabilidade, para Wolf (2001), seria o conjunto de requisitos identificados nos acontecimentos que permitem a construção da notícia e sua publicação, dependentes de uma série de critérios que são uma combinação ampla de vários itens, como a natureza do fato ou acontecimento, dos fatores internos à organização noticiosa e de relações sociais como de ordem econômica, mercadológica ou cultural.

Em síntese, pode dizer-se que a noticiabilidade, a seleção e a hierarquização informativa de acontecimentos e dados sobre estes acontecimentos passam por critérios que, em jeito de conclusão, parecem partilhar (a) influências pessoais (como idiosincrasias de um jornalista, (b) um pendor social, sobretudo organizacional (por exemplo, relacionado com a postura social da organização noticiosa, como a inter-relação desta com os restantes *news media*), (c) um pendor ideológico, visível, por exemplo, no destaque noticioso dado às figuras-públicas do poder político e econômico e (d) um pendor cultural, resultante das culturas profissional, de empresas e do meio [...]. (SOUSA, 2005, p. 34-35).

Os assuntos que os meios de comunicação veiculam são classificados por meio de alguns critérios relevantes à escolha dos mesmos, e que podem ser chamados de critérios de noticiabilidade. Traquina (2005, p. 63) classifica os critérios de noticiabilidade como “[...] o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia [...]”. O valor-notícia seria o peso dado a um assunto para que seja noticiado. Enfim, seria a sua importância perante os demais assuntos. Os valores-notícia, características do fato, ou dos critérios de noticiabilidade, somados a outros fatores, como os critérios pessoais e profissionais do jornalista ou as ideologias dos grupos de mídia, são os ingredientes para se produzir notícias. Portanto, ao se falar sobre o espaço ocupado

por determinado assunto nas páginas dos jornais não se pode deixar de falar sobre noticiabilidade e produção de notícias. Assim, ao tratar do espaço que notícias relacionadas a Jaime Lerner, objeto deste trabalho, ocuparam no jornal Gazeta do Povo, deve-se levar em consideração estes fatores.

Para Franciscato (2002), é possível identificar o que é característico e específico de um evento e o que é manuseável pelos jornalistas. A eles juntam-se outros fatores que também influenciam na produção do conteúdo noticioso, como aqueles relacionados à empresa jornalística ou de ordem comercial, econômica e até cultural. Os estudos acerca dos critérios de noticiabilidade elencam uma série de características que ajudam a avaliar a importância do fato a ser noticiado. Traquina (2005) cita o primeiro estudo sobre fatores que influenciam o fluxo de notícias, de *Galtung e Ruge*, onde são enumerados 12 valores-notícia:

1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio das notícias com uma diversidade de assuntos abordados; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima ‘bad news is good news’ (TRAQUINA, 2005, p. 69-70).

Como explicado anteriormente, os critérios de noticiabilidade denotam o que pode ser pautado pela mídia, e, de alguma maneira, o que o profissional, dentro de seu universo organizacional, pode vir a estabelecer como novos ou diferentes critérios. Nesse aspecto, Sousa (2009) cita Wolf, que, muito oportunamente, classifica os critérios de valor-notícia em critérios relativos ao conteúdo (importância e interesse das notícias), critérios relativos ao produto (que têm a ver com a disponibilidade das informações e com as características do produto informativo), critérios relativos ao meio, critérios relativos ao público e critérios relativos à concorrência.

Ainda sob o ponto de vista de Wolf, acerca dos critérios de noticiabilidade, Traquina (2005) apresenta os valores-notícia separados em dois grupos determinantes, chamados de valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção, não referenciados anteriormente por outros estudiosos. Os primeiros

são critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos e que estão divididos em dois subgrupos: critérios substantivos e critérios contextuais. Já os segundos são os de construção que, como o próprio nome já diz, foram criados ou construídos para que as notícias sejam notadas e consumidas pelos leitores, e estão subdivididos em: amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância.

Os critérios de noticiabilidade atribuídos a certos assuntos podem determinar a sua veiculação ou não, mas é importante lembrar que os temas já escolhidos, e que serão incluídos nas páginas de um determinado jornal, podem passar por um novo processo de julgamento dos valores-notícia e por novo tratamento, que vão determinar seu grau de importância dentro de tudo que foi escolhido, como vai ser sua disposição no jornal e até mesmo definir qual assunto vai encabeçar a primeira página. Além disso, conforme já citado, outros fatores podem influenciar sua veiculação, como a política editorial da empresa jornalística e a influência ideológica ou política. Tamanho, posicionamento, fato acompanhado de imagem ou não, são algumas características indispensáveis na hora de se atribuir pesos aos assuntos e torná-los atrativos ao público. Não basta apenas escolher um assunto e deixar outro de fora, é preciso escolher, dentre o que foi selecionado, quais os temas que irão para as primeiras páginas, e, nestas, o que será manchete e o que vai compor as páginas internas, verificando qual sua posição e qual espaço irá ocupar na página.

Segundo Franciscato (2002, p. 2), a notícia “é um recorte no espaço e no tempo em relação a processos sociais mais amplos”. E cabe ao jornalista dimensionar esse processo social, já que a ele é atribuído o papel de regulador do que será notícia. No caso específico desta pesquisa, o campo político, cabe usar a afirmação de Aldé et al. (2005), que diz que os meios de comunicação são centrais na elaboração e na justificação das atitudes políticas. Assim, como os autores enfatizam, torna-se imprescindível a presença do jornalista na produção do enquadramento da cultura política de massa.

Para Marcondes Filho (1989), a notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais, para isso, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo da sociedade. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ao contrário da lógica, onde seria possível verificar a

notícia como a figuração da realidade, observa-se uma tendência à manipulação. Onde deveria haver uma posição democrática a favor da transparência das notícias o que ocorre é a produção de notícias segundo os interesses dos empresários, de políticos ou de determinadas instituições.

Os meios de comunicação desempenham para a sociedade o papel de interlocutores do debate. Portanto, têm uma função social importante e detêm a prática da produção da notícia, pois colhem, selecionam, moldam e distribuem fatos e/ou acontecimentos. Mas esse processo de construção da notícia está diretamente ligado aos profissionais capacitados da mídia e também ao trabalho de seleção do que vai ser noticiado.

Portanto, no processo de produção jornalística, o que se sabe é que os profissionais têm, de certa forma, autonomia na escolha do que vai ou não virar notícia. E pela grande quantidade de assuntos que surgem a cada instante, em comparação com o número de profissionais, é necessário utilizar os critérios jornalísticos, pelos quais se torna possível definir o que vai ou não ser transformado em notícia. Primeiro selecionar, depois hierarquizar, pois existem aqueles assuntos que ganham maior notoriedade do que outros, e, assim, ganham as primeiras páginas, ou mais espaços em páginas internas. Para Sousa (2005), a noticiabilidade, a seleção e a hierarquização dos fatos passam por critérios diversos, como ideologias, influências pessoais do jornalista e/ou da própria política editorial e social da empresa.

Esta ação de escolha dos temas que vão ou não fazer parte da pauta e também das páginas dos jornais, ou chamadas de TV, influencia o debate. Mauro Wolf (2001) explica que as notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal, com base nos acontecimentos. E essas notícias, das quais fala Wolf, são, muitas vezes, o único instrumento de informação para a maioria da população, e pelo qual esta formula suas opiniões.

A função de controlar os assuntos que vão ser noticiados transformou esses profissionais em espécies de porteiros da notícia, como alguns estudiosos do campo da opinião puderam denominar. Os estudos de seleção de notícias partem geralmente do conceito de *gatekeeper*, aplicado ao jornalismo no estudo clássico de David Manning White, divulgado nos anos 50. A hipótese da existência de um *gatekeeper* nas redações surgiu de estudos a respeito da formação de opinião desenvolvidos pelo psicólogo social Kurt Lewin, que foi diretor do Centro de

Pesquisas para dinâmicas de grupo do Instituto de Tecnologia de Massachusetts. No entanto, foi White que, ao observar a atividade de seleção de notícias de um jornalista, Mr. Gates, desenvolveu a teoria do *gatekeeping* e adaptou os estudos de Lewin ao jornalismo.

A ideia inicial para essa hipótese do *gatekeeper* partia do princípio de que os jornalistas, a partir de suas escolhas, selecionavam o que seria, ou não, transformado em notícia. Hoje, essas escolhas não se referem somente aos critérios estabelecidos pelos profissionais, mas são influenciadas por diversos fatores, muitos deles não relacionados aos jornalistas. Segundo Weaver, McCombs e Spellman (*apud* Traquina, 2000), mesmo os assuntos que finalmente passam pelos “*gates*”, antes de serem divulgados passam por uma nova seleção. Para os autores, alguns temas são tratados extensivamente, outros cortados. Alguns são destaque no noticiário, outros são abordados no final da edição, classificados como de pouca importância.

Alguns autores, como Correia (1995), explicitam que a linguagem jornalística tende a reproduzir o que é socialmente aceitável. “Assim, o jornalismo contribuiu para a ‘construção social da realidade’, para a rotinização da própria dinâmica social, estabilizando-a em acontecimentos-tipo, comportamentos previsíveis e erupções controladas.” (CORREIA, 1995, p. 3). Já McCombs (2008) afirma que as decisões jornalísticas determinam as “histórias das notícias” e qual a importância destas no “*ranking*” da agenda. Ele completa dizendo que o que naturalmente se esperaria era que as notícias fossem 100% reflexo das fontes, mas o que sabemos é que são reflexos das vontades dos jornalistas. Pois, como já citado anteriormente, a escolha dos assuntos que vão virar notícia depende de fatores externos, sejam eles econômicos, sociais, culturais ou políticos, e, principalmente, da autonomia atribuída ao jornalista para produzir a notícia.

E, partindo da existência desse processo de construção das notícias, no qual a seleção dos fatos passa pelo crivo do jornalista, e é ele que vai dizer o que vai ou não fazer parte do discurso midiático, talvez seja contraditório dizer que o jornalismo trabalha com imparcialidade, já que o profissional tem suas escolhas pessoais e ainda sofre a influência do veículo para o qual trabalha, sendo que este veículo também adota uma postura diante dos acontecimentos. De acordo com Aldé e Vasconcelos (2008), os critérios jornalísticos de escolha das notícias são formados por um conjunto de fatores, segundo eles, “complexo e articulado”, que inclui

também a agenda da concorrência, a disponibilidade das fontes de informação e o perfil político e comercial do veículo.

Portanto, e como já citado anteriormente, a escolha dos assuntos a serem abordados por um determinado veículo depende de uma série de fatores, dentre os quais, além do seu valor propriamente dito e de suas características, estão o julgamento que o profissional faz deles e, mais ainda, a importância que o assunto tem perante a política editorial de cada empresa. É possível até mesmo dizer que todos esses pontos caminham juntos e que podem interferir no valor que venha a ter um fato. Assim, devemos levar em consideração no processo de produção de notícias dois aspectos fundamentais: o jornalista e a organização para o qual o primeiro trabalha.

Considerando a abordagem de que o processo de produção jornalística sofre influência de vários fatores, cabe aqui citar a Teoria da Ação Política como explicação para o fator influência no processo, e que pressupõe que as notícias seriam frutos de interesses políticos e ideológicos funcionando como produtos. Segundo Traquina (2005), os estudiosos dessa doutrina dizem que as notícias distorcem a realidade.

Marcondes Filho (1989) também aborda em seus estudos a forma como as notícias são distribuídas pelos meios de comunicação: como produtos, que transmitem comportamentos e posicionamentos políticos. Possivelmente as notícias têm um pequeno poder de modificar opiniões de acordo com a opinião vigente. Para ele, embora se observe uma capacidade muito pequena para que os meios de comunicação realmente alterem opiniões consonantes com o *status quo*, não se pode negar que eles tenham papel importante na formação de opiniões adaptadas às argumentações particularistas e classistas que são admitidas por seus veículos. A ideologia constrói-se todos os dias, e nessa permanente reconstrução o papel do jornal é o de um dos seus melhores artífices.

Dentro da Teoria da Ação Política existe a divisão do conceito em duas vertentes: a teoria da ação política de direita, na qual pode-se dizer que é o Estado que determina as notícias; e a teoria da ação política de esquerda, na qual as notícias são determinadas pelos interesses ideológicos capitalistas. Traquina (2005) explica que os meios de comunicação servem aos interesses políticos. Para ele, na versão de esquerda, ajudam a manter o sistema capitalista e, na versão de direita, como o próprio autor diz, “põem em casa o capitalismo”.

Seja de esquerda ou de direita, estas teorias defendem a posição de que as notícias são distorções sistemáticas que servem aos interesses políticos de certos agentes sociais bem específicos, que utilizam as notícias na projeção da sua visão do mundo, da sociedade, etc. (TRAQUINA, 2005, p. 163).

Nessa fase de estudo, o que se verificava é a relação entre o jornalismo e as ações políticas e sociais. Tomando como análise a Teoria da Ação Política, em que a mídia, por meio das notícias, é instrumento de interesse político ou ideológico, é possível analisar a relação entre comunicação, política, ditadura e democracia. Segundo estudos de Weber (2000), em regimes autoritários como em democracias, as técnicas, os veículos e as estéticas adotadas pela comunicação são parecidos. Para a autora, em qualquer que seja o regime, a comunicação cumpre o papel de transmissor da ideologia do regime em vigor.

Nas democracias, a comunicação tem como objetivo criar meios necessários para que os cidadãos ouçam e opinem, visando transformar ações e informações sociais em interesses e ações políticas. Nos regimes autoritários, a função da comunicação, embora possa ter a mesma ênfase e estética, não prevê espaço para falar do social; ao contrário, ela garante a continuidade do poder do arbítrio e o controle político e econômico da sociedade (WEBER, 2000, p. 152).

Já para Marcondes Filho (1989), o jornalismo é uma maneira de se transmitir algumas posições como verdade. Para ele, o jornalismo atua em conjunto com grandes forças econômicas e sociais: “um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho”. Marcondes Filho (1989, p. 11) ainda diz que ele é “ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas e particularistas o foro de objetividade”. Em suma, no que diz respeito à forma de distribuição de notícia em qualquer que seja o regime político, segundo esses autores, o jornalismo se coloca a favor de interesses próprios, aliando-se, muitas vezes, ao sistema político ou ideológico vigente.

O capítulo 2 desta dissertação, intitulado “O contexto político brasileiro nos períodos em que Lerner foi prefeito de Curitiba”, fará uma abordagem sobre o contexto político, nos períodos dos mandatos de Lerner - ditadura militar (1971-1975), período de transição (1979-1983) e período democrático consolidado (1989-1992). Num primeiro momento, tem-se a relação entre o cenário político no Brasil e no Paraná, seguindo para um perfil do ator político em questão. Depois, faz-se um breve relato histórico sobre o jornal analisado, a Gazeta do Povo. E, por fim, verifica-

se como se deu a censura à imprensa, para entender como era a pressão do Estado para com os veículos de comunicação.

3 O CONTEXTO POLÍTICO BRASILEIRO NOS PERÍODOS EM QUE LERNER FOI PREFEITO DE CURITIBA

Ao assumirem o poder, após o Golpe de 64, os militares precisavam alcançar a credibilidade do regime, e o crescimento econômico era a peça principal na busca de legitimidade. Como afirma Dória (2002, p. 26), a partir de 68, o Brasil começa a viver o chamado “milagre econômico”, com altas taxas de crescimento e baixa na inflação, o que, segundo o autor, atestava “a eficácia da gestão tecnocrática da política econômica”. Neste período, o Brasil começava a dar passos positivos rumo ao crescimento econômico, mas, por outro lado, sofria com a política de repressão dos Atos Institucionais (AIs), que ao todo foram 17. O mais polêmico e radical desses atos, para Skidmore (1988), foi o AI-5 que autorizava, entre outros, a suspensão dos direitos civis, como forma de proteger a segurança nacional. Segundo Rehbein (2008), os atos institucionais AI-1, AI-2 e AI-3 mudaram as formas das eleições e o destino dos políticos. O AI-1 contemplava a cassação de deputados e ministros, a suspensão dos direitos políticos e a suspensão da Constituição da República. A eleição para presidente seria indireta, feita por Colégio Eleitoral. O AI-2 decretava a extinção dos partidos políticos – assim foi imposto o bipartidarismo no país, sendo criada a Aliança Renovadora Nacional (ARENA), de apoio ao governo, e o Movimento Democrático Brasileiro (MDB), de oposição. O AI-3 criava as eleições indiretas a governador e vice-governador do estado.

No Paraná, a ARENA, que começou a ser formada a partir de 1965, trazia políticos de partidos como o PTB, PSD, UDN e PDC, mas, tinha como nomes fortes Ney Braga⁴, Ministro da Agricultura, e Paulo Pimentel, governador do estado até 1971. Nesse período, no estado, ocorria um embate político entre esses dois políticos, o que, segundo Dória (2002), para o comando militar enfraquecia o partido no Paraná. Kunhavalik (2004) afirma que as diferenças entre eles se iniciaram já na formação da ala arenista paranaense, uma vez que cada um dos políticos defendia suas preferências e opiniões. Para o autor, no início do governo de Paulo Pimentel a influência de Ney Braga era marcante, inclusive com várias indicações nos secretariados de Pimentel. “Esta disputa para ocupar os espaços da administração

⁴ Antes do regime militar foi prefeito de Curitiba (1954-1958) e governador (1961-1965/1979-1982).

estadual foi criando um clima de tensão entre os neyistas⁵ e os setores mais próximos do governador.” (KUNHAVALIK, 2004, p.336). Essa disputa entre as duas maiores figuras políticas do Paraná levou, de acordo com Dória (2002), o general Emílio Garrastazu Médici, então presidente militar da época, a escolher o Deputado Federal arenista, Haroldo Leon Peres, como sucessor de Paulo Pimentel no governo estadual, contrariando as opções de candidatos dos dois maiores arenistas do Paraná.

O general Médici foi o terceiro e também o mais autoritário dos presidentes militares, que governou, até 1974, com uma política extremamente arbitrária e ditatorial, mas, ainda assim, conquistou legitimidade junto às classes média e alta, pois alcançou altos índices de crescimento econômico. De Castelo a Costa e Silva, houve um deslocamento de uma política institucional para uma política econômica. Mas foi Médici quem realmente instaurou um plano econômico, projeto de transformar o Brasil em potência, e que teve seu auge entre 1969 e 1973, passando depois a sofrer abalos em sua estrutura.

Controlada a imprensa, coibida a oposição e exitosa a expansão econômica, tal tipo de relacionamento simbólico direto entre a Presidência e a ‘cidadania’ teve como resultado fortalecer a ‘autenticação’ (se bem que não necessariamente a legitimidade) do regime. (CARDOSO, 1975, p. 204).

O modelo político brasileiro, da época, segundo Cardoso (1975), era constituído pela relação entre forças sociais (classes dominantes), que se beneficiavam com o regime, e forças políticas (classes dirigentes), que articulavam esse regime. As classes dominantes estavam sempre alicerçadas nas vantagens que poderiam retirar do regime, submetendo-se a ele, excluindo definitivamente as classes dominadas de qualquer tipo de possibilidade de participação política. Já a classe dirigente ficava à frente das decisões e expressava a presença do próprio Estado – tanto enquanto organização (burocracia) e empresa (estado capitalista produtivo) quanto como presença do grande capital (multinacional e local). Portanto, nessa classe dirigente pode se verificar a presença de funcionários (civis e militares) e de pessoas que exerciam cargos no Estado, vindas do quadro de empresas

⁵O neyismo é um termo usado para designar o grupo político ligado a Ney Braga, estruturado a partir da primeira gestão deste como governador do estado, pelo PDC. Segundo Kunhavalik (2004), os membros desse grupo tinham um perfil tecnocrático, muitos com passagem pela iniciativa privada.

públicas e privadas, entre eles tecnocratas, planejadores, economistas, engenheiros e administradores.

Neste período começa a trajetória política de Jaime Lerner, que em 1971, já filiado à ARENA, foi nomeado, pela primeira vez, prefeito da cidade de Curitiba pelo então governador Haroldo Leon Peres, durante o regime militar. A nomeação de Lerner ia ao encontro ao momento político vivido no Paraná e no Brasil, de desenvolvimentismo, e a inclusão de técnicos neste cenário era uma realidade.

Nos anos 70, estabeleceu-se o enaltecimento a uma política de racionalização da administração nos governos do Paraná, em consonância com a política de desenvolvimento em âmbito nacional, calçada pela ditadura militar. Para isso, era necessário que essas práticas tomassem a mesma direção em todos os níveis (nacional, estadual e regional). As políticas estaduais de planejamento exigiam um novo perfil de administradores, voltados mais a competências técnicas do que a práticas políticas. O administrador ideal deveria estar apto a analisar, planejar e executar⁶.

Segundo Dória (2002), Jaime Lerner vinha do setor público, como arquiteto-urbanista da Assessoria de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (APPUC), órgão da prefeitura de Curitiba, que depois se transformou em Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), do qual Lerner foi diretor-presidente, em 1968, passo anterior ao cargo de prefeito da capital paranaense. Concentrou esforços, durante seu primeiro mandato, em dar visibilidade a projetos de urbanização e desenvolvimento da cidade, como também em dar continuidade ao projeto de construção da Cidade Industrial de Curitiba (CIC).

O governador Leon Peres⁷, como explica Heller (1988), que afirmou governar o estado com “mãos de ferro”, contra a corrupção e a subversão, meses depois de ser empossado, acabou sendo obrigado a renunciar acusado, justamente, de corrupção. Após a renúncia de Peres, tomou posse o vice-governador Pedro Viriato Parigot de Souza, um dos nomes de Ney Braga, e que já havia sido diretor presidente da COPEL.

⁶Em “O Paraná reinventado: política e governo”. Publicado pelo IPARDES – Fundação Edison Vieira. p. 73-74.

⁷Haroldo Leon Peres foi o único governador com mandato cassado por corrupção no período da ditadura militar.

Para Kunhavalik (2004) a influência de Ney Braga no governo de Parigot de Souza foi discreta, e o novo governador levou em consideração, durante sua administração, as diferentes forças políticas do estado: Ney Braga e Paulo Pimentel. Contudo, Parigot de Souza não chega a completar seu mandato, pois morre acometido de doença. Segundo o autor, Ney Braga aumentou sua influência no estado devido à perspectiva de Geisel se tornar o novo presidente da República, já que ambos eram amigos desde que Geisel serviu a 5.^a Região Militar, com sede em Curitiba, no período do primeiro governo estadual de Braga. Essa influência Ney Braga exerce ao escolher o substituto de Parigot de Souza, o deputado federal Emílio Hoffmann Gomes e seu vice, o empresário Jayme Canet Junior, ambos arenistas. “A participação de Ney Braga no governo de Emílio Gomes foi mais acentuada. A partir desse momento, Ney Braga volta a deter a hegemonia da política paranaense, tornando-se o político de maior influência no estado.” (KUNHAVALIK, 2004, p. 360). Jaime Lerner, em meio a todas essas mudanças no governo do estado, é mantido como prefeito de Curitiba até o final de seu mandato, em março de 1975.

O próximo general, Ernesto Geisel, assume em 1974, e com desafios maiores do que os de seus antecessores, principalmente no campo econômico, devido à crise mundial do petróleo.

As expectativas do povo em relação ao governo, especialmente entre a elite, concentravam-se na esperança de que o governo Geisel conseguisse manter o aparato repressivo sob controle, acabando especialmente com a tortura. [...] O otimismo cresce quando Geisel expressou sua esperança de uma redemocratização gradual, começando com uma descompressão, embora ele tenha também claramente advertido que a “segurança nacional” era indispensável para garantir o desenvolvimento. (SKIDMORE, 1988, p. 32).

Para Lafer (1978), o novo sistema político brasileiro buscava sua legitimidade na política econômica. O sucesso da economia seria uma forma de amainar os ânimos perante as investidas militares na consolidação do poder, como, por exemplo, o uso de seu característico poder coercitivo. Talvez essa estratégia tenha dado certo, já que, aparentemente, a durabilidade desse sistema econômico tenha se consolidado ainda nos primeiros governos militares.

[...] pela racionalidade da administração econômica, na presidência Castello Branco (gestão econômica dos Ministros Roberto Campos e Octavio Gouveia de Bulhões), e pela eficácia da economia, isto é, pelo

desenvolvimento, nas presidências Costa e Silva e Médici (gestão econômica do Ministro Delfim Neto). (LAFER, 1978, p. 74).

Os números do crescimento econômico eram animadores até 1974 e a queda gradual da inflação vinha caracterizar o sucesso esperado do projeto econômico. Como se verifica em Vianna (1987), as perspectivas para a economia brasileira pareciam alentadoras. A autora afirma que se vivia a fase áurea da economia brasileira, o “milagre econômico”, que dava legitimidade ao sistema político fechado, além de satisfazer os grupos da elite beneficiados pelo novo sistema. Ao que parece, o milagre pelo qual passava a economia no Brasil beneficiava somente alguns e esse crescimento econômico não mudou o cenário de pobreza e de desigualdades sociais.

Com Ernesto Geisel na Presidência da República (1974), Ney Braga foi chamado a ocupar um dos Ministérios. Inicialmente seria o de Minas e Energia, mas o próprio Geisel pediu a ele que assumisse o Ministério da Educação. Pouco tempo depois da entrada de Ney Braga ao Ministério começaram as articulações para a escolha dos candidatos arenistas aos governos estaduais. “Geisel envia o Presidente Nacional da ARENA, Senador Petrônio Portela, aos estados para ouvir as diversas tendências regionais. Ney Braga acaba tomando posição em favor da candidatura do vice-governador paranaense, o empresário Jayme Canet Júnior” (KUNHAVALIK, 2004, p. 363). O apoio de Ney Braga a Canet Júnior causou reação em Paulo Pimentel e seus aliados que apoiavam a candidatura do presidente regional da ARENA, o Senador Accioly Filho. Novamente começavam o embate político e as articulações entre as duas mais fortes figuras arenistas da política paranaense. A influência do Ministro Ney Braga junto ao governo federal, no entanto, foi mais forte e determinante na escolha de seu candidato, Jayme Canet Júnior, ao governo do estado.

Em 1975, Jayme Canet Junior foi empossado governador (indicado por Ney Braga) e acabou não confirmando Lerner para continuar como prefeito, indicando o engenheiro Saul Raiz, que tinha certa vantagem sobre Jaime Lerner por ter passado por cargos de confiança de Ney Braga. Segundo Dória (2002), Saul Raiz era outro tecnoburocrata de influência nas “hostes do neyismo”, já tinha sido auxiliar direto de Ney Braga, quando este fora prefeito de Curitiba (1955-1958) e governador do estado (1961-1966).

Em 1979, assume o último presidente militar, João Figueiredo, diante de um cenário econômico catastrófico. Cada vez mais a pressão pela transição do regime aperta o cerco ao governo militar. Greves de grandes proporções eram realizadas pelos metalúrgicos de São Paulo e movimentos populares eclodiam por todo o Brasil. A Lei da Anistia foi aprovada em 1979, trazendo de volta todos os exilados políticos, além de restituir os direitos políticos cassados pelos Atos Institucionais. Como afirma Kunhavalik (2004), o governo Figueiredo foi marcado também pela volta do multipartidarismo, que levou à extinção da ARENA e do MDB e à formação de novos partidos.

Lerner voltou à prefeitura de Curitiba em 1979, quando Ney Braga assumiu novamente o governo do estado. Durante esse período, de 1979 a 1983, iniciava o processo gradual de abertura democrática. A ARENA, de Ney Braga, transformara-se em Partido Democrático Social (PDS), tendo o então governador como líder do partido no estado, conseqüentemente este se tornou o novo partido de Lerner, que, nesse período, solicitou a Ney Braga sua candidatura ao governo do estado, mas o governador já tinha seu candidato a sucessor, o ex-prefeito Saul Raiz. Como afirma Dória (2002), Lerner somava esforços para aumentar seu prestígio político no estado, ainda mais no interior, mas, acabou não tendo sua candidatura aceita nesse momento. Ao terminar seu segundo mandato, em 1983, Lerner optou por se desligar do PDS e acabou aceitando nova proposta profissional do governo do Rio de Janeiro.

Como afirma Dória (2002), Jaime Lerner já havia trabalhado para o governo do estado do Rio de Janeiro logo depois de seu primeiro mandato, mas sem muito êxito. A nova contratação da empresa do ex-prefeito, para prestar serviços ao governo do estado do Rio de Janeiro, foi uma decisão pessoal de Leonel Brizola, então governador, e que não ocasionou nenhum tipo de rumor quanto à contratação na esfera pública, mas abriu precedente para a aproximação entre os dois políticos. “O governador saíra fortalecido por recente vitória eleitoral, e a competência técnica de Lerner era amplamente reconhecida. Ocorre, porém, que o contrato profissional também ostentou motivações e desdobramentos concretos de ordem política.” (DÓRIA, 2002, p. 43).

A ligação entre Jaime Lerner e Leonel Brizola acarretou na filiação de Lerner ao PDT. Começava aí, segundo Dória (2002), sua militância partidária efetiva, logo

em seguida, já assumiria o comando estadual do partido. Pode-se dizer que inicia, a partir desse período, a fase político-partidária de Lerner.

Indo trabalhar no Rio [...] Jaime Lerner não só deslocou a base da sua atuação profissional para fora do Paraná, como também, em sua nova opção partidária, bandeou-se para uma posição oposta, nos espectros político-partidário e ideológico (deixou o centro-direita, integrando-se na esquerda). (DÓRIA, 2002, p. 44).

Nesse período, segundo Kunhavalik (2004), o governador Ney Braga liderou o processo de formação do partido do governo, mesmo não tendo aproximação com Figueiredo, usando de sua influência política para reunir o apoio tanto ao governo federal quanto ao regional. Ney Braga foi o líder da formação do PDS paranaense e tentou reunir as forças políticas da ARENA no novo partido. Mas, nesse processo, as maiores lideranças arenistas, por terem uma relação não amistosa entre si, acabaram, de alguma forma, ou se afastando ainda mais ou filiando-se a outros partidos. Como foi o caso de Jayme Canet Júnior e Affonso Camargo Neto, que participaram da formação nacional do Partido Popular (PP) - junto a Tancredo Neves e outros-, mas que também era um partido de apoio ao governo, e trouxeram o PP ao estado, pelo qual saíram candidatos a governador e senador, respectivamente. Estes romperam com PDS por não quererem integrar o mesmo partido de Paulo Pimentel, que também ameaçou sair do partido e chegou a ir para o PTB, em 1981, alegando não ter espaço para ser candidato ao governo, pois sua candidatura seria ofuscada pela indicação de Saul Raiz, por Ney Braga. Devido às pressões internas e nacionais, inclusive vindas do próprio Presidente da República, Paulo Pimentel acaba, depois de longas negociações, deixando o atual partido e voltando ao PDS para apoiar tanto Ney Braga, ao senado, quanto Saul Raiz ao governo do estado. (Kunhavalik, 2004).

Mais tarde, devido à incorporação do PP ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), tanto regional quanto nacionalmente, as candidaturas de Canet Junior e Affonso Camargo não se mantiveram, assim, os dois políticos passaram a apoiar os candidatos do PMDB, José Richa, ao governo estadual, e Álvaro Dias, ao senado. José Richa foi do Partido Democrata Cristão (PDC), o mesmo de Ney Braga, antes do Golpe de 64. Inclusive ocupou, na década de 60, um cargo no governo estadual, de Ney Braga. Com o bipartidarismo ingressou no MDB que passou a PMDB. Álvaro Dias, assim como José Richa, era

do norte do estado, foi vereador (1968), deputado estadual (1970) e deputado federal por duas vezes (1974 e 1978). Segundo Kunhavalik (2004), ambos os candidatos venceram aquelas eleições com mais de 50% dos votos. Para o autor, os candidatos do PMDB tinham a seu favor a situação política nacional, devido à crise econômica e social, o que gerava insatisfação com o governo. Essa situação, segundo ele, desgastava também o governo local, e, assim, a imagem de Ney Braga.

No Brasil, a década de 80 foi marcada por uma crise político-econômica, devido à drástica redução do crescimento econômico, ao aumento da inflação e ao agravamento das condições sociais, que, segundo Lamounier (1990), assumiram proporções preocupantes nesse período e que acabaram resultando no processo de transição política. Para Dória (2002), a abertura política e o fato do Brasil passar a ser governado por um presidente civil geraram esperança na população de que os problemas econômicos e sociais acabariam por se resolver.

Sabidamente, a situação socioeconômica do Brasil se deteriorou ao longo do último governo militar, em contraste com o crescimento e a redução da inflação do período do 'milagre' (1966-1973). Mesmo assim, o general João Baptista Figueiredo manteve o calendário da descompressão política e da gradativa extensão das eleições diretas. (DÓRIA, 2002, p. 48).

Desde o início da transição política, que viria a acontecer em 1985, com a eleição de Tancredo Neves, mesmo que indiretamente, já se via o agravamento dos problemas que se refletiram posteriormente, no período democrático. Os reflexos da economia desajustada do período ditatorial, principalmente do aumento da inflação devido à crise do petróleo, foi o que fez desaparecer a esperança de legitimidade do governo militar que tinha o “milagre econômico” como *slogan* político. Esse processo instalou-se, como enfatiza Souza (1988), “sobre os alicerces institucionais do regime autoritário mais que sobre seus escombros”. Dessa maneira, os rumos políticos do país continuariam sob o controle de uma elite política. A autora afirma que a presença do velho regime nos dois partidos que sustentaram o novo regime era notória, tanto que se podia observar isso no perfil da Constituinte e também na maneira como os problemas socioeconômicos eram tratados.

Segundo Dória (2002), a Frente Liberal, formada por dissidentes do PDS, como Ney Braga, aliados ao PMDB, formaram a “Aliança Democrática”, na chapa

Tancredo Neves-José Sarney, que tinham o apoio da maioria dos votantes do Colégio Eleitoral. Como afirma Kunhavalik (2008), na ocasião das articulações para as prévias do PDS para a disputa à presidência, Ney Braga apoiou Aureliano Chaves, que desistiu de sua campanha para fazer parte da Frente Liberal de apoio à candidatura de Tancredo Neves (PMDB) e José Sarney (PDS). Com isso, Ney Braga começa a estruturar a Frente Liberal em Curitiba, mas a bancada estadual do PDS se posicionou contrária à aliança com o PMDB, ainda por conta da rivalidade entre os partidos no estado. Este foi o início dos desentendimentos de Ney Braga com o PDS. Selados os acordos entre os partidos, nasce a Aliança Democrática que lança as candidaturas de Tancredo Neves e Sarney. Ney Braga foi um dos integrantes da Comissão Diretora Nacional provisória do Partido da Frente Liberal (PFL) e com a vitória de Tancredo Neves e Sarney ele assume a Direção-geral da Itaipu Binacional, em 1985, onde permanece até 1990. (Kunhavalik, 2004).

Com a vitória de Tancredo e Sarney, crescia a esperança de mudanças no país. Tancredo Neves tinha empatia junto aos eleitores, personificado como líder das massas. Sua doença e falecimento, que ocorreram rapidamente logo após ter sido decretado presidente, levaram à comoção nacional. Assumiria o vice, José Sarney, ex-presidente do PDS, que era visto como a “única possibilidade de personificar a tão reclamada e esperada mudança...” (DÓRIA, 2002, p. 49).

Em 1985, também iniciava a nova fase do processo de reestruturação constitucional, que permitia as eleições diretas para prefeito em algumas cidades do país. Na capital paranaense, Jaime Lerner saiu como candidato pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT), de Brizola, com o apoio do PFL de Ney Braga. “O neyismo, ao apoiar Lerner naquele pleito, mesmo ao preço de se coligar com o trabalhismo brizolista historicamente antagônico, na verdade se encontrava manifestadamente debilitado, desde as eleições de 1982.” (DÓRIA, 2002, p. 50). Segundo o autor, este foi um exemplo da nova configuração política que se instaurava, do multipartidarismo, que estimulava alianças, mesmo que de forças políticas tão diferentes (Brizola e Ney Braga). Porém Roberto Requião⁸, do PMDB, vence as eleições daquele ano. Segundo Rehbein (2004), mesmo depois de Lerner ter conseguido prestígio nacional e internacional, não conseguiu derrotar seu adversário, o PMDB de Requião era o partido da situação no pós-regime militar.

⁸Candidato que tinha apoio do governador José Richa.

A segunda investida viria logo, em 1986, quando Lerner saiu como candidato, pela coligação PFL/PDT/PMDB/PJ, a vice-governador de José de Alencar Furtado, mas que também resultou em derrota para o PMDB, que venceu no Paraná com a chapa Álvaro Dias/Ary Queiroz.

Era um PMDB reforçado pela mencionada corrente ex-arenista, liderada por Jayme Canet Junior e Camargo Netto, corrente essa que se engajou, de corpo e alma, nas disputas eleitorais (a partir de 1982), aparentemente com o propósito de fazer desaparecer o neyismo do cenário político paranaense, sobretudo enquanto expressão da influência de Ney Braga. (DÓRIA, 2002, p. 51).

Dois fatores que não poderiam ser deixados de lado, conforme elucida Dória (2002), no que diz respeito aos insucessos de Lerner, já como pedetista, seriam, primeiro: a não aceitação, por parte dos eleitores, da troca de posição ideológica entre o antigo partido, o PDS, e o novo, o PDT. Segundo: o fato de que o PMDB era o partido forte no estado, reforçado por ex-arenistas que se opunham ao neyismo que imperava no estado durante a ditadura.

Segundo Rehbein (2008), na eleição de 1986, a situação política que vigorava, inclusive na capital paranaense e no estado, era que os “herdeiros da oposição”, como o PMDB, ganharam força no pós-transição política, enquanto que os “herdeiros situacionistas da ditadura” foram fragmentados em conservadores e de direita. “O PMDB era o partido da situação pós-regime militar, Álvaro Dias, governador do estado, Roberto Requião, o prefeito de Curitiba e José Sarney, o presidente da República.” (REHBEIN, 2008, p. 233).

Durante o governo Sarney⁹ inicialmente houve um suspiro de esperança no tocante à melhora da economia brasileira com o Plano Cruzado, em 1986, o que conferiu ao governo, segundo Lamounier (1990), certa popularidade, mas, que ao final desse mesmo ano acabou fracassando e, assim, conferindo não só ao governo, como também aos partidos – principalmente ao PMDB, que era base de sustentação do governo – a perda de confiança. Fato que refletiu significativamente no funcionamento do Congresso Nacional, e nas duas eleições que ocorreram sequencialmente, a de prefeito, em 1988, e a presidencial, em 1989.

⁹Sarney, que era o vice-presidente eleito em 1986, assumiu como presidente devido à morte repentina de Tancredo Neves antes mesmo que este assumisse o cargo.

Esse, portanto era o tamanho do problema: um ressentimento crescente erodia a popularidade do presidente do maior partido do país, tido como fiador da transição; como não podia deixar de ser, essa erosão contaminou rapidamente toda a chamada “classe política” e o próprio Congresso Constituinte, complicando sobremaneira o já difícil encargo de reorganizar institucionalmente o país. (LAMOUNIER, 1990, p. 18).

Segundo Souza (1988), o PMDB deveria ser o partido com maior poder de condução do processo de transição. E acabou por perder campo para outros partidos devido ao distanciamento da imagem da qual a população se via identificada durante o regime militar. A promulgação da Constituição em 1988, em meio à tempestade política pela qual o governo passava, trouxe ares de estabilização, mas não restituiu a legitimidade esperada. Segundo Lamounier (1990), a eleição de 1988 (municipal) configurou força à oposição, principalmente ao PT e PDT, que passaram a contar com uma forte base de apoio para as eleições a presidente que se aproximavam. Prova disso é que, no Paraná, Jaime Lerner volta à cena eleitoral curitibana nas eleições de 1988, pela coligação PDT/PFL/PTB, concorrendo novamente contra o PMDB, representado, dessa vez, por Maurício Fruet, também ex-prefeito de Curitiba.

Depois de colher dois insucessos anteriores, Lerner vence aquele pleito, abrindo uma nova fase, como afirma Dória (2002), de vitórias consecutivas dele e de seus apadrinhados políticos. Diante desse quadro declinante do PMDB no Brasil, e regionalmente falando, as eleições de 1988 em Curitiba tiveram um desfecho, segundo Rehbein (2008), atípico, depois da desistência de três candidatos à prefeitura – Airton Cordeiro (PFL), Algaci Túlio (PDT) e Enéas Faria (PTB), em prol da candidatura de Jaime Lerner.

Nessas eleições, Lerner também obtém apoio de Ney Braga, depois que seu candidato, Airton Cordeiro, do PFL, desistiu da candidatura. Segundo Kunhavalik (2004), Ney Braga deixou claro que estava apoiando o candidato Jaime Lerner por este ser o melhor administrador, e não o partido PDT de Brizola. A vitória de Lerner contra o poderoso PMDB demonstra que o partido começava a perder força, não só na capital paranaense, mas em muitas outras capitais e cidades do interior.

Depois de uma eleição relâmpago, Lerner fez história e, com 57% dos votos, ganhou as eleições diretas para prefeito, uma das maiores votações que se conhecia para uma capital. Na opinião de Rehbein (2004), Lerner apresentou-se como uma alternativa, de última hora, favorável e esperada. Segundo o autor,

alguns fatores poderiam ter motivado o eleitor a mudar: o desgaste do PMDB; a candidatura de Lerner como um efeito motivador, enfocando o emocional; avaliação das administrações anteriores de Lerner; e a capacidade do candidato relacionada ao fator técnico (o fato dele ser engenheiro e arquiteto).

Como aponta Paz (1990), antes mesmo das confirmações dos candidatos ao pleito de 1988, as pesquisas de opinião apontavam Jaime Lerner como candidato favorito. Inicialmente ele não foi indicado por ter mudado seu domicílio eleitoral para o Rio de Janeiro. Com a nova Constituição, o tempo para o domicílio eleitoral foi alterado, o que possibilitou sua candidatura. O autor enfatiza que o nome do candidato esteve presente na campanha mesmo antes de ele ser confirmado. Até mesmo seus opositores sempre o lembravam ao eleitor. O retorno de Lerner à política local tinha um caráter de indignação contra o tipo de política que se fazia desde o processo redemocratização. O que ele fez foi enfatizar o sentimento que os curitibanos deveriam ter pela cidade, chamando-os a também “serem profissionais da cidade”. Para Oliveira (2000), a “espetacular vitória” de Lerner em 1988 evidenciou o cansaço do eleitorado para com o jogo político demonstrado no cenário democrático, principalmente as atitudes políticas no exercício de poder. E o PMDB era o partido que refletia essa insatisfação.

Desde o período ditatorial até o início do processo de redemocratização do país, a política brasileira passou por uma série de embates, governos em busca de legitimidade e a sociedade em busca de participação. Mesmo com mudanças significativas no campo político, no que diz respeito à transição do governo civil ao militar, a promulgação de uma nova Constituição e a primeira eleição direta a presidente desde 1960, com Collor, o Brasil, segundo Lamounier (1990), passou por uma série de problemas no tocante à reestruturação institucional e aos conflitos sociais.

No Paraná, nesses períodos verificados até agora, principalmente durante a ditadura militar, o panorama geral era de um estado politicamente centrado nas articulações de uma figura política que fez parte de todo o processo. Basicamente, a configuração da política paranaense tinha seus holofotes direcionados a Ney Braga, representante da elite política paranaense, que esteve sempre ligado ao centro do poder militar, que começa a perder seu prestígio a partir do momento em que o regime sofre rupturas e começa o processo de transição. Mas, mesmo depois desse período ainda se manteve à frente das articulações, regionais e nacionais, para o

processo de redemocratização do país. Em todos esses momentos, pode-se dizer que Jaime Lerner esteve ligado, de alguma forma, à figura política de Ney Braga.

Nesse tópico o que se quis verificar foi a contextualização dos períodos políticos ocorridos no Brasil, nos quais começou e se delineou a trajetória política de Jaime Lerner, enquanto prefeito de Curitiba. Desde a ditadura militar, passando pelo processo de transição até a redemocratização, o que se observou foi o panorama político articulado e pautado em interesses pessoais, a exemplo da figura de Ney Braga. O tópico a seguir traça um perfil da imagem de Jaime Lerner enquanto figura exponencial tanto para a cidade quanto para o estado do Paraná.

3.2 JAIME LERNER: A IMAGEM DE UM TÉCNICO QUE VIROU POLÍTICO

A partir da vitória de Lerner em 1988, em que foi prefeito pela terceira vez, inicia-se uma nova fase na política paranaense, como afirma Dória (2002), o *lernismo*. Segundo o autor, Lerner usou sua imagem de técnico e eficiente prefeito de Curitiba para ocupar espaço no cenário político. O que seria mais conveniente usar dessa imagem do que equiparar-se a mais um político à procura de votos. Ao eleitorado restava confiar no arquiteto e apoiá-lo – já que vinha implantando planos de urbanização na cidade – a apostar nas figuras políticas e em partidos que estariam perdendo prestígio.

Por três mandatos Lerner fez de Curitiba sua obra-prima, e deixou um legado que foi seguido ininterruptamente pelos seus sucessores¹⁰ Rafael Greca de Macedo (1993 - 1996), e Cássio Taniguchi, em dois mandatos, (1997-2000/2001-2004). Além disso, Lerner foi eleito governador do estado em 1994, e reeleito em 1998¹¹.

Com sua vitória na disputa para governador do estado, em 1994, Jaime Lerner conseguiu, finalmente, estender a corroboração do seu prestígio, apreciavelmente concentrado na capital, à maioria dos eleitores de todo o Paraná. A vitoriosa campanha se configurou não só uma ratificação da nova

¹⁰Cabe salientar que tanto Greca quanto Taniguchi faziam parte da equipe de Lerner junto ao IPPUC e suas administrações municipais.

¹¹As peripécias políticas de Lerner sempre pipocavam entre uma vitória e outra, em 1992, o ex-prefeito teria sido convidado a filiar-se ao PMDB e a concorrer pelo partido à prefeitura de São Paulo. E em 1994, Lerner articulou sua candidatura à Presidente da República, mas essa possibilidade não foi bem vista pela direção nacional do PDT, de Leonel Brizola, que naquele ano voltaria a concorrer ao cargo, repetindo 1989. Em Dória (2002, p. 58-60).

etapa de êxitos eleitorais sucessivos, do chamado Grupo Lerner, iniciada em 1988, como também contribuiu no sentido de ampliar a área de expansão de seu nome dentro do colégio eleitoral paranaense. (DÓRIA, 2002, p. 67).

Uma marca também observada na trajetória política de Lerner foi o uso da mídia, da publicidade e do marketing político. O forte apelo de suas campanhas assumiu *status* de característica de seu governo urbanista. Muitos estudiosos reconhecem que a força do carisma e da personalidade do político são pontos cruciais ao processo eleitoral, mas não se pode deixar de lado também a força do partido e as estratégias de marketing. Pode-se dizer que “a eficácia do líder político e seus êxitos têm muito a ver com o uso eficaz de tais recursos, orientado por técnicas de marketing político.” (DÓRIA, 2002, p. 107). No caso de Lerner, seu prestígio alcançado como prefeito de Curitiba lhe rendeu bons frutos, que foram colhidos tanto no campo profissional como no político, este em especial.

Como lembra Paz (1990), o marketing de campanha foi um aliado de peso para Lerner, em 1988, que trouxe à tona o “Coração Curitibano”, já usado na eleição de 1985. Ele convocou a população a “recuperar os corações guardados”, enfatizando, com isso, que mesmo sendo anteriormente derrotado, o símbolo da campanha permaneceu na memória dos eleitores, o que demonstra o amor à cidade.

Desde que assumiu a prefeitura da capital paranaense pela primeira vez, Lerner tinha como meta transformar a cidade com ideias e projetos inovadores, seguindo a política de desenvolvimentismo. E conseguiu, por meio de seus projetos, transformar Curitiba em sinônimo de infraestrutura, meio ambiente e transporte, para o Brasil e o mundo. Da primeira rua do país fechada para pedestres, a Rua XV¹², passando pelas linhas de ônibus Expresso, Ligeirinho e Ligeirão (Biarticulado) e construções como Jardim Botânico e Ópera de Arame, pontos turísticos que se tornaram cartões-postais da cidade. Tudo foi projetado para que Curitiba se tornasse uma capital modelo.

¹²“Em 1972, no segundo ano da minha primeira gestão como prefeito de Curitiba, decidimos fechar para automóveis um trecho central da Rua XV de Novembro, que passou a ser conhecida como Rua das Flores, a primeira rua para pedestres do Brasil. Foi difícil convencer as pessoas de que aquilo seria bom para a cidade. Tivemos que fechar a rua em 72 horas, num fim de semana, para evitar protestos. (...) Depois de alguns meses, todos pediram para que eu aumentasse a extensão da rua para pedestres”. Depoimento de Jaime Lerner, em seu livro “O que é ser urbanista (ou arquiteto de cidades)”.

Adequar, em pouco tempo, o técnico às necessidades da cidade parecia uma utopia para uma cidade como Curitiba, que não possuía, na década de 60, segundo Lerner (2011), nenhuma tradição em arquitetura. Para o ex-prefeito, o IPPUC nasceu dessa necessidade, e foi deste reduto que vieram as principais ideias que formalizaram sua capacidade profissional, reconhecida até hoje. Como ele mesmo exemplifica, obras simples e rápidas elevaram Curitiba ao cenário mundial, como a criação do sistema de transporte, primeiro com os expressos chegando aos biarticulados, transportando um número considerável de passageiros e trafegando por linhas exclusivas, a exemplo do metrô.

Ao fazer isso, há trinta anos, criamos uma nova tecnologia, conhecida internacionalmente com BRT (Bus Rapid Transit), e hoje implementada em 87 cidades de 29 países. O mais importante de tudo: de importadores de tecnologia, passamos a exportadores. (LERNER, 2011, p. 30).

A campanha do “Lixo que não é lixo” foi uma das grandes campanhas de conscientização criadas em Curitiba, inclusive incluindo as crianças nas escolas. Instaurou-se na população um sentimento de colaboração, que passou a separar o lixo e a cuidar da limpeza da cidade¹³. E hoje, segundo Lerner (2011), o programa é referência no mundo inteiro. Essas transformações, muito mais do que servirem para assegurar certo *status* à cidade, também foram pontos marcantes na consolidação da imagem do político, que iniciou sua carreira galgado em uma base tecnicista e que, no decorrer dos anos, foi adquirindo engajamento político, construindo bases sólidas que asseguraram a continuidade de suas obras de planejamento, como se fossem uma marca registrada, e que são reconhecidas até hoje¹⁴.

O que se pode observar, a partir do que foi exposto neste tópico, é que há dois Jaime Lerner para duas fases distintas: a primeira enquanto técnico, administrando a capital paranaense, sem desempenhar uma função estritamente

¹³A limpeza de Curitiba certamente é uma das marcas da cidade, que rendeu à cidade em 1990, o reconhecimento da ONU, com o prêmio máximo das Nações Unidas para o Meio Ambiente. (LERNER, 2011, p. 38-39).

¹⁴Para Rehbein, a oligarquia se instalou em Curitiba e, a partir de 1988, não deu espaço à oposição. Ele analisa que na capital não houve hegemonia ou domínio de uma legenda, mas de um grupo político, que transitou e transita por partidos (...) Ele abre parênteses, porém, de que a análise não pode ser simplista. Rehbein coloca a existência de uma força muito forte que pode ser mobilizada pela oligarquia para sensibilizar o eleitor à continuidade. Exemplos seriam a força da gestão realizada, o marketing e o nome dos próprios candidatos (GAZETA DO POVO, 2008, Caderno Vida Pública).

política – durante seus dois primeiros mandatos. E a segunda – terceiro mandato – na qual suas relações partidárias o levaram a líder político do Paraná e lhe renderam uma longa trajetória na administração local e estadual.

Com respeito ao seu enquadramento partidário, inicialmente Jaime Lerner procedeu a uma adesão notadamente “automática” ao partido governista (ARENA), enquanto tecnoburocrata, que pretendia atuar, profissionalmente, em função técnico-gerencial, não estritamente política. Nos momentos posteriores, as relações de Jaime Lerner com as instituições partidárias apresentam peculiaridades relevantes para caracterizar a sua atuação, dentro do contexto político paranaense contemporâneo. (DÓRIA, 2002, p. 104).

Segundo Oliveira (2000), no sentido de mudanças administrativas para a cidade também se observam duas fases, em consonância com a política: a primeira, pela implantação do Plano Diretor, focando no sentido de estruturar a cidade ao crescimento eminente. E a segunda, optando por focar na estética e em projetos setoriais, como para o meio ambiente. Nessa segunda fase é possível observar as campanhas de marketing para a cidade, que, conseqüentemente, enalteciam a obra e o seu criador.

A ascensão de Lerner como líder político se deu a partir de uma soma de fatores que foram decisivos a sua trajetória. O primeiro ponto foi o cenário político favorável à escolha de um técnico participando da administração pública – burocracia estatal da ditadura militar – seguido de uma situação favorável de alianças políticas no estado – com Ney Braga, líder da ARENA no estado. Depois, uma possível estagnação, com a derrota nas eleições de 1985 ao PMDB de Requião, Lerner foi convidado a trabalhar para o governo de Leonel Brizola (PDT) no estado do Rio de Janeiro, implementando seus projetos de urbanização. Dessa aliança com Brizola, iniciava-se, então, a trajetória de Lerner como líder político – líder do PDT no Paraná. Da equação: prestígio profissional (técnico), mais obediência ao regime (na época da ditadura apoio de Ney Braga), mais apoio político (Brizola já no processo de abertura), resultou em liderança política no estado do Paraná, por mais de uma década.

Jaime Lerner se enquadra na classificação de um ator político que não tem raízes partidárias, mas que teceu sua história política pegando carona no exercício de sua atividade profissional, a de técnico, conforme as especificidades do cenário político dominado pelo autoritarismo militar; que só começa a traçar sua trajetória

como político – militante – a partir do momento em que se retoma o multipartidarismo no Brasil e que se afasta de seu mentor Ney Braga, aliando-se a Leonel Brizola, líder nacional do PDT. Segundo Dória (2002), essa aliança fez de Lerner líder do partido no Paraná, e fez do partido, em 1996, o que mais elegeu prefeitos no estado.

A contínua obstinação em construir uma cidade cada vez mais desenvolvida, para os padrões brasileiros, rendeu a Lerner capital político. As ideias inovadoras do arquiteto e urbanista fizeram com que ele caminhasse rumo à construção de uma sólida carreira política e, conseqüentemente, à solidificação de imagem pública¹⁵, marcando fortemente também a própria história da política municipal. Mas, a visibilidade do ator político, não depende somente de prestígio e alianças políticas, depende também, dentre outros fatores, do apoio da mídia, que pode ser uma forte aliada na consolidação de uma imagem. Levando em consideração que a imprensa regional reportou a caminhada política de Lerner, nos períodos em que foi prefeito de Curitiba, o próximo capítulo, vem justamente analisar qual a visibilidade do ex-prefeito perante a mídia local – que neste trabalho foi representada pelo jornal Gazeta do Povo. Assim, o próximo tópico fará uma breve contextualização histórica sobre o jornal a ser analisado.

3.2 GAZETA DO POVO

O jornal de maior tiragem no estado do Paraná, a Gazeta do Povo, foi fundado pelos advogados Benjamim Lins e Oscar Joseph De Plácido e Silva, em 03 de fevereiro de 1919, e hoje faz parte do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM)¹⁶, assim como o Jornal de Londrina e a Gazeta Maringá, da RPCTV, afiliada da Rede Globo de Televisão, e da ÓTV, além das rádios Mundo Livre FM e 98 FM.

A Gazeta é um jornal de circulação diária, com formato *standard* e que conta com uma tiragem¹⁷ de 50 mil exemplares durante a semana e 90 mil exemplares aos

¹⁵Reconhecido mundialmente, por exemplo, é consultor da ONU para assuntos de urbanismo e foi incluído pela revista Times, em 2010, entre os 25 pensadores mais influentes do mundo.

¹⁶Essas informações podem ser encontradas no site <www.grpcom.com.br>.

¹⁷Dados informados pelo setor comercial do jornal Gazeta do Povo.

domingos, em média. O periódico possui, hoje, aproximadamente 500 mil leitores, sendo 325 mil exclusivos. No período de 1971-1975, o número de páginas por exemplar variava entre 28 e 44, durante a semana, e aos domingos chegava a aproximadamente 80 páginas. De 1979 a 1983, tinha, em média, 40 páginas e aos domingos 80. De 1989 a 1992 esse número variava entre 32 e 66 páginas durante a semana e aos domingos chegava a 200, devido ao número de cadernos e aos classificados.

Desde sua criação, a Gazeta do Povo carrega traços do jornalismo que se volta especialmente para o regional. Como citam Fernandes e Santos (2010), desde que foi criado, o jornal teve a finalidade de difundir “as ideias, a voz, os anseios e as necessidades do povo paranaense”. Para os autores, a proximidade com seu público, comum aos jornais de região, enfatiza este caráter regionalista do periódico. Apesar do forte traço de regionalismo, na década de 70, pelo menos, estampava em suas capas notícias internacionais e nacionais, dando visibilidade, portanto, a esses assuntos e não somente a notícias regionais. Fato este que pode ser explicado pela configuração política da época, em que vigorava o auge do regime militar no Brasil e crises pelo mundo. A figura a seguir traz exemplos de capas da época em que as manchetes, em sua maioria, eram sobre assuntos que não tratavam do estado e da capital paranaense.



Figura 1 – Manchetes da Gazeta do Povo em 1970¹⁸
 FONTE: a Gazeta do Povo.

¹⁸Edições da Gazeta do Povo de: 25 de março de 1971; 22 de setembro de 1972; 14 de novembro de 1972; 20 de janeiro de 1973.

Na década de 60, o jornal passava por uma crise financeira, ainda dirigido por um de seus precursores, Plácido e Silva, que passou o controle, em 1962, aos sócios Francisco da Cunha Pereira Filho e Edmundo Lemanski. A partir deste momento o jornal iniciava uma série de inovações, tanto administrativas quanto editoriais: a chegada do *Off-set* em 1972 – o jornal foi o segundo no país a ter esse tipo de equipamento; em 1973 foram instalados os primeiros computadores de fotocomposição, o que possibilitou a inserção da primeira foto colorida em primeira página; ainda em 73, os donos da Gazeta compraram a TV Paranaense, Canal 12; em 1996, outro avanço, o segundo jornal do país a disponibilizar seu conteúdo na internet.

O nascimento do Grupo RPC pode ser rememorado a 1973, quando os sócios da Gazeta do Povo incorporaram outra mídia: a televisiva. Adquirem o Canal 12, de Curitiba, e, depois, as emissoras do interior do estado, até formar a Rede Paranaense de Comunicação (GAZETA DO POVO, 2009, Suplemento Especial 90 anos).

Segundo Oliveira Filha (2009), dois momentos foram importantes para a consolidação da Rede Paranaense de Comunicação – hoje Grupo Paranaense de Comunicação – como a maior empresa de comunicação do Paraná: primeiro, a transformação da Gazeta do Povo em principal jornal de classificados e anúncios imobiliários, portanto forte parte comercial; segundo, a TV Paranaense (hoje RPCTV) ter se transformado em afiliada da Rede Globo de Comunicação. De acordo com a autora, a ligação entre estes dois veículos auxiliou sempre na venda do jornal e promoveu seu espaço comercial, o que resultava em investimento e modernização. Nesse caso, pode-se observar como esse exemplo evidencia a dependência que as empresas de comunicação têm do campo econômico. Inclusive, como aponta a autora, a Gazeta do Povo surgiu no período em que configurava o segundo período da história da imprensa, o da imprensa comercial.

A nova administração veio trazendo um pacote de inovações, mas sem se desprender da marca impressa por seus primeiros fundadores, a de ser um veículo de comunicação para atender os interesses do Paraná, segundo Fernandes e Santos (2010, p. 89): “um jornal independente e formador de opinião pública no estado”.

Aos 93 anos, a Gazeta do Povo é conhecida como um veículo que defende uma postura desvinculada de qualquer linha política ou ideológica, tomando

características de imparcialidade. Mesmo que aparentemente perceba-se a defesa de algumas opiniões ou até mesmo posições políticas, isso nunca foi assumido pelo jornal em sua linha editorial. “Este jornal, como já o declarou seu diretor em boletim profusamente distribuído, é um jornal imparcial. Destina-se aos 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).

Como descreve Oliveira Filha (2007) em seu livro, mesmo que com rótulo de um imparcial, já em seu primeiro número, o jornal incluiu um texto¹⁹ de primeira página que defendia a candidatura a presidente de Ruy Barbosa. A autora afirma que o jornal, pelo menos em sua primeira fase, ao mesmo que se dizia apolítico e independente, expunha artigos facciosos. Mas opinião era algo que os jornais brasileiros traziam estampado em suas páginas, até a metade do século 20. “Essa prática noticiosa, parcial, não era vista, nem tida, como eventual problema no contexto em que se praticava; ao contrário: era a regra, o *modus operandi*.” (FERNANDES; DOS SANTOS, 2010, p. 16).

Segundo esses autores, a maneira que o jornalismo é hoje, imparcial, levando em conta todos os pontos de vista, é algo recente. Há de se pensar que nesse universo da comunicação existam fatores que influenciem, de certa forma, a construção da notícia, como os jogos de interesses, sobre a forma de fonte de investimento, ou pressões de ordem política, como do Estado. Neste caso, como o contexto político analisado neste trabalho estava inserido entre o período de repressão, da ditadura militar, até a volta da democracia, o tópico seguinte vem abordar justamente a relação da mídia com o Estado, com enfoque maior para o período do governo militar.

3.3 DITADURA E DEMOCRACIA: DO SILÊNCIO DA IMPRENSA À PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

Após o golpe de 1964, instaurou-se no Brasil um regime de autoritarismo que se seguiu por mais de 20 anos. No que diz respeito à relação entre mídia e

¹⁹ “ninguém o iguala em merecimentos; ninguém é tão querido pelo povo, ninguém é tão venerado pelas multidões; ninguém tem prestado a este país tão elevados serviços, ninguém quer o Brasil com tanta intensidade e tanto carinho”. A epígrafe ‘Diário independente’, colocada logo abaixo do título do jornal, parece desmentida já na edição de lançamento. (Oliveira Filha, 2007).

Estado, durante esse período, os governos militares estabeleceram uma série de restrições aos meios de comunicação e às produções culturais; impuseram suas ordens e privaram a população de ter acesso às reais notícias e, assim, o direito de tecer uma análise da situação política e econômica do país.

Segundo Heller (1988), uma das garantias dos militares, depois do Golpe, seria respeitar a Constituição vigente, mas – com base em uma doutrina de segurança nacional, que afastaria o país da desordem e da ameaça comunista – logo estabeleceram novo modelo de gestão para o Estado e a consequência foi a implantação de uma nova Constituição, em 1967, que foi discutida e votada em cinco dias.

Para Marconi (1980), um dos planos políticos dos militares era conter o avanço da pressão psicológica comunista que já se instaurava pelo mundo e se refletia no país. Esse foi um dos principais artifícios para o Golpe de 64. Portanto, para eles, os meios de comunicação seriam um dos instrumentos de destruição das bases morais e culturais do mundo ocidental. Para os militares a imprensa brasileira era formada por comunistas que, sendo formadores de opinião, ajudavam a propagar ideias subversivas na tentativa de influenciar a sociedade.

Os militares tinham como propaganda primeira, além de promover o desenvolvimento do país, manter a ordem nacional combatendo o comunismo que, para eles, espalhava-se cada vez mais pela sociedade por meio de vários redutos de disseminação, como, por exemplo, escolas e universidades ou através dos meios de comunicação, onde intelectuais, jornalistas, artistas e professores seriam adeptos ao comunismo.

Foi exatamente a tentativa de criação de um mundo totalmente fictício, para concorrer com uma realidade palpável e desagradável, que levou os militares brasileiros a estabelecer – principalmente a partir de 1968 – uma violenta censura política às informações. (MARCONI, 1980, p. 27).

Foram criados inúmeros órgãos de controle de informação e segurança, como os famosos: Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), Destacamento de Operações de Informações do Centro de Operações da Defesa Interna (DOI-CODI) e Serviço Nacional de Informação (SNI), que serviam basicamente de instrumentos de repressão política. Segundo Marconi (1980, p. 30), “todos estes órgãos, civis e militares, exercem seu poder de veto, na maioria das vezes, definitivo e inapelável [...]”. Os militares, durante a ditadura, cercaram-se de vários meios para assegurar o controle sobre o trabalho da imprensa no Brasil por meios legais,

restringindo, assim, a livre circulação de ideias e de acontecimentos. Um dos exemplos foi a Lei de Imprensa, criada em 1967, e que vigora até hoje, sem nenhuma alteração; além do AI-5, instituído em 1968, e que vigorou até 1979. Marconi (1980, p. 38) afirma que “[...] foi principalmente a partir da edição do AI-5 que toda a imprensa brasileira iniciou sua penosa caminhada para tentar exercer seu papel de informar à opinião pública, ao tempo em que sofria toda sorte de violência, das quais a censura foi a mais visível”.

A edição do AI-5 representa, para o regime inaugurado em 1964, uma guinada de posição. A partir desse momento, com o endurecimento político propugnado pelo Ato, torna-se claro que as rédeas da condução do país, no âmbito militar, haviam mudado definitivamente de posição. Deixando de lado os atritos, presentes nos governos de Castelo Branco e de Costa e Silva, entre as alas militares da “Sorbonne” e da “linha-dura”, passava a haver agora claro predomínio destes últimos. No setor das comunicações, e na imprensa escrita em particular, as mudanças não demoraram a se fazer sentir. (AQUINO, 1999, p. 206).

A censura policial imposta pelo regime, nos anos de maior pressão, pode ser caracterizada em dois tipos: por meio de bilhetinhos e telefonemas que determinavam os assuntos que não poderiam ser abordados pela imprensa; e por meio da presença dos censores que tinham como papel revisar o que ia ser divulgado, era a chamada censura prévia (Marconi, 1980).

Foi um período de intensa pressão psicológica para os jornalistas, no qual estes deveriam acatar todas as ordens impostas ou estariam na mira de represálias e ameaças constantes.

Como se não bastassem as restrições impostas pela polícia, através das proibições e censura prévia, jornais e jornalistas brasileiros ainda foram vítimas ao longo destes anos de atentados a bomba, invasões de redações, prisões arbitrárias, espancamentos e tortuosos inquéritos e processos, todos destinados a ameaçar e calar a voz dos mais altivos. (MARCONI, 1980, p. 91).

Segundo Cremilda Medina, de 1975 a 1985, período em que trabalhou no jornal O Estado, não houve trégua quanto à repressão, nem nos anos de rescaldo da censura explícita nem nos anos da anistia e da intensa mobilização social que precede 1984, o ano dos comícios das “Diretas-já”.

Acabou a censura? Aí é que a situação se complica. Enquanto inimigo comum da liberal-democracia, dos artistas, cientistas e filósofos, e das

instituições democráticas, o aparato repressivo do Estado autoritário é unanimemente condenado. No caso do jornalismo, a ação das forças autoritárias sobre a coleta de informações e sua divulgação assume um formato muito claro e inequívoco, configurado na Censura, exercida em graus variáveis para cada sistema político. Mas não é só esse cenário macropolítico que dificulta ou impede o livre trânsito das notícias. Toda a narrativa, construída a partir do acontecimento contemporâneo, representa um delicado tecido em que as tensões das microestruturas de poder e as estruturas intermediárias de decisão procuram de alguma forma impor seus interesses, suas competências e ideologias e, sobretudo, sua visão de mundo. O dramático é que o vírus da censura que se expande, ou no autoritarismo explícito, ou na subjetivação da cultura do medo, inspira as pequenas e médias censuras das práticas cotidianas. (MEDINA, 2002).

A censura à imprensa durante a ditadura militar era explícita, mas, segundo a autora, de alguma forma a censura sempre existiu, seja ela implantada e fiscalizada pelos militares e seus censores, ou, no período democrático, nas entrelinhas, projetadas nas redações de maneira a seguir uma hierarquia. O profissional, de alguma maneira, sofre pressão sobre sua atividade, até mesmo a própria.

Arriscaria dizer que, do fim da década de 1960 ao fim da década de 1970, em um clima de risco perante a repressão, risco esse que significa perda de vida ou prisão e tortura, a ousadia solidária diante do monstro ultrapassava com mais facilidade as pequenas e médias censuras do que no atual período em que se vive na selva democrática. (MEDINA, 2002, p. 428).

Para Medina (2002), o autoritarismo explícito, existente naquele período, deu lugar, em tempos em que a democracia dá asas à liberdade de imprensa, a um autoritarismo disfarçado, incrustado nas empresas, nos departamentos e, até mesmo, no próprio profissional, o que a autora chama de autocensura. Aquino (1999) também aborda essa questão, dizendo que existem várias formas de atuação da censura e estas independem do contexto histórico. No caso deste estudo, tem-se a presença da censura política, exercida durante o período ditatorial militar, e as pressões econômicas, atreladas às empresas capitalistas e que se estendem até os dias atuais.

Essas pressões podem advir não apenas do grupo cujos interesses são representados pelos proprietários do periódico, mas também dos anunciantes. Ambos podem sentir-se incomodados com a divulgação de determinadas notícias e, assim, interferir na veiculação da informação. (AQUINO, 1999, p. 222).

Durante o período ditatorial não quer dizer que não houve pressão econômica nas redações, havia o boicote dos anunciantes aos jornais taxados de subversivos. Mas, a censura política imposta à imprensa era bem mais evidente, pela qual o Estado impunha o que podia ou não ser veiculado. Segundo Aquino (1999), os proprietários de grandes órgãos de divulgação (imprensa) fechavam acordos que definiam o que poderia ou não ser divulgado, o que implicava na autocensura. O papel de controle passa a ser do órgão de imprensa, o que, *a priori*, era do Estado. Para o autor, a autocensura era uma espécie de aceitação, por parte daqueles ligados aos veículos de comunicação, às ordens vindas dos órgãos governamentais, mesmo que se não houvesse certeza de onde exatamente elas vinham.

A censura prévia aos últimos jornais teria acabado em 1978, mas as restrições às rádios e televisões ainda continuaram, pois eram os veículos que atingiam o maior número de pessoas. A partir do governo de Figueiredo, houve maior abertura ao trânsito de informações, mas alguns acontecimentos ainda traziam à tona o fantasma da repressão, como invasões noturnas às redações de jornais e repressão à atividade profissional. Atos que, dessa vez, eram condenados pelo presidente, segundo Marconi (1980).

Na verdade, essas poderiam ser consideradas como restrições menores, diante das pressões políticas e econômico-administrativas que o governo pôde adotar – como os anteriores fizeram –, e da censura interna realizada diariamente pelos proprietários dos meios de comunicação, em sua maioria, mais inclinados a fazer um jornalismo abúlico e apologético. (MARCONI, 1980, p. 115).

As pressões econômicas e administrativas também faziam parte dos joguetes de poder dos governos militares e ajudavam a delinear as estratégias políticas de controle sobre as informações. As pressões aos proprietários das empresas de comunicação iam desde demissões de funcionários até a não concessão de empréstimos e cortes em publicidades oficiais, além dos boicotes aos anunciantes. O que levava muitas vezes ao fechamento do veículo ou obrigava seu proprietário a vendê-lo.

Um caso deste tipo de perseguição que ocorreu no Paraná, e citado por Marconi (1980), foi um boicote contra o ex-governador Paulo Pimentel, na época detentor da maior rede de comunicação do estado (jornal, rádios e televisão), que se

viu forçado a vender três canais de televisão devido a uma perseguição política, falta de patrocínio e boicote para suas retransmissões. O fato era que o empresário e político foi aliado ao primeiro governo Costa e Silva, contrário a Castelo Branco. Com Geisel como presidente (do grupo castelista), houve uma espécie de cobrança de velhos desafetos. E, para completar, Pimentel era adversário político de Ney Braga no estado, então Ministro do governo Geisel, peça-chave nesse ato de pressão política.

Como defendeu Marconi em sua obra – e que abre uma questão até hoje avaliada – a imprensa brasileira sempre esteve nas mãos da classe dominante, os donos de grandes oligopólios, e, portanto, tende a veicular uma ideologia dominante. Para o autor, mesmo deixando de ser reprimida pela ditadura militar, a imprensa continuou a ser moldada por critérios específicos, de cada empresa, e atrelados ao capital. Enfim, ela “trabalha a favor da principal função de um Estado capitalista: assegurar a reprodução das relações sociais de produção.” (MARCONI, 1980, p. 138).

Desde o processo de abertura política no Brasil e o fim da repressão aos meios de comunicação, a via de acesso da imprensa brasileira no processo da consolidação começa a ser crescente e importante. Recordar-se a participação da mídia em eventos de manifestação popular, como a campanha das Diretas Já e, anos depois, o *impeachment* de Fernando Collor. O fim da censura marca a participação da mídia no processo de transição política.

A eleição de 1989 é um marco para a política no Brasil, ainda mais no que diz respeito aos processos eleitorais. A elite política organizava-se de maneira a continuar no poder. Criou-se, segundo Kucinski (1998), um sistema de ruptura que ameaçava o poder vigente das elites, acostumadas a políticas de conciliação e alianças. “Conseguiram evitar a eleição de 1984, impondo o consenso em torno de Tancredo Neves, derrotando a campanha das Diretas Já. Mas o risco de ruptura voltou com força maior em 1989.” (KUCINSKI, 1998, p. 107).

Portanto, manter a estabilidade da situação política, até então confortável, afastando o perigo iminente da oposição chegar ao poder, pedia a articulação entre os “barões da imprensa” e elite política. Segundo Kucinski (1998), Collor seria o candidato perfeito para que tudo se mantivesse no lugar.

Encontrou-se receptividade, de início, nas revistas *Veja* e *Isto É*. Ainda em agosto de 1987, dois anos antes das eleições, *Veja* lança a expressão “a praga dos marajás”, citando o então governador de Alagoas, Fernando Collor, que se colocara a campo combatendo o empreguismo em seu estado. (KUCINSKI, 1998, p. 109).

Collor, legítimo representante da elite nordestina, de uma família proprietária de veículos de comunicação em Alagoas, inclusive afiliada à Rede Globo, tinha todos os requisitos para conseguir a visibilidade perante a mídia. Era o personagem ideal: jovem, bonito e simpático, com ideias e discursos direcionados ao crescimento do país e ao combate à corrupção. E, principalmente, um forte grau de aproximação com o povo. Também astuto o bastante para desenvolver seu marketing pessoal e político, além de se enquadrar ao cenário midiático. A partir destas articulações e da nova realidade política, pode-se observar o posicionamento de grandes órgãos da imprensa e, assim, identificá-los como atores atuantes no processo, não somente meros transmissores de informações.

Por meio desta abordagem, que esteve focada sobre a repressão aos meios de comunicação, durante a ditadura militar, e que trouxe uma rápida contextualização do posicionamento da mídia no processo de transição e redemocratização no Brasil, foi possível avaliar como foi a relação entre mídia e política, nesses períodos, assim como perceber as articulações presentes nesses três diferentes momentos políticos do Brasil, períodos em que Jaime Lerner exercia seus mandatos a prefeito de Curitiba, foco deste estudo. O próximo capítulo traz a discussão metodológica e os resultados da análise referente aos dados coletados na *Gazeta do Povo* para verificação da visibilidade de Lerner nas páginas do jornal.

4 DISCUSSÃO METODOLÓGICA E ANÁLISE DE DADOS

Esta pesquisa está embasada em estudos sobre mídia e política, no que diz respeito aos conceitos de esfera pública e opinião pública, agendamento, visibilidade midiática, papel da mídia na sociedade e sua relação com o Estado. Para a análise de conteúdo foi utilizado o método de pesquisa quantitativa, que tem como propósito avaliar a visibilidade dada ao ator político, neste caso, o ex-prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, nas primeiras páginas do jornal Gazeta do Povo, jornal de maior tiragem no Paraná, no período de seus três mandatos (primeiro mandato de 1971 a 1975; segundo mandato, de 1979 a 1983; e terceiro mandato, de 1989 a 1992), assim como nas notícias referentes a estas entradas de capa. Para tanto, foram analisadas todas os exemplares do referido jornal (aproximadamente 4.300 mil), publicados nos períodos citados, priorizando inicialmente a coleta das entradas de capa, para depois se verificar quais as notícias a serem analisadas nas páginas internas. Segundo Cervi (2009), o método escolhido é apropriado para estudar a característica que o objeto de pesquisa possui, como neste caso, em específico, que usa “formatos e temáticas” da teoria do jornalismo, como critério de noticiabilidade.

A escolha pela análise de conteúdo das primeiras páginas foi feita devido ao forte apelo que a capa de um jornal oferece ao leitor, pois é neste espaço que são veiculados os assuntos mais importantes de determinada edição. Portanto, a capa é o que chama o leitor a se interessar pelo jornal. A seleção dos assuntos a serem abordados nas primeiras páginas é de suma importância, e segue os mesmos padrões de tratamento que recebe todo o conteúdo do jornal, passando também pela avaliação dos critérios de noticiabilidade. Já a análise das notícias das páginas internas, referentes às entradas encontradas nessas capas, serve para aumentar o campo de avaliação sobre o espaço dado aos temas relacionados a Jaime Lerner no referido jornal.

Para esta pesquisa, foram verificados os conteúdos jornalísticos em que a unidade de seleção Jaime Lerner era citada, e que foram convencionados aqui de entradas de notícias. Tais entradas foram classificadas de acordo com seu formato, uma das variáveis avaliadas neste trabalho, são eles: manchete (com ou sem foto); chamada para texto informativo (com ou sem foto); chamada para texto opinativo (com ou sem foto); foto-legenda; chamada-título; nota de capa, informativa e opinativa; avisos; neste caso para as primeiras páginas. E para as notícias internas

foram avaliados os formatos: chamada de primeira página; reportagem; charge, infográfico ou ilustração; foto; coluna; artigo; editorial; carta do leitor; e outros. Esses elementos foram pesquisados conforme metodologia de análise de conteúdo já utilizadas no Brasil e também fora do país, que consiste no recolhimento de alguns dados em jornais e que utilizam um livro de códigos²⁰, adaptado para esta pesquisa, tanto para a coleta referente às capas quanto para as matérias internas. Por meio da utilização deste sistema de codificação²¹ foi possível reconhecer os dados a serem coletados e separar as variáveis, que são os objetos deste trabalho, tanto para as primeiras páginas quanto para as páginas internas. Para as capas foram utilizadas as seguintes variáveis: número de entradas na mesma edição, em que a unidade de seleção Jaime Lerner é citada na página; formato; posicionamento na página, se estão localizadas na primeira ou segunda dobra da página; centimetragem, tamanho das entradas em centímetros quadrados; índice de visibilidade, junção de variáveis como formato, posição e tamanho, para indicar o espaço que um tema ocupa na página de um jornal; temas²²; e, por fim, o elemento selecionador²³ ou valor-notícia.

²⁰Ver anexo 1, referente ao Livro de Códigos para a coleta das primeiras páginas, e anexo 2, referente ao Livro de Códigos para a coleta das páginas internas.

²¹Método já utilizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública, da Universidade Federal do Paraná, e Grupo de Pesquisa em Mídia Política e Atores Sociais, da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

²²17 temas foram propostos para esta pesquisa: Campanha eleitoral ou partidos políticos: o que diz respeito aos candidatos a prefeito, vereador ou organização partidária para as eleições; Político-institucional: o que diz respeito a temas envolvendo órgãos federal, estadual ou municipal, além dos três poderes; Economia: o que diz respeito a salário, emprego, bolsa de valores, produção agrícola, etc.; Saúde: o que diz respeito a sistema de atendimento e melhoria de serviços, etc.; Educação: o que diz respeito à educação pública e privada, em todos os níveis; Atendimento aos carentes e minorias: o que diz respeito a políticas sociais, distribuição de renda, etnias, grupos culturais, homossexuais, etc.; Infraestrutura urbana e obras: diz respeito ao desenvolvimento urbano, crescimento industrial, sistema de transportes, moradia, vias urbanas, etc.; Meio ambiente: diz respeito à manutenção, preservação ou devastação ambiental; Violência e segurança: diz respeito a políticas de segurança e combate ao crime; Ético-moral: diz respeito a temas que tratam de corrupção, igualdade de direitos, comportamento, etc.; Internacional: diz respeito a assuntos que tratam da relação do Brasil e outros países, incluindo seus órgãos ou dirigentes, ou falam somente de outros países; Variedades e cultura: diz respeito a temas relacionados à produção cultural e figuras deste meio; Esporte e lazer: diz respeito a políticas de incentivo ao esporte, campeonatos, além de apoio a atividades de recreação e projetos nesse sentido; Turismo: diz respeito a projetos e políticas de apoio ao turismo; Religião: o que diz respeito aos temas que envolvem instituições religiosas, ligações entre política e religião, etc.; Comportamento: o que diz respeito aos atores políticos fora do ambiente de articulação política, no dia a dia; Outros: o que não se enquadra nos demais.

²³Poder de Elite: que indica disputa de poder; Celebridade: que indica algo relacionado a pessoas famosas; Entretenimento: temas fora do debate público, especificamente de interesse humano como sexo, fofocas, etc.; Surpresa: fatos surpreendentes e inusitados; Fatos negativos; Fatos Positivos; Magnitude: fatos significativos a um grande número de pessoas dentro da área de circulação do jornal; Relevância: fatos relevantes ao público; Sequência ou suíte: fatos que são continuidade no

Já para as páginas internas foram utilizadas as variáveis: número de entradas na mesma edição; formato; página, localização da notícia; posicionamento na página²⁴, centimetragem, tamanho das entradas em centímetros quadrados; temas gerais²⁵; temas específicos²⁶, conjunto de subtemas referentes aos temas gerais.

Algumas das variáveis analisadas neste trabalho – tamanho, posição e formato das entradas de primeira página – foram agregadas para formar um índice usado na análise da visibilidade dos temas relacionados ao nome Jaime Lerner. Esse índice de visibilidade, que foi categorizado em “muito baixa visibilidade”, “baixa visibilidade”, “média visibilidade”, “alta visibilidade” e “muito alta visibilidade”, serve para medir o grau de importância dado à notícia e seu posicionamento. A variável tamanho, por concentrar inúmeras medidas, também foi categorizada em “muito pequeno”, “pequeno”, “médio”, “grande” e “muito grande”, e classificada como tamanho categórico para verificar o espaço ocupado pelos temas referentes a Jaime Lerner no jornal.

Nos itens a seguir serão apresentados os resultados da pesquisa, considerando que para uma melhor percepção dos mesmos e uma melhor comparação dos períodos, optou-se por trabalhar com a análise das entradas de capa e das matérias internas separadamente.

4.1 ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES ÀS CAPAS

Os primeiros resultados demonstram quais os formatos de entradas, recorrentes nas capas dos jornais, encontrados nos três períodos analisados,

jornal; Agenda da comunicação: conjunto de temas que surgem como interesse da própria empresa jornalística; Curiosidades; Jogos de interesses: fatos que remetem a relações que estabelecem um propósito comum.

²⁴Página inteira; metade superior ou inferior; metade direita ou esquerda; quadrante superior esquerdo ou direito; quadrante inferior esquerdo ou direito.

²⁵12 temas foram propostos para a pesquisa das páginas internas: Campanha eleitoral ou partidos políticos; Político-institucional; Economia; Política Social; Infraestrutura urbana e obras e Meio ambiente; Violência e segurança; Ético-moral; Política para o Esporte; Cultura, variedades, turismo e lazer; Política Estadual ou Nacional; Política Internacional; Outros: o que não se enquadra nos demais.

²⁶ Ver no Anexo 2, lista de temas específicos do Livro de Códigos para as páginas internas – item 13, p. 109.

correspondentes aos três mandatos a prefeito de Lerner (1971-1975/1979-1983/1989-1993), classificados em: manchete sem foto, manchete com foto, chamada sem foto, chamada com foto, chamada- título, foto-legenda, nota de capa e avisos. A tabela 1 mostra quais os formatos jornalísticos mais usados nas capas referentes ao ator político Jaime Lerner, comparando-se os períodos dos seus três mandatos.

TABELA 1 – FORMATOS DAS ENTRADAS DE CAPA

Formatos	Mandatos					
	1.º (1971-1975)		2.º (1979-1983)		3.º (1989-1992)	
	Frequência	(%)	Frequência	(%)	Frequência	(%)
Manchete com foto	-	-	2	2,2	-	-
Manchete sem foto	-	-	-	-	1	0,5
Chamada com foto	5	3,1	5	5,4	6	2,9
Chamada sem foto	5	3,1	38	41,3	33	16,1
Foto-legenda	125	77,1	32	34,8	34	16,6
Nota de capa	24	14,8	15	16,3	130	63,4
Aviso	3	1,9	-	-	1	0,5
Total	162	100,0	92	100,0	205	100,0

FONTE: a Autora (2012).

Ao se comparar os três períodos referentes aos mandatos de Jaime Lerner, pode-se verificar que em cada período há uma predominância de um tipo de formato. No primeiro mandato o formato foto-legenda representa 77,1% do total dos formatos encontrados nesse período. Assim, o que se pode dizer é que o jornal Gazeta do Povo utilizou mais do recurso fotográfico para ilustrar e referenciar os assuntos ligados a Lerner. Ainda que o formato manchete seja o que possui maior peso no que se refere à visibilidade em uma primeira página, o recurso fotográfico também chama a atenção do leitor para os assuntos abordados em cada edição. No caso de se encontrar o formato foto-legenda isolado, pode-se dizer que ele não tem tanta visibilidade quanto o formato manchete, acompanhado ou não de recurso fotográfico. Mas, tal conclusão não é suficiente para avaliar a visibilidade de um tema no espaço ocupado nas primeiras páginas de um jornal. É preciso analisar outros elementos que levam à avaliação de que um assunto ganhou ou não visibilidade em determinada edição. Já no segundo mandato, há uma distribuição na utilização dos formatos chamada sem foto e foto-legenda, 41,3% e 34,8%, respectivamente. No terceiro mandato o que se verifica é que o formato mais

utilizado nesse período, com 63,4%, foi o formato nota de capa. Esse formato refere-se a pequenas notas que eram indicadas, em sua maioria, na primeira coluna da capa, localizada do lado esquerdo da página, em um espaço fixo e delimitado. No formato “nota de capa” não se utilizava muito o recurso fotográfico e, em sua maioria, essas notas não remetiam a matérias das páginas internas.

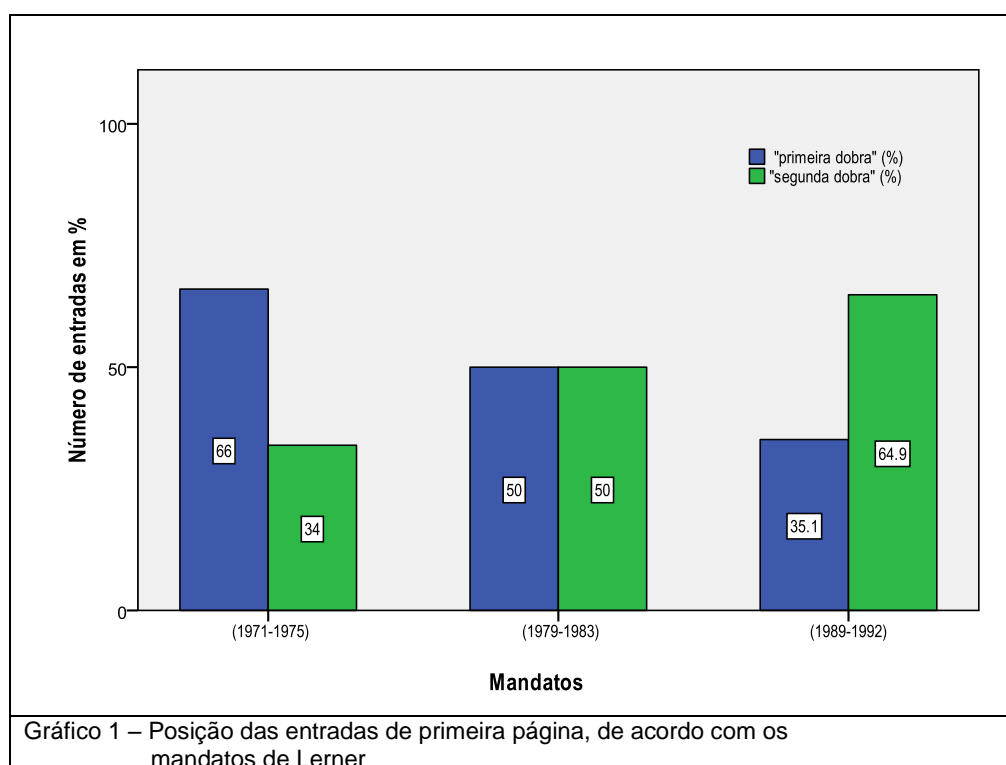
Outro fato que se observa é que um dos formatos de maior visibilidade na primeira página, o formato manchete, com ou sem foto, teve pouca ocorrência, ao se comparar os três períodos analisados. Foram encontrados apenas 2,2% de manchetes com foto, no período do segundo mandato, enquanto que nos demais períodos não houve ocorrência para esse formato. Já no terceiro mandato verificou-se a ocorrência de apenas 0,5% para o formato manchete sem foto, enquanto que nos demais mandatos não houve ocorrência para esse formato. A pouca ocorrência desse formato de maior visibilidade, manchete, relacionado ao ator político em questão, pode ser explicada pelo fato de o jornal divulgar assuntos de abrangência nacional, ligados, em sua maioria, nesse período, ao governo federal. Nos períodos referentes aos mandatos de Lerner durante a ditadura militar, os assuntos mais abordados eram sobre as medidas dos governos militares. Já no último período, terceiro mandato, durante o período democrático, o que recebia destaque no periódico eram assuntos ligados à economia e às transformações políticas em nível nacional.

Analisando isoladamente os dados referentes aos formatos das entradas, nos três períodos, pode-se avaliar que, pela utilização desses recursos, houve pouca visibilidade para os assuntos ligados a Lerner, o que ainda não seria suficiente para caracterizar a baixa visibilidade das entradas no veículo analisado. Há ainda que se avaliar outros elementos, encontrados nas capas, para que se possa caracterizar qual o espaço e a importância dados aos assuntos ligados a Lerner nas capas do jornal Gazeta do Povo. Lembrando que o que se quer avaliar neste trabalho é justamente qual o espaço dado pelo referido jornal aos assuntos ligados ao ator político.

A posição na página é também classificada como um indicador de visibilidade, pois, dependendo de sua localização, uma entrada é mais perceptível do que outras para o leitor. Por exemplo, uma entrada localizada no espaço superior

da página, chamado de primeira dobra²⁷, é mais visível ao leitor do que aquela localizada na parte inferior da página. Portanto, os elementos de maior visibilidade ficam posicionados nos espaços de maior visibilidade, no caso do exemplo dado, localizados na parte superior da dobra, dificilmente as manchetes serão localizadas na parte inferior da dobra.

O gráfico a seguir indica o posicionamento das entradas de capas, segundo sua localização em primeira ou em segunda dobra. Se as entradas localizam-se na parte superior da página (meio para cima) ou primeira dobra, estas despertarão mais atenção do leitor, enquanto que as entradas que estiverem localizadas na parte inferior da página (meio para baixo) ou segunda dobra, estarão no espaço de menor visibilidade da página, portanto, assuntos considerados menos relevantes e pouco atrativos ao leitor.



FONTE: a Autora (2012).

O que se pode observar, segundo o gráfico 1, é que no período do primeiro mandato de Lerner mais da metade das entradas de capa localizava-se na parte

²⁷Chama-se de primeira dobra da página a parte localizada exatamente do meio da página para cima e a segunda dobra do meio para baixo. A primeira dobra é o elemento de maior visibilidade, pois, ao se dobrar ao meio um exemplar de um jornal a parte superior é a que fica exposta ao leitor. Ver Anexo 3, p.110.

superior da página, ou primeira dobra, equivalendo a 66% do total, o que significa que esses elementos encontravam-se dispostos em um espaço de grande visibilidade, independente de seu formato ou tamanho. No segundo período, o que se pode observar é uma distribuição equivalente, 50%, das entradas em ambos os espaços. Já no terceiro período observa-se uma inversão na distribuição das entradas, em relação ao primeiro mandato, no qual 64,9% destas localizavam-se na segunda dobra da página, ou metade inferior, local de menor visibilidade da página.

Outro elemento importante a ser avaliado quando se trata de analisar a visibilidade de determinado assunto nos jornais: o tamanho da entrada. Isto é, verificar qual o espaço que as entradas ocupam na página. Quanto maior a entrada, maior é sua visibilidade, isto é, maior o espaço que ela ocupa na página. A tabela a seguir demonstra o tamanho das entradas coletadas nos períodos dos três mandatos, categorizados²⁸ em pequeno, médio e grande.

TABELA 2 – ESPAÇO OCUPADO PELAS ENTRADAS DE CAPA

Tamanho	Mandatos					
	1.º (1971-1975)		2.º (1979-1983)		3.º (1989-1992)	
	Frequência	Percentual (%)	Frequência	Percentual (%)	Frequência	Percentual (%)
Pequeno	125	77,2	92	100,0	201	98,0
Médio	35	21,6	-	-	4	2,0
Grande	2	1,2	-	-	-	-
Total	162	100,0	92	100,0	205	100,0

FONTE: a Autora (2012).

A tabela 2 mostra que, comparando-se os três períodos dos mandatos de Jaime Lerner, a maioria das entradas encontrava-se na categoria “tamanho pequeno”, isto é, elas ocupavam pouco espaço nas primeiras páginas do jornal. No primeiro mandato, o que se pode observar é a incidência de 77,2% de entradas enquadradas na categoria “tamanho pequeno”, contra 21,6% de entradas de “tamanho médio” e 1,2% de entradas de “tamanho grande”. Para o segundo

²⁸Inicialmente foi preciso estabelecer o tamanho em cm² para todas as entradas de capa. Em seguida estabelecer as médias entre os tamanhos por meio da fórmula de Sturges [$K = 1 + (3,32 \times \log N)$], onde N se refere ao número de casos]. Verificado o resultado o próximo passo é encontrar a amplitude ($R = \text{tamanho máximo} - \text{tamanho mínimo}$) e, na sequência, o intervalo ($H = R/K$) entre os tamanhos, para então estabelecer os limites inferior e superior de cada categoria. Por fim, todas as classes encontradas devem ser aglutinadas em três categorias (pequeno, médio e grande) para facilitar a análise e a visualização dos dados.

mandato, o que se verifica é que todas as entradas (100%) destes períodos enquadravam-se na categoria “tamanho pequeno”. No terceiro período também há uma concentração maior de entradas classificadas como “tamanho pequeno”, 98% do total, enquanto que apenas 2% foram consideradas como “tamanho médio”, não havendo nenhuma incidência de entradas consideradas de “tamanho grande”. Ao se observar a distribuição dos tamanhos é possível perceber que as notícias sobre o ex-prefeito Jaime Lerner ocuparam pouco espaço nas capas na Gazeta do Povo, nos períodos avaliados. Somente no período do primeiro mandato é que as notícias medianas ocorreram significativamente. Mesmo sendo publicadas em primeira página, local de maior visibilidade do jornal, as informações sobre Lerner foram pouco privilegiadas pelo periódico.

Para entender como se avalia a visibilidade que determinado tema ocupa nos espaços dos jornais, leva-se em consideração a junção dos fatores analisados anteriormente, posição na página, formato, tamanho. Para tanto, criou-se um índice, classificado como “índice de visibilidade”. Segundo Cervi (2010), “a criação de indicadores é uma das formas de reduzir dimensões, ou seja, de categorias, através da contagem de impacto da presença de determinada característica na variável.”. No caso deste estudo, o que se quer identificar é a importância que determinados elementos têm nas primeiras páginas do jornal, indicando a visibilidade dos temas relacionados ao ator político Jaime Lerner. Na verdade, o índice de visibilidade é o somatório dos pesos das categorias das variáveis, como aponta Cervi (2010). A tabela a seguir mostra qual o índice de visibilidade²⁹ encontrado de acordo com os mandatos de Lerner.

²⁹Para se chegar ao indicador de visibilidade das capas, em primeiro lugar é preciso reunir as variáveis: formato, posição horizontal (primeira e segunda dobras) e tamanho. Em seguida, dar pesos a essas variáveis, onde o maior peso indica o elemento mais importante. Para formato: manchete, de peso 4; chamada, de peso 3; foto-legenda, de peso 2; outros, de peso 1. Para posição horizontal: primeira dobra, de peso 2; segunda dobra, de peso 1. Para tamanho: grande, de peso 3; médio, de peso 2; pequeno, de peso 1. Em seguida, faz-se o somatório dos pesos de todas as categorias das variáveis que será o indicador da visibilidade. No caso deste trabalho, utilizou-se o pacote estatístico SPSS para recodificar as variáveis e fazer o somatório dos pesos, chegando a distribuições das visibilidades em 7 pontos de variação entre maior e menor visibilidade, que foram agrupados por meio da escala de Likert, onde foi possível reunir algumas categorias para diminuir o número de dimensões dentro da variável. Assim, foram criados cinco novos pontos, para indicar o índice de visibilidade onde a variação é de: 5 para indicar “muito alta” visibilidade e 1 para indicar “muito baixa” visibilidade. A partir deste indicador é possível analisar a distribuição das entradas de capa no que diz respeito à visibilidade.

TABELA 3 – ÍNDICE DE VISIBILIDADE DISTRIBUÍDO POR MANDATOS

Visibilidade	Mandatos					
	1.º (1971-1975)		2.º (1979-1983)		3.º (1989-1992)	
	Frequência	Percentual (%)	Frequência	Percentual (%)	Frequência	Percentual (%)
Muito baixa	61	37,7	28	30,4	142	69,3
Baixa	66	40,7	47	51,1	55	26,8
Média	30	18,5	15	16,3	7	3,4
Alta	5	3,1	2	2,2	1	0,5
Total	162	100,0	92	100,0	205	100,0

FONTE: a Autora (2012).

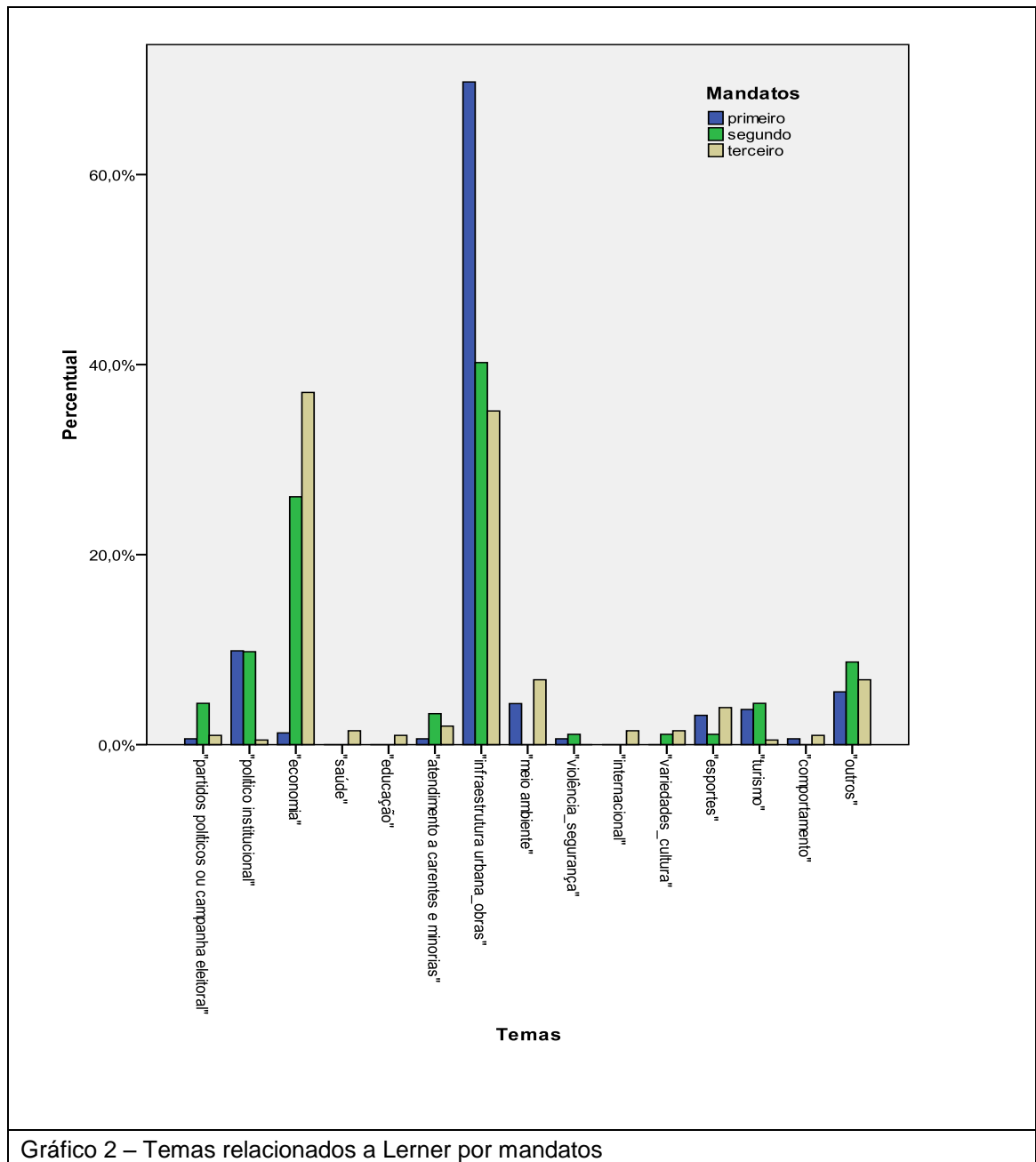
De modo geral, comprovando as análises feitas anteriormente, com cada variável isolada (formato, posição e tamanho), o que se pode verificar é que nos três mandatos há uma concentração dos índices de “muito baixa” e “baixa” visibilidade. Comparando os três mandatos, observa-se o aumento da concentração dos índices de baixa visibilidade (muito baixa e baixa), o que, no primeiro mandato, totaliza 78,4%, passando para 81,5% no segundo e chegando a 96,1% no terceiro. Como é possível reparar, a incidência no índice de “alta” visibilidade é muito baixo nos três períodos (se comparado às demais categorias) e o índice de “muito alta” visibilidade não teve nenhuma incidência³⁰. Esse fato comprova que, mesmo que, aparentemente, o jornal pareça ter dado espaço, nas capas analisadas, a um determinado tema, não quer dizer que esse tema seja o de maior importância. Os dados verificados até este ponto revelam que o ator político ganhou espaço pouco significativo nas capas do veículo e que o jornal deu maior importância a outros temas. Nota-se que pelo crescimento percentual destes índices baixos, do primeiro para o terceiro mandato, pode-se dizer que o assunto tornou-se menos visível.

Além de se observar, nos três períodos analisados, a visibilidade dos assuntos relacionados a Lerner, verifica-se também as temáticas às quais esses assuntos estão ligados. As entradas de capa coletadas foram classificadas de acordo com 17 temas³¹ gerais que são: Campanha Eleitoral; Político-institucional; Economia; Saúde; Educação; Atendimento a carentes e minorias; Infraestrutura urbana e obras; Meio Ambiente; Violência e Segurança; Ético-Moral; Internacional; Variedades e Cultura; Esportes e lazer; Turismo; Religião; Comportamento; Outro. O

³⁰Por não ter nenhuma ocorrência este índice foi suprimido da tabela 3

³¹ Ver explicação de cada um dos temas na nota de rodapé 35 da página 61

gráfico 2 mostra a comparação dos temas relacionados a Lerner de acordo com os três mandatos. Dentro da relação dos temas expostos, é possível verificar a predominância do tema infraestrutura urbana e obras em todos os períodos, além do tema economia, que também se destaca entre os demais, mas a partir do segundo mandato.



Ao se atribuir relação entre a incidência do tema infraestrutura urbana e a figura política em questão, pode-se explicar o predomínio desse tema pelo fato de

que o ex-prefeito era arquiteto e trazia como marca de suas administrações municipais o planejamento urbano. É possível verificar que o tema infraestrutura, no primeiro mandato, ultrapassa 60% de incidência em relação aos demais temas. Esse fato também pode ser relacionado ao momento político do período, que tinha o tecnicismo como uma das características do governo militar. O título da entrada de capa publicada pela Gazeta do Povo, em 26 de junho de 1971, “Industrialização é meta em Curitiba”, exemplifica esse caráter tecnicista e a característica da administração de Lerner voltada às obras de urbanização da cidade. Isso também é mostrado nas entradas de 14 de agosto de 1971, “Ruas centrais hoje com novas mudanças”, de 12 de dezembro de 1972, “Viadutos na cidade”, de 06 de outubro de 1973, “Obras na XV”, de 02 de abril de 1974, “Entregue a trincheira”, de 18 de setembro de 1974, “Expresso funciona no domingo”, e de 07 de fevereiro de 1975, “Lerner vê execução de planos”.

Como o segundo mandato se deu em um período de transição política, observa-se um decréscimo do percentual de aparições do tema em questão, na casa dos 40%, e uma elevação nas aparições do tema economia, de mais de 20% no segundo mandato. Fato também explicável, pois nesse período a questão econômica, tanto nacional quanto internacional, era bastante abordada. Nesse período, muitas entradas de capa tratavam, além de questões sobre infraestrutura, de aumentos de preços, de discussões sobre salários e de investimentos. Em 12 de julho de 1979 a Gazeta do Povo publicou “Passagem de ônibus tem alta de 29%”, assim como em 5 de janeiro de 1980, “Ônibus vai subir 41% no domingo”; 29 de março de 1980, “Tarifa de ônibus única em Curitiba”; 13 de novembro de 1981, “Ônibus vai para Cr\$ 25,00 no domingo”; 25 de março de 1982, “Táxis sobem, já ônibus só em julho”. No terceiro período, o tema economia passa a ser o mais abordado nas entradas de capa relacionadas a Lerner. O que podia ser visto nas capas do jornal nessa época eram entradas como: em 26 de novembro de 1989, “Reajuste do IPTU poderá ser de 987%”; em 27 de janeiro de 1990, “Tarifa de ônibus sobe 56% e passa para Ncz\$ 5,00”; em 17 de fevereiro de 1991, “Prefeito Jaime Lerner anuncia aumento de 25% ao funcionalismo em fevereiro”; e em 05 de junho de 1992, “Passagem de ônibus passa para Cr\$ 1.000,00”.

A concentração desses dois temas pede a interpretação de ambos de acordo com os períodos analisados. Os dados da tabela 4 demonstram as variações dos temas de acordo com os mandatos de Lerner.

TABELA 4 – TEMAS MAIS FREQUENTES RELACIONADOS A LERNER DE ACORDO COM OS MANDATOS

Temas	Mandatos		
	1.º (1971-1975)	2.º (1979-1983)	3.º (1989-1992)
Infraestrutura urbana e obras	113 69,8%	37 40,2%	72 35,1%
Economia	2 1,2%	24 26,1%	76 37,1%
Outros	47 29,0%	31 33,7%	57 27,8%
Total	162 100,0%	92 100,0%	205 100,0%

P = 77,856 (Sig = 0,00)

FONTE: a Autora (2012).

Observa-se que no primeiro mandato o tema infraestrutura urbana e obras teve maior ocorrência (69,8%), em comparação aos demais períodos, 40,2% e 35,1%, respectivamente segundo e terceiro. E o tema economia passa a ter um crescimento percentual do segundo para o terceiro mandato, de 26,1% para 37,1%, respectivamente. No primeiro mandato, o tema economia não teve frequência significativa em relação aos demais temas. Comparando os períodos, verifica-se que há uma inversão para os temas mais abordados, mesmo que o tema infraestrutura seja frequente em todos os períodos, observa-se que enquanto no primeiro mandato esse tema é o mais abordado, no terceiro passa a ser o tema economia. Esse resultado pode levar à hipótese de que no terceiro período o poder político externo já não mais exercido pelo Estado e, sim, pelo mercado, uma vez que, nessa fase, configurava-se a volta da democracia ao país. O tema infraestrutura, presente em todos os períodos analisados (mas com maior ocorrência no primeiro mandato), indica, além das características do técnico Jaime Lerner, as características tecnicistas do governo militar, como dito anteriormente. Essas diferenças entre os percentuais dos temas em relação aos mandatos de Lerner podem ser confirmadas por meio do coeficiente de significância do Teste de Independência Q-quadrado de Pearson (P), pelo qual se observa que houve uma diferença significativa entre as relações dos temas com os mandatos de Lerner, visto que o coeficiente é igual a $P = 77,856$ (sig. = 0,000), isto é, abaixo do limite³² crítico para esse tipo de teste. Isto

³²Que equivale ao intervalo de confiança de 95%.

quer dizer que há dependência entre as variáveis, pois o resultado, estando abaixo do limite, mostra que a hipótese nula foi rejeitada. Na tabela de cruzamento percebe-se que há uma concentração maior do tema infraestrutura no primeiro mandato e, no terceiro mandato, economia é o tema de maior concentração.

Os próximos dados referem-se aos elementos selecionadores³³, ou seja, conjunto de características que determinados assuntos possuem e que permitem que estes sejam escolhidos pelos jornalistas para fazer parte de determinada edição de jornal, nesse caso as primeiras páginas, o que se pode chamar de valor-notícia. Observa-se que há uma concentração maior da presença dos elementos “relevância” e “fatos positivos” em ambos os mandatos. Não houve variações significativas para o elemento selecionador “relevância” entre os períodos, mas a incidência de assuntos relevantes ao público, relacionados a Lerner, é maior do que os demais elementos selecionadores nos três mandatos. Já para o elemento “fatos positivos”, é possível verificar a diminuição de pouco mais que 50% dos casos, uma vez que no período do segundo mandato houve a ocorrência de 26,1% desse elemento, enquanto que no primeiro mandato a frequência encontrada foi de 54,9% e no terceiro mandato, de 67,8%, para assuntos de conotação positiva ligados ao ex-prefeito, como, por exemplo, soluções de impasses, melhorias e benfeitorias de governo.

TABELA 5 – ELEMENTOS SELECIONADORES DE ACORDO COM O MANDATO

		Mandatos					
		1.º (1971 a 1975)		2.º (1979 a 1983)		3.º (1989 a 1992)	
		N	(%)	N	(%)	N	(%)
Elementos selecionadores	Poder de elite	09	5,6	04	4,3	03	1,5
	Celebridade	01	0,6	02	2,2	-	-
	Entretenimento	02	1,2	01	1,1	01	0,5
	Surpresa	-	-	-	-	01	0,5
	Fatos negativos	36	22,2	09	9,8	69	33,7
	Fatos positivos	89	54,9	24	26,1	139	67,8
	Magnitude	12	7,4	43	46,7	10	4,9
	Relevância	137	84,6	74	80,4	180	87,8
	Sequência	06	3,7	04	4,3	01	0,5
	Agenda da Comunicação	-	-	-	-	-	-
	Curiosidade	08	4,9	-	-	06	2,9
	Jogos de interesses	09	5,6	05	5,4	-	-

FONTE: a Autora (2012).

³³Já descritos na página 62.

Além desses dois elementos, de maior ocorrência, é possível perceber a variação de “fatos negativos”, vinculados ao nome Jaime Lerner, nos três períodos (assuntos, como conflitos ou denúncias, por exemplo). Observa-se uma diminuição no percentual deste elemento selecionador do primeiro para o segundo mandato, enquanto no primeiro período tem-se 22,2% de incidência para fatos negativos no segundo mandato há apenas 9,8%, já no terceiro período ocorre um aumento para 33,7%. O que se percebe, também, principalmente no primeiro e terceiro mandatos, é que a incidência de “fatos positivos” é o dobro da incidência de “fatos negativos”. O que mostra que o jornal optou em usar, em suas primeiras páginas, assuntos que favorecessem a imagem de Lerner a usar fatos que prejudicassem sua imagem. A presença desses três elementos nos três períodos e a pouca alteração de suas ocorrências nos períodos analisados, apesar da mudança de períodos políticos e, portanto, das pressões externas sobre a produção de notícias terem se modificado (na ditadura, o Estado, e no período de abertura e democrático, a economia), pode-se dizer que prevaleceram as pressões internas ao veículo analisado para a produção das primeiras páginas das edições da Gazeta do Povo.

A partir dos dados apresentados nesta pesquisa sobre a cobertura jornalística do jornal Gazeta do Povo referente a assuntos ligados ao ator político Jaime Lerner, prefeito de Curitiba por três mandatos, foi possível averiguar qual espaço que as notícias referentes a ele ocuparam nas capas do periódico. No quadro a seguir é possível verificar o resumo das principais informações.

JORNAL ANALISADO: GAZETA DO POVO			
Número de entradas encontradas: 459			
Variáveis	1.º mandato	2.º mandato	3.º mandato
Formato predominante	Foto-legenda (77,1%)	Chamada sem foto (41,3%)	Nota de capa (63,4%)
Posição da entrada	1.ª dobra (66%)	1.ª dobra (50%)/2.ª dobra (50%)	2.ª dobra (64,9%)
Tamanho predominante da entrada	Pequeno (77,2%)	Pequeno (92%)	Pequeno (98%)
Índice de visibilidade	Baixo (78,4%)	Baixo (81,5%)	Baixo (96,1%)
Tema predominante	Infraestrutura (69,8%)	Infraestrutura (40,2%)	Economia (37,1%)
Elemento selecionador	Relevância (84,6%) Fatos positivos (54,9%) Fatos negativos (22,2%)	Relevância (80,4%) Fatos positivos (26,1%) Fatos negativos (9,8%)	Relevância (87,8%) Fatos positivos (67,8%) Fatos negativos (33,7%)

QUADRO 1 – RESUMO DAS INFORMAÇÕES DAS CAPAS

FONTE: a Autora (2012).

Até o momento foi possível estabelecer algumas conclusões acerca da visibilidade do ator político. Avaliando-se, em primeiro lugar, o número de entradas nos três períodos pode-se verificar uma variação no número de entradas coletadas nas capas do jornal, com uma diminuição acentuada do primeiro para o segundo mandato, e um aumento do terceiro em relação aos demais. Com relação aos temas, percebeu-se que infraestrutura, diferente dos demais, manteve-se presente em todos os períodos, apesar de sua diminuição no terceiro mandato de Lerner, onde há o aparecimento maior do tema economia. Verificou-se a tendência para a manutenção dos elementos selecionadores relevância, fatos positivos e fatos negativos, presentes nas entradas de capa referentes a Lerner, também nos três períodos. O que pode indicar, como mencionado anteriormente, que os critérios de seleção de notícias se mantiveram os mesmos nos três períodos, assim, não é possível caracterizar que houve mudanças com base nas pressões externas ao veículo. Quanto à visibilidade dos assuntos ligados a Lerner nas capas da Gazeta do Povo, pode-se dizer que nos três períodos a maioria das entradas de capa teve baixa visibilidade, chegando a quase 100% no terceiro mandato. Isso responde, inicialmente, à questão de que o jornal Gazeta do Povo cedeu espaços de pouca importância para assuntos relacionados ao ator político Jaime Lerner em suas primeiras páginas. O próximo tópico traz os resultados referentes aos dados relacionados às notícias encontradas nas páginas internas da Gazeta do Povo, nos três períodos analisados, e que são referentes às entradas de capa analisadas neste tópico.

4.2 ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES ÀS PÁGINAS INTERNAS

Nesta seção do trabalho o que se quer avaliar é como as notícias referentes às entradas de capa foram distribuídas e qual a visibilidade que ganharam nas páginas internas do jornal Gazeta do Povo, comparando-se os três períodos referentes aos mandatos de Jaime Lerner (1971-1975/1979-1983/1989-1993). Foram encontradas 368 notícias, apontadas pelas entradas de capa. Para tanto, buscou-se avaliar algumas variáveis importantes do ponto de vista da análise de visibilidade, da mesma forma que foi feito com as entradas de capa, que são: formato, tamanho, posição na página e paginação.

Tanto nas primeiras páginas, quanto nas páginas internas do jornal, o formato das notícias publicadas é um elemento importante no que diz respeito à visibilidade, pois, por meio dele já se tem noção da importância de um fato em relação aos demais assuntos dispostos em determinada página. No caso das páginas internas, as notícias foram enquadradas em nove categorias para essa variável: chamada de primeira página; reportagem; charge, infográfico ou ilustração; foto; coluna; artigo; editorial; carta do leitor; notas e outros. Ao se considerar a ordem de importância de cada categoria, chamada de primeira página e reportagem são os elementos de maior peso, no que diz respeito à visibilidade da notícia, enquanto que notas e outros são as categorias de menor peso. A partir dessas afirmações, o que se pôde observar é que dentre essas categorias, o formato mais frequente, comparando-se os três mandatos, foi reportagem. Dependendo do formato que determinada notícia venha a ter, pode-se avaliar o teor da mesma, pois alguns formatos podem ter conteúdo informativo ou opinativo. Dentre os formatos classificados para esta análise, os que denotam conteúdos opinativos seriam: charge; coluna; artigo; editorial, que representa a opinião do próprio veículo; carta do leitor. As demais categorias seriam de teor informativo. Como se verificou a ocorrência, quase que absoluta, do formato reportagem, pode-se afirmar que a maioria das notícias encontradas nas páginas internas, referentes às chamadas de capa, é de caráter informativo. Dessa forma, avalia-se que o jornal usou do recurso reportagem para tratar de assuntos referentes a Jaime Lerner, não transmitindo nenhum tipo de opinião referente a tais assuntos.

Outra observação importante no que diz respeito à visibilidade de uma notícia é o posicionamento da mesma na página, pois, dependendo da importância que determinado fato tenha, ele será disposto em um local de mais ou menos importância na página. O que significa dizer que é o local mais ou menos visível para o leitor quando olha para uma página. Por exemplo, uma notícia localizada no canto superior esquerdo da página tem mais importância do que a que está localizada no canto inferior direito. Uma matéria que está localizada na parte superior da página ou quadrante superior está mais bem localizada do que aquela que está no quadrante inferior. O lado esquerdo é mais visível do que o direito, pois a leitura ocidental inicia da esquerda para a direita. O quadro a seguir mostra o posicionamento das matérias nas páginas internas do jornal, no decorrer dos três mandatos estudados.

TABELA 6 – POSICIONAMENTO DAS MATÉRIAS NAS PÁGINAS INTERNAS

	1.º mandato	2.º mandato	3.º mandato
Página inteira	0 0,0%	1 1,4%	0 0,0%
Metade superior	7 5,4%	7 9,5%	8 4,9%
Metade inferior	1 0,8%	0 0,0%	0 0,0%
Quadrante superior direito	27 20,8%	16 21,6%	37 22,6%
Quadrante superior esquerdo	64 49,2%	35 47,3%	96 58,5%
Quadrante inferior direito	2 1,5%	2 2,7%	9 5,5%
Quadrante inferior esquerdo	29 22,3%	13 17,6%	14 8,5%
Total	130 100,0%	74 100,0%	164 100,0%

FONTE: a Autora (2012).

No que diz respeito às notícias referentes a Lerner, o que se pôde verificar na tabela 1, comparando os três períodos, é que a maioria das notícias localizava-se no quadrante superior da página, especialmente do lado esquerdo. No primeiro mandato, quase 50% das matérias estavam localizadas no quadrante superior esquerdo, local de maior visibilidade em uma página, como já citado. Observa-se ainda nesse período que 20,8% das notícias estavam dispostas no quadrante superior direito. Para o segundo e terceiro mandatos a localização se manteve nos quadrantes superiores, observa-se, respectivamente, que 47,3% e 58,5% das notícias localizavam-se no quadrante superior esquerdo, enquanto que 21,6% e 22,6%, no quadrante superior direito. Portanto, se for avaliado isoladamente o fator posição na página, as notícias relacionadas ao ator político estiveram localizadas em posições de maior visibilidade, ou seja, os assuntos foram classificados como importantes e merecedores de destaque na página principal. Mas, é preciso ressaltar que o posicionamento na página ainda não é suficiente para afirmar qual a visibilidade desses assuntos no que diz respeito a outros elementos, como o espaço ocupado pelas notícias nas páginas, ou o tamanho das entradas, que também é considerado um fato importante para a análise do critério visibilidade, assim como já visto anteriormente em formato.

Com relação aos espaços ocupados pelas notícias referentes a Jaime Lerner, o que se pôde verificar é que a maioria das notícias, comparando-se os três períodos, era de tamanho pequeno, o que significa dizer que a distribuição dos tamanhos mostra que assuntos ligados ao ator político Jaime Lerner, apesar de estarem posicionados no local de maior importância na página, como visto anteriormente, tiveram pouco espaço nas páginas internas da Gazeta do Povo, indicando, assim, baixa visibilidade no que diz respeito ao tamanho das notícias.

Até o momento três variáveis foram verificadas, todas indicam elementos importantes para a avaliação da visibilidade, mas, que isoladamente, não comprovam se determinado assunto teve mais ou menos importância nas páginas dos jornais. Para que se possa avaliar o quão importante é o assunto, ou melhor, quanto de visibilidade ele teve, é preciso estabelecer uma relação entre as variáveis que denotam essa importância. Assim como foi feito nas primeiras páginas, convencionou-se criar um índice de visibilidade para avaliar as entradas das páginas internas, em que se estabeleceu fazer o somatório das variáveis: posição, tamanho e página em que se localiza a notícia. Essas três variáveis foram recategorizadas e ganharam pesos diferentes, de acordo com o grau de importância das categorias de cada uma delas. Assim, depois de estabelecidos novos pesos para as categorias, fez-se o somatório de todas as novas variáveis para se chegar ao índice de visibilidade³⁴, como mostra a tabela a seguir.

³⁴Para se chegar ao indicador de visibilidade das páginas internas, como nas capas, é preciso, em primeiro lugar, reunir as variáveis: posição, tamanho e página em que está a notícia. Em seguida dar pesos a essas variáveis, onde o maior peso indica o elemento mais importante. Para posição: página inteira de peso 7; metade superior de peso 6; metade inferior de peso 5; metade direita de peso 4; metade esquerda de peso 3; quadrantes superior e inferior esquerdo de peso 3; quadrantes superior e inferior direito de peso 1. Para tamanho: grande de peso 3; médio de peso 2; pequeno de peso 1. Para página: primeira página de peso 4; páginas ímpares (da página 3 a 11) de peso 3; páginas pares (da página 2 a 12) de peso 2; as demais páginas de peso 1. Em seguida, faz-se o somatório dos pesos de todas as categorias das variáveis que será o indicador da visibilidade. Pelo pacote estatístico SPSS, as variáveis foram recodificadas e foi feito o somatório dos pesos, chegando-se a distribuições das visibilidades em 14 pontos de variação entre maior e menor visibilidade, que foram agrupados por meio da escala de Likert, onde foi possível reunir algumas categorias para diminuir o número de dimensões dentro da variável. Assim, foram criados cinco novos pontos, para indicar o índice de visibilidade onde: 5 indica “muito alta visibilidade” e 1 indica “muito baixa” visibilidade; que, mais uma vez agrupados, transformaram-se em três categorias: “alta” visibilidade de peso 3; “média” visibilidade de peso 2; “baixa” visibilidade de peso 1. Assim, foi possível analisar a distribuição das entradas de capa no que diz respeito à visibilidade.

TABELA 7 – ÍNDICE DE VISIBILIDADE DE ACORDO COM O MANDATO

Mandatos	Índice	Frequência	(%)
1.º (1971-1975)	Baixa	96	73,8
	Média	25	19,2
	Alta	9	6,9
	Total	130	100,0
2.º (1979-1983)	Baixa	60	81,1
	Média	6	8,1
	Alta	8	10,8
	Total	74	100,0
3.º (1989-1992)	Baixa	123	75,0
	Média	33	20,1
	Alta	8	4,9
	Total	164	100,0

FONTE: a Autora (2012).

Como é possível verificar, o índice de visibilidade, tabela 3, foi baixo para os três mandatos de Lerner, assim como foi verificado no índice das primeiras páginas. No primeiro mandato, mais de 70% das notícias referentes a assuntos ligados a Lerner não tiveram maior importância comparando-se a outros assuntos abordados pelo jornal. O mesmo acontece durante o segundo mandato, em que mais de 80% das notícias tiveram baixa visibilidade e também durante o terceiro, 75%. Assim, pode-se dizer que, de um modo geral, as matérias referentes a Jaime Lerner, nos três períodos, e que estão vinculadas às capas da Gazeta do Povo, tiveram pouco espaço em relação aos demais assuntos abordados pelo periódico. Em relação à hipótese de haver diferenças entre os períodos dos mandatos, verificou-se que não houve diferenças significativas entre os períodos, somente no segundo período foi possível observar que aproximadamente 10% das matérias tiveram alta visibilidade, o que não ocorre nos demais períodos.

Além da análise da importância dada, em termos de visibilidade, aos assuntos relacionados ao ator político Jaime Lerner, faz-se importante analisar o conteúdo abordado. Com relação aos temas gerais encontrados nas notícias das páginas internas, logicamente confirmou-se o que os resultados obtidos na análise dos dados referentes às capas revelaram: que os dois principais assuntos tratados nos três períodos dos mandatos de Lerner foram infraestrutura e economia. A tabela 2 mostra a comparação entre esses temas mais frequentes relacionados ao índice

de visibilidade. O que se pode perceber, nos três mandatos, é que o tema infraestrutura esteve presente durante todos os períodos e manteve a mesma média de número de casos referentes a esse tema, no primeiro e último mandatos, no segundo mandato caiu drasticamente sua aparição. Quanto ao tema economia, é possível verificar que no terceiro período houve um decréscimo significativo do número de casos referentes a esse tema, também em comparação à análise das capas, enquanto que nos demais mandatos a média de casos se manteve. É preciso esclarecer que essa diferença no número de casos, entre capas e páginas internas, pode perfeitamente ocorrer devido ao fato de que alguns dos formatos presentes nas primeiras páginas não se repetiram nas páginas internas. A próxima tabela ilustra a relação entre esses temas mais frequentes e sua visibilidade nas páginas internas.

TABELA 8 – VISIBILIDADE DOS TEMAS GERAIS MAIS FREQUENTES

Temas frequentes	Mandatos								
	1.º (1971-1975)			2.º (1979-1983)			3.º (1989-1992)		
	Índice de visibilidade			Índice de visibilidade			Índice de visibilidade		
	Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta
Infraestrutura urbana e obras	69	19	8	24	2	4	66	20	6
	71,9%	19,8%	8,3%	80,0%	6,7%	13,3%	71,7%	21,7%	6,5%
Economia	4	2	0	19	2	2	34	8	0
	66,7%	33,3%	,0%	82,6%	8,7%	8,7%	81,0%	19,0%	,0%
Outros	23	4	1	17	2	2	23	5	2
	82,1%	14,3%	3,6%	81,0%	9,5%	9,5%	76,7%	16,7%	6,7%

FONTE: a Autora (2012).

Observa-se que a maioria das entradas relacionadas ao tema geral infraestrutura possui uma distribuição entre os índices de baixa e média visibilidade, no primeiro e terceiro mandatos. Do total das entradas referentes ao tema, no primeiro mandato, 71,9% foram classificadas como de baixa visibilidade e 19,8% como de média visibilidade. No segundo mandato, 80% do total das entradas referentes a esse tema foram classificadas como de baixa visibilidade e 6,7% como de média visibilidade. No terceiro período os percentuais quase se igualam aos do primeiro mandato nas duas categorias, 71,7% de entradas referentes ao tema classificadas como de baixa visibilidade e 21,7% em média visibilidade. Para economia, as notícias relacionadas ao tema mantêm-se sob o índice de baixa

visibilidade. Somente no primeiro período é que 33,3% das notícias foram classificadas como de média visibilidade contra 66,7% de notícias com baixa visibilidade. Nos demais períodos, quase que a totalidade dos assuntos encontrados referentes ao tema economia foi classificada como de baixa visibilidade, assim como os demais temas. O que se pode perceber é que existe uma mudança perceptível nos índices de média visibilidade, tanto para o tema infraestrutura quanto para economia, esses índices caíram significativamente nesse período, comparando-se aos demais; o que denota que o jornal dispôs espaços bem menos visíveis aos dois temas nesse período do que o fez nos demais.

Ao se avaliar as notícias referentes às entradas de capa, além de buscar os temas gerais que mais se destacaram nas páginas da Gazeta do Povo referentes ao ator político Jaime Lerner, optou-se por observar as especificidades desses temas, portanto, convencionou-se verificar o conjunto de subtemas³⁵, encontrado dentro dos temas gerais infraestrutura e economia, os mais frequentes nos períodos analisados. Os demais temas foram aglutinados e denominados de outros. Portanto, os percentuais encontrados na próxima tabela referem-se a esses subtemas em relação ao total de notícias verificadas em cada mandato. Para o tema geral infraestrutura há a subdivisão em sete subtemas: obras, saneamento básico, energia, transporte-infraestrutura urbana, questões ambientais e ecológicas, cidade, obras de reforma do patrimônio histórico. Para o tema economia são nove subtemas: finanças (juros, câmbio, bolsas), indústria, agricultura, comércio, emprego (desemprego, salário), indicadores econômicos (PIB, renda *per capita*), política econômica, aumento de preços, impostos.

³⁵Para cada tema geral há um conjunto de subtemas, chamados temas específicos. Verificar tabela completa em Anexo 2 – Livro de códigos para as páginas internas – item 13, p.109.

TABELA 9 – TEMAS ESPECÍFICOS MAIS FREQUENTES

Temas específicos		1.º	2.º	3.º
Economia	Finanças	1 0,8%	0 0%	0 0%
	Indústria	1 0,8%	1 1,4%	0 0%
	Emprego	1 0,8%	1 1,4%	10 6,1%
	Política econômica	2 1,5%	3 4,1%	2 1,2%
	Aumento de preços	1 0,8%	18 24,2%	28 17,1%
	Impostos	0 0%	0 0%	2 1,2%
Infraestrutura urbana	Obras	33 25,3%	0 0%	2 1,2%
	Saneamento básico	1 0,8%	0 0%	1 0,6%
	Energia	1 0,8%	0 0%	0 0%
	Transporte-infraestrutura	39 30,0%	29 39,1%	57 34,8%
	Questões ambientais e ecológicas	10 7,7%	1 1,4%	18 11%
	Cidade	11 8,4%	0 0%	14 8,5%
	Obras de reforma do patrimônio histórico	1 0,8%	0 0%	0 0%
Outros		28 21,5%	21 28,4%	30 18,3%
Total		130 100%	74 100%	164 100%

FONTE: a Autora (2012).

A tabela 4 mostra os temas mais frequentes encontrados na avaliação das matérias das páginas internas referentes a Lerner, nos três mandatos, relacionados à infraestrutura e à economia. Ao se observar o tema geral infraestrutura no primeiro mandato, um dos subtemas mais encontrados foi obras, com 25,3%, o que pode explicar a presença da característica de técnico ligada a Lerner, que trouxe para a

cidade de Curitiba a questão do planejamento urbano. Nesse período, matérias como “Pronto o projeto para subterrânea”, que se refere à obra de uma trincheira para “desafogar” o trânsito, “Prefeitura municipal desapropria para construir avenida”, “Obras da XV ainda sem prazo” e “Prefeitura conclui sistema viário no centro da cidade” representam essa categoria. O subtema transporte foi o mais abordado nesse período pelas matérias que tratavam sobre infraestrutura, com 30% de incidência, seguido por cidade e questões ambientais que também tiveram certa ocorrência, ambos alcançaram 8,4% no período do primeiro mandato. Foram encontradas matérias que abordavam esses temas específicos, como: “Campanha dará mais árvores à cidade”; “Verde na cidade, o bem para todos”; “Expresso começa a funcionar no domingo”, citando o lançamento do primeiro ônibus articulado de Curitiba, no qual cabia um número maior de passageiros. O transporte da capital paranaense sempre foi considerado um dos melhores do país, e esse modelo começou a ser implantado nas gestões de Lerner.

Com relação aos subtemas mais abordados, referentes ao período do segundo mandato, transporte-infraestrutura continua sendo o mais encontrado dentre os demais temas específicos, com 39,1% de ocorrências observadas nas páginas internas do jornal. “Ônibus terão agora integração tarifária”, “Transporte: Lerner aponta as soluções”, “Usuários aprovam sistema de ônibus”, essas eram algumas das matérias que faziam referência a esse tema. Para o terceiro mandato de Lerner, transporte-infraestrutura ainda é o tema mais encontrado dentre os demais temas específicos, com 34,8% de ocorrências observadas nas páginas internas do jornal, seguido pelas questões ambientais, com 8,5%. Nesse período, o que se via nas páginas do periódico eram matérias como: “Prefeitura com projeto para a compra de lixo”, “Curitiba vai ter ônibus Ligeirinho”, “Novo plano viário diminui os acidentes de trânsito em 10%”, “Curitiba implanta as estações-tubo”.

Quanto ao tema geral economia, como se observou anteriormente, no primeiro mandato houve pouca ocorrência, conseqüentemente o mesmo ocorreu para seus subtemas. A partir do segundo mandato é que se verifica a incidência desse tema nas notícias referentes ao ator político Jaime Lerner. Vale a pena ressaltar que nesse período começa um período de reabertura política no Brasil e um desgaste do regime militar. Nessa fase o mundo passa por crises econômicas e o Brasil sofre com seus reflexos. Portanto, há de se observar que o subtema aumento de preços é o mais recorrente dentre os demais, com 18%. Exemplos

dessa afirmação são as matérias: “Coletivos 41% mais caros amanhã em Curitiba”, “Transporte coletivo terá o reajuste das tarifas amanhã” e “Ônibus sobe domingo, usuário vai a prefeito”. Observa-se que aumento nas tarifas do transporte são os mais comuns. Além de aumento de preços, 17,1%, emprego, 6,1%, é o tema específico mais citado nas matérias sobre economia durante o terceiro mandato. “Reajuste do IPTU pode beirar 1000%”, “Ônibus sobe 133% em menos de um mês”, “Lerner reajusta servidor em 20%”, “Táxi está mais caro, ônibus ainda não”, “Lerner reajusta em 25% funcionários municipais” são exemplos de notícias publicadas nas páginas internas da Gazeta do Povo no período do último mandato de Lerner.

Com relação aos temas, percebeu-se que infraestrutura, como nas capas, manteve-se presente em todos os períodos, apesar de também ter diminuído gradativamente sua ocorrência nos demais mandatos. O tema economia manteve-se com menor ocorrência do que nas capas, e teve um aumento significativo do primeiro para o segundo mandato, de 4,6% para 31,1%, voltando a cair no terceiro mandato para 25,6%.

A partir dos dados apresentados nesta pesquisa sobre cobertura jornalística do jornal Gazeta do Povo a assuntos ligados ao ator político Jaime Lerner, prefeito de Curitiba, por três mandatos, foi possível averiguar qual espaço as notícias referentes a Lerner ocuparam nas páginas internas do jornal. O quadro seguinte traz a síntese das principais informações abordadas nesta seção.

JORNAL ANALISADO: GAZETA DO POVO			
Número de entradas encontradas: 368			
Variáveis	1.º mandato	2.º mandato	3.º mandato
Formato predominante	Reportagem	Reportagem	Reportagem
Teor do texto	Informativo	Informativo	Informativo
Posição da notícia na página	Quadrantes superiores	Quadrantes superiores	Quadrantes superiores
Tamanho predominante da entrada	Pequeno	Pequeno	Pequeno
Índice de visibilidade	Baixo (73,8%)	Baixo (81,1%)	Baixo (75%)
Tema geral predominante	Infraestrutura	Infraestrutura	Economia
Tema específico predominante	Transporte	Transporte e Aumento de Preços	Transporte e Aumento de Preços

QUADRO 2 – RESUMO DAS INFORMAÇÕES DAS PÁGINAS INTERNAS

FONTE: a Autora (2012).

O que se pôde concluir neste tópico acerca da visibilidade do ator político Jaime Lerner nas páginas internas do jornal analisado foi que, apesar da verificação

isolada de algumas variáveis indicar a visibilidade das notícias referentes ao ator político (como formato e posicionamento na página), ao se aglutinar todas as variáveis em um único indicador (chamado de índice de visibilidade) verificou-se qual o real espaço cedido pelo jornal aos temas relacionados a Lerner. O resultado demonstrou que as notícias avaliadas tiveram pouca visibilidade em relação aos demais assuntos abordados pelo periódico nos períodos verificados, assim como ocorreu nas primeiras páginas do jornal, apesar do formato reportagem, nos três períodos, ter maior incidência em comparação aos demais formatos, ficando acima de 80%, e do posicionamento da página indicar a localização das notícias nos quadrantes superiores, o que denota maior importância à notícia. Isso indica que avaliar isoladamente algumas variáveis não possibilita a conclusão de determinadas hipóteses.

Quanto à visibilidade dos assuntos ligados a Lerner nas capas e páginas internas da Gazeta do Povo, percebe-se, inicialmente, que o jornal Gazeta do Povo cedeu espaços de pouca importância para assuntos relacionados ao ator político Jaime Lerner nessas páginas. No entanto, não se pode afirmar que o mesmo ocorre para o periódico todo. Para tanto, seria necessária a avaliação do jornal por inteiro. Nesse caso, o que se quis abordar com este trabalho foi a importância dada aos assuntos relacionados a Lerner direcionando o olhar para as capas, parte do jornal onde os assuntos principais do periódico estão elencados e sendo o elemento que chama mais atenção do leitor. A próxima seção deste trabalho diz respeito às conclusões acerca dos resultados encontradas nas análises apresentadas neste capítulo.

5 CONCLUSÃO

Por meio da análise das entradas de capas do jornal Gazeta do Povo e das notícias encontradas nas páginas internas do periódico, nos períodos dos três mandatos de Jaime Lerner, como prefeito de Curitiba (1971-1975/1979-1983/1989-1992), o que se pretendeu com este trabalho foi identificar que espaço estas notícias ocupavam no referido jornal e se houve diferenças no tratamento destas informações. Levando-se em consideração de que se trata do mesmo ator político, do mesmo jornal e de períodos políticos diferentes: ditadura militar, transição e democracia.

Partiu-se do princípio de que o processo de seleção e produção de notícias pode sofrer influências internas ou externas ao meio de comunicação. Tanto o jornalista pode sofrer algum tipo de pressão que pode influenciar de certa forma em sua função, como opções pessoais ou da empresa para qual trabalha, quanto o veículo pode sofrer pressões externas, vindas de órgãos ou instituições, como, por exemplo, o Estado, ou ainda serem pressões de ordem comercial.

A coleta das informações relacionadas a Lerner, no jornal Gazeta do Povo, resultou na observação de mais de 4.300 exemplares, publicados nos períodos analisados. Destes, foram coletadas apenas 459 entradas nas capas do jornal e 368 notícias nas páginas internas. Pelo número de exemplares avaliados, pode parecer que o número de entradas coletadas foi pequeno, pois, os assuntos relacionados a Lerner só aparecem em, aproximadamente, 10% das capas, mas, só é possível dizer se este número de aparições é, ou não, pequeno se comparado com outros assuntos, o que não ocorreu nesta análise.

Para se chegar a uma conclusão mais precisa, referente aos espaços destinados a assuntos ligados ao ator político no jornal, optou-se em verificar a visibilidade das notícias que tratavam de Lerner tanto nas capas da Gazeta do Povo, como nas páginas internas do periódico. Algumas variáveis foram avaliadas para se chegar à construção de um índice de visibilidade, como formato, posição na página e tamanho.

Ao se observar o formato³⁶ das entradas nas capas da Gazeta do Povo o que se verificou foi que, no primeiro período analisado, o recurso fotográfico foi

³⁶ Sobre o formato dos assuntos relacionados a Lerner nas capas da Gazeta do Povo, ver Tab. 1, página 69.

utilizado, em mais de 70% das entradas, enquanto que no segundo mandato pôde-se verificar que além dos 34,8% da entrada foto-legenda, observa-se a incidência também do formato chamada sem foto, 41,3%, havendo uma equiparação entre o uso ou não do recurso fotográfico. No terceiro mandato, teve-se a incidência do formato nota de capa³⁷, com mais de 63%. Portanto, ao se verificar quais formatos foram mais usados para indicar os assuntos referentes a Jaime Lerner, nos três períodos analisados, chegou-se a conclusão, neste item, que houve diferença no tratamento das notícias. Já para as entradas encontradas nas páginas internas, o que se observou é que o formato reportagem se manteve na maioria delas, nos três períodos, não havendo diferenças na utilização deste recurso nos três períodos.

Em relação ao posicionamento das entradas nas primeiras páginas, considerando, neste caso, as dobras³⁸ superior e inferior da página, ao se comparar os três mandatos de Lerner, observou-se que no primeiro mandato a maioria delas, 66%, localizava-se na primeira dobra³⁹ da página, local de maior visibilidade. No segundo período a localização distribuiu-se entre primeira e segunda dobra, 50%, e no terceiro mandato os assuntos relacionados a Lerner foram dispostos na segunda dobra da página, quase 65% deles, onde a entrada acaba tendo menor visibilidade. O que se observou nesta comparação foi uma inversão no posicionamento das entradas do primeiro para o terceiro mandato. Ao se avaliar o posicionamento⁴⁰ das entradas nas páginas internas, levando em consideração todos os espaços que poderiam ser ocupados pela notícia, nos três períodos, o que se observa é que não houve diferenças quanto às posições ocupadas por notícias referentes a Lerner. No primeiro mandato a maioria das entradas, quase 50%, estava localizada no quadrante superior esquerdo. Assim como, no segundo e terceiro mandatos, 47,3% e 58,5%, respectivamente, as notícias estavam dispostas neste espaço da página.

Outro fator observado neste trabalho foi o tamanho das entradas, isto é, o espaço ocupado por estas nas páginas, nos três períodos. Tanto nas capas quanto

³⁷ Formato de menor visibilidade nas capas do jornal, pois, indicava pequenas notas, localizadas em uma coluna, do lado esquerdo da página, separadas dos demais formatos.

³⁸ Para verificar o posicionamento das entradas nos três períodos avaliados, ver Gráfico 1, página 71.

³⁹ Para verificar divisão da página em dobras, ver Anexo 3, pág. 110.

⁴⁰ Para verificar o posicionamento das entradas por quadrantes, ver Anexo 4, pág. 111.

nas páginas internas o que se verificou foi que a maioria das entradas era de tamanho pequeno, não havendo, portanto, diferenças, ao se comparar este item nos três mandatos.

O que se pôde perceber até este ponto, analisando estes três itens importantes, formato, posição e tamanho, para se medir a visibilidade dada aos assuntos relacionados a Jaime Lerner no jornal, é que as comparações feitas até o momento, tanto nas capas como nas páginas internas, mostram diferenças significativas, principalmente entre o primeiro e terceiro mandatos, indicando, assim, padrões distintos no tratamento do jornal para com os assuntos referentes a Jaime Lerner nestes períodos. Mas, todos estes fatores, descritos acima, isoladamente não podem servir de parâmetro para medir a visibilidade de determinado assunto. Portanto, foi criado um índice que aglutina todos estes elementos e pelo qual foi possível verificar qual a visibilidade que os assuntos ligados a Jaime Lerner alcançaram, nos três mandatos.

Ao se verificar, inicialmente, a visibilidade dos assuntos ligados a Lerner nas capas da Gazeta Povo, levando em consideração que a primeira página do jornal, por si só, já é o local de maior visibilidade do jornal, pôde-se perceber que nos três períodos os índices de visibilidade mantiveram-se entre muito baixa e baixa visibilidade, 78,4%, 81,5% e 96,1%, respectivamente primeiro, segundo e terceiro mandato. Observa-se que há um aumento gradual destes índices, chegando a quase 100% no último mandato. Assim como nas capas da Gazeta do Povo, os índices de visibilidade dos assuntos relacionados a Lerner, abordados nas páginas internas do referido jornal, mantiveram-se baixos nos três períodos, 73,8%, 81,1% e 75%, respectivamente.

A explicação que pode ser dada para estes baixos índices é que nos períodos referentes ao primeiro e segundo mandatos, devido ao fato de ter sido um período em que o contexto político era o do regime militar, depois transição, as notícias mais abordadas eram aquelas ligadas ao governo militar e às mudanças políticas ocorridas principalmente no período do segundo mandato de Lerner, em que a ditadura militar ia chegando ao fim, ocorrendo a abertura política e a crescente esperança no regime democrático, depois de mais de 20 anos. Neste caso, a hipótese é de que os assuntos referentes à ditadura militar teriam uma tendência a serem mais abordados, pois, neste período, predominava a forte repressão aos veículos de comunicação, o que influenciava no processo de produção das notícias,

fato que pode ser classificado como uma influência externa ao veículo de comunicação. Já no terceiro mandato, a explicação vem também do momento político em que o país vivia, nos primeiros momentos da democracia instaurada, após o longo período militar, os reflexos, principalmente, dos últimos anos de ditadura, por exemplo, na economia davam seus primeiros sinais de crise. Aqui a hipótese é de que os assuntos mais vistos nas primeiras páginas do jornal seriam aqueles de ordem econômica. Inclusive, como se pode verificar adiante, nos períodos dos últimos mandatos assuntos sobre economia eram identificados nas notícias referentes a Lerner.

Outro ponto verificado neste trabalho foi quanto aos temas mais abordados nos três períodos dos mandatos de Lerner. Tanto nas entradas de capa como nas páginas internas dois assuntos foram os mais abordados: infraestrutura urbana e economia. O que se pôde perceber de diferenças, comparando os períodos, foi quanto ao assunto mais abordado em determinado período. Enquanto no primeiro mandato, nas capas, a predominância era para assuntos ligados a obras, transformações no planejamento da cidade e transporte, no segundo mandato, já houve um declínio na exposição destes assuntos e um aumento na abordagem de assuntos ligados à economia. Portanto, infraestrutura vai diminuindo nos decorrer dos períodos, de quase 70%, no primeiro mandato, para aproximadamente 40%, no segundo mandato, caindo para 35,1%, no terceiro período. E o tema economia cresceu, ao se comparar os períodos, de índices abaixo da casa dos 5%, no primeiro período, para mais de 25% no segundo mandato, chegando a 37,1%, no último mandato. Pode-se notar que no terceiro mandato a configuração dos temas muda totalmente, sendo economia o assunto mais abordado neste período.

Com relação às entradas referentes às páginas internas, como os temas mais abordados foram os mesmos encontrados nas capas, o que se verificou, mais detalhadamente, foram os temas específicos relacionados aos temas mais abordados, infraestrutura urbana e economia. Quando o tema infraestrutura era tratado os temas específicos⁴¹ mais encontrados foram àqueles relativos a transporte e infraestrutura, com 30% de incidência no primeiro mandato, 39,1% e 34,8%, no segundo e terceiro mandato, respectivamente. Obras foi um assunto

⁴¹ Para verificar quadro completo de temas específicos referentes às notícias das páginas internas ver Anexo 2, item 13, página 109.

abordado, mas, somente no primeiro mandato de Lerner, 25,3%. Questões ambientais e cidade também foram comentadas nas notícias do primeiro e terceiro mandato. Já para o tema geral economia, o tema específico mais abordado foi aumento de preços, verificado somente a partir do segundo mandato, com 24,2% de incidência em relação aos demais temas específicos. No terceiro mandato observa-se que a incidência de aumento de preços diminuiu para 17,1% e verifica-se que o tema emprego, com 6,1%, aparece neste período. Estes dados enfatizam o que fora comentado anteriormente com relação ao aparecimento do tema economia nas notícias referentes a Jaime Lerner, de que este tema refletia um pouco do cenário político-econômico do período, no qual o país iniciava uma nova fase, a volta da democracia, e passava por algumas crises, que refletia também nos municípios. Portanto, ter notícias que tratam de aumento de preços e emprego é um reflexo do que ocorria no plano nacional. Diferente do que acontecia no período do primeiro mandato, em que se pôde observar por meio das notícias relacionadas ao ator político, analisado neste trabalho, que o tema encontrado refletia o cenário encontrado em Curitiba, no qual a cidade passava por transformações de ordem estrutural, como obras ou transporte, o que estava diretamente ligado ao campo profissional de Jaime Lerner e ao fato de que no período militar se vivia a onda tecnocrática, do desenvolvimento e crescimento do país.

Estas afirmações confirmaram-se quando da verificação dos temas mais frequentes nas entradas de capa e nas páginas internas do periódico nos três períodos. O que se pôde perceber foi a predominância quase que total de dois temas: infraestrutura urbana e economia. Obras, transformações no planejamento da cidade, transporte, eram alguns dos assuntos, relacionados a Lerner, mais abordados nas capas do jornal. A partir do segundo mandato assuntos sobre economia como aumentos de preços e salários também eram os mais citados.

Além dos temas, outro ponto verificado nesta pesquisa foi o elemento selecionador, ou características dos assuntos abordados e que dizem respeito aos critérios usados pelos jornalistas para que as notícias sejam publicadas. No caso dos assuntos referentes a Lerner os elementos selecionadores mais usados, neste caso, verificados somente nas primeiras páginas, foram relevância, fatos positivos e fatos negativos. O elemento relevância - referente a assuntos que podem ser considerados importantes pela visão do público - é observado em 84,6%, 80,4% e 87,8%, respectivamente no primeiro, segundo e terceiro mandato, das entradas.

Como se pôde verificar não houve variação deste elemento nos três períodos. Outro elemento, fatos positivos - assuntos referentes ao ator político com teor positivo - também teve ocorrência nos três períodos, passando de 54,9% do primeiro mandato para 26,1% no segundo mandato, e aumentando no terceiro mandato para 67,8%. O que se verifica também com relação aos fatos negativos - assuntos referentes ao ator político com teor negativo - é que no segundo mandato houve uma redução da incidência deste elemento selecionador, de 22,2%, no primeiro período, para 9,8%, no segundo período, voltando a aumentar no último mandato para 33,7%. Percebe-se também que a presença dos fatos positivos sempre é o dobro dos fatos negativos.

De posse de todas estas informações, verificadas a partir da análise das capas e páginas internas do jornal Gazeta do Povo, sempre buscando assuntos relacionados ao ex-prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, no período referente aos seus três mandatos, e tendo como ferramenta a comparação entre os períodos políticos, o que se verificou foi que as diferenças que eram esperadas ao se comparar os três períodos se confirmaram. Levando em conta o mesmo ator político e o mesmo jornal, e que tais períodos faziam parte de contextos políticos diferentes no país, ditadura militar, transição e democracia consolidada. Com relação às variáveis verificadas, foi possível perceber algumas diferenças no tratamento dado às notícias, entre os períodos analisados, o que indica que houve mudanças editoriais no referido jornal, nestes períodos analisados.

Por meio desta pesquisa o que se espera é um entendimento sobre o processo de produção de notícias, estendendo o olhar para o espaço ocupado por determinados assuntos nos veículos de comunicação, neste caso específico, nas páginas dos jornais. Não podendo deixar de ressaltar a discussão teórica, tão importante nesta avaliação do papel dos meios de comunicação na construção e solidificação da imagem de um ator político. Desde os conceitos de esfera pública - para se entender o lugar ocupado pela mídia, levando em consideração seu alcance, no que diz respeito à construção da opinião - até os conceitos como agendamento e visibilidade midiática, chegando à produção de notícias. Ainda verificou-se a contextualização política da época em que Jaime Lerner foi prefeito para se conhecer o objeto de pesquisa e poder chegar às diferenças entre os períodos analisados. Certamente os pontos avaliados nesta pesquisa não esgotam as possibilidades a serem investigadas dentro desta temática.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra et al. Critérios jornalísticos de noticiabilidade: discurso ético e rotina produtiva. **ALCEU**. Rio de Janeiro, v.5, n. 10, p.186-200, jan./jun. 2005.

ALDÉ, Alessandra, VASCONCELOS, Fábio. Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias. **Revista de Ciências Sociais**. Fortaleza, v.39, n. 2, 2008.

ALONSO, Alejandro Munoz. **Opinión pública y comunicación política**. Madrid: Eudema, 1992. p. 23-143.

AQUINO, Maria Aparecida de. **Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968-1978)**. São Paulo: EDUSC, 1999.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Imprensa, cobertura eleitoral e objetividade: a eleição de 2000 na capital paulista. **Opinião Pública**. Campinas, vol. VII, n.º 2, 2001, PP. 182-201.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Lisboa: DIFEL, 1989.

CARDOSO, Fernando Henrique. **Autoritarismo e Democratização**. Rio de Janeiro: paz e Terra, 1975.

CERVI, Emerson. Eleições e variedades nas primeiras páginas de dois jornais regionais: análise dos critérios de visibilidade e temáticos em dois periódicos diários do Paraná. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. España, vol. 11, n. 2, mayo – ago. / 2009. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/vol.XI,n2,2009/13-EmersonCervi.pdf>> Acesso em: 08/05/2010.

_____. Métodos Quantitativos na produção de conhecimento sobre jornalismo: abordagem alternativa ao fetichismo dos números e ao debate com qualitativistas. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32, 2009, Curitiba, **Anais...** Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/.../R4-0764-1.pdf>> Acesso em: 11/08/2010.

_____. **Opinião Pública e comportamento político**. Curitiba: Ibpx, 2010.

COLLING, Leandro. Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados. **FAMECOS**. Porto Alegre, n. 14, abril 2001.

CORREIA, João Carlos. **O Poder do Jornalismo e a Mediatização do Espaço Público**. Universidade da Beira Interior, 1995. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf>> Acesso em: 16/06/2010.

DINIZ, Eli. Empresariado, regime autoritário e modernização capitalista: 1964-85. In: SOARES, Gláucio A.D.; ARAUJO, Maria Celina O'. (Org.). **21 anos de Regime Militar: balanços e perspectivas**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1994.

DÓRIA, Pedro Ricardo. **Jaime Lerner: liderança, autoridade e contexto político**. Curitiba: Juruá, 2002.

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

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 11, 2002, Rio de Janeiro. **Anais...** Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2002/franciscato2002.doc>> Acesso em: 11/08/2010.

GAZETA do Povo é o primeiro jornal para os paranaenses. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 19 maio 2002. GAZETA do Povo 90 anos. Caderno Paraná. p.9. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/90anos>> Acesso em: 28/07/2009.

GOMES, Wilson. **Esfera pública política e media**. Com Habermas, contra Habermas. *Anais do VI Encontro anual da COMPÓS*, Unisinos, 1997.

GOMES, Wilson. **Esfera pública política e media - II**. *Anais do VII Encontro anual da COMPÓS*, São Paulo, maio de 1998.

GUARESCHI, Pedrinho A.; et. al. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Organização: Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2003.

HABERMAS, Jürgen. Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. **LÍBERO**. Ano XI. nº 21. Jun. 2008.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1984.

HELLER, Milton Ivan. **Resistência Democrática: a repressão no Paraná**. Rio de Janeiro: Paz e Terra/ Curitiba: Secretaria de Cultura do Estado do Paraná, 1988.

IPARDES – Fundação Edison Vieira. **O Paraná Reinventado: política e governo**. Curitiba: IPARDES/SEPL/FUEM, 1989.

KUCINSKI, Bernardo. O ataque articulado dos barões da imprensa: a mídia na campanha eleitoral de 1989. In: **A síndrome da antena parabólica**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

KUNHAVALIK, José P. Ney Braga: trajetória política e bases do poder. In: **A construção do Paraná moderno: políticos e política no Governo do Paraná de 1930 a 1980/ Ricardo Costa de Oliveira (org.)**. Curitiba: SETI, 2004. p. 231-419.

LAFER, Celso. **O sistema político brasileiro**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

LAMOUNIER, Bolívar. Antecedentes, riscos e possibilidades do governo Collor. In: **De Geisel a Collor: o balanço da transição**. São Paulo: Editora Sumaré, 1990.

LERNER, Jaime. **O que é ser urbanista [ou arquiteto de cidades]: memórias profissionais**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LIMA, Venício A. de. Cenário de Representação da Política: um conceito e duas hipóteses sobre a relação da mídia com a política. In: **Mídia: teoria e política**. _____. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. Disponível em: <[www.http://books.google.com.br/books?id=T8lC88tPM40C&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Walter+Lippmann%22&hl=pt-R&ei=IFpITNCPDIK78gaJ8PGcCQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.br/books?id=T8lC88tPM40C&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Walter+Lippmann%22&hl=pt-R&ei=IFpITNCPDIK78gaJ8PGcCQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)> Acesso em: 14/05/2010.

MAIA, Rousiley Celi M. **Dos dilemas da visibilidade midiática para a deliberação pública**. Reunião anual da Compós, 12, 2003. Disponível em: <<http://e-groups.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Rousiley.pdf>> Acesso em: 17/06/2010.

_____. **Mídia e deliberação pública: mediações possíveis**. Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Rousiley2002.pdf>> Acesso em: 23/11/2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1989.

MARCONI, PAOLO. **A censura política na imprensa brasileira: 1968-1978**. São Paulo: Ática, 1980.

MATHIAS, Suzeley Kalil. O clientelismo do governo militar nas comunicações. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 10, n.1, p.119-129. Disponível em: <<http://www.cebela.org.br/imagens/Materia/2003-1%20119-136%20suzeley%20kalil.pdf>> Acesso em: 14/10/2010.

MATTOS, Sérgio. O Controle econômico. In: **Comunicação e Transição Democrática**. José Marques de Melo (org.). Porto Alegre: Mercado Aberto/Intercom, 1985. (Série Novas Perspectivas, 16). p.62-79.

MCCOMBS, Maxwell. Um panorama da teoria do agendamento, 35 anos depois de sua formulação. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. v. 31. n. 2, 2008. Entrevista. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/5502/5000>> Acesso em: 21/03/2011.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Tradução: Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009. (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

MEDINA, Cremilda. As múltiplas faces da censura. In: **Minorias Silenciadas: história da cesura no Brasil**. Maria Luiza Carneiro (org.). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/ Imprensa Oficial do Estado/ Fapesp, 2002. p. 421-434.

MEDINA, Daniel do R. **Mediatização da Comunicação Política: mídia, política e comunicação – a negociação do poder**. Disponível em: < <http://books.google.com.br/books?id=PEID2oG-KD0C&printsec=frontcover&hl=en#v=onepage&q&f=false>> Acesso em: 05/07/2010.

MIGUEL, Luis F. “Os meios de comunicação e a prática política”. **LUA NOVA**. n. 55-56, 2002. p. 155-184.

MIGUEL, Luis F.; BIROLI, Flavia. Mídia e representação política feminina: hipóteses e pesquisa. **Opinião Pública**. v. 15, n.1, Campinas, Jun/ 2009. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762009000100003> Acesso em: 11/03/2011.

_____. BIROLI, Flavia. **Mídia: representação e democracia**. São Paulo: HUCITEC, 2010.

OLIVEIRA, Dennison. **Curitiba e o mito da cidade modelo**. Curitiba: Editora UFPR, 2000.

OLIVEIRA, Luiz Ademir. A imprensa mineira e as eleições 2002: um estudo comparativo da cobertura política dos jornais “Estado de Minas” e “O Tempo” sobre a sucessão presidencial de 2002. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, p. 220, 2008.

OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de. **Olhares sobre uma cobertura: a eleição de 2002 para o Governo do Paraná em três jornais locais**. Curitiba: Pós-escrito, 2007.

PAZ, Francisco Moraes. **As artimanhas da política no jogo eleitoral**. Curitiba: Prephacio, 1990.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da Mídia e Política. In: **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Antonio Albino Canelas Rubim (org.). Salvador: Edufba, 2004.

RAMOS, Murilo Cesar. O papel dos meios de comunicação de massa na abertura política brasileira: da sístole à diástole, os limites da democracia. In: **Comunicação e Transição Democrática**. José Marques de Melo (org.). Porto Alegre: Mercado Aberto/ Intercom, 1985. (Série Novas Perspectivas, 16). pp. 246-263.

REHBEIN, Mauro Pioli. **Sociologia do comportamento eleitoral e orientação do voto nas eleições municipais de Curitiba no período da redemocratização**

(1985-2000). Monografia (Especialização em Sociologia Política) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.

_____. **Curitiba-50 anos de Eleições Municipais: as forças políticas que as democracias e no governo militar disputaram o poder.** Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008.

RUBIM, Antonio A. C.; AZEVEDO, Fernando A. Mídia e Política no Brasil: estudos e perspectivas. Congresso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, 4, 1998. **Anais...** Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-albino-midia-politica-brasil.html>> Acesso em 16/06/2010.

RUBIM, Antonio A. C. **Comunicação e Política.** São Paulo: Hacker Editores, 2000.

_____. Das visibilidades das eleições de 2002: uma reflexão dos enlaces entre política, mídia e cultura. **Comunicação & Política.** Rio de Janeiro, IX (3): 189-207, set/dez de 2002.

SKIDMORE ,Thomas. A lenta via brasileira para a democratização: 1974-1985. In: **Democratizando o Brasil.** STEPAN, A. (org.). Tradução: Ana Luíza Pinheiro. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988. pp.27-81.

SKIDMORE, Thomas. A queda de Collor: uma perspectiva histórica. In: **Corrupção e reforma política no Brasil: o impacto do impeachment de Collor.** ROSENN, Keith S; DOWNES, Richard. (org.). Tradução: Robert Grey. Rio de Janeiro: Editora FVG, 2000.

SINGER, André. Collor na periferia: a volta por cima do populismo? In: **De Geisel a Collor: o balanço da transição.** LAMOUNIER, Bolívar (org.). São Paulo: Editora Sumaré, 1990.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

_____. **Construindo uma teoria da notícia.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>> Acesso em: 27/jun/2009.

SOUZA, Maria do Carmo C. A Nova República brasileira: sob a espada de Dâmocles. In: **Democratizando o Brasil.** STEPAN, A. (org.). Tradução: Ana Luíza Pinheiro. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988. pp. 563-627.

TARDE, Gabriel de. 1843-1904. **A opinião e as massas.** 2ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Tradução Wagner de Oliveira Brandão. Revisão da tradução: Leonardo Avritzer. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

_____. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. vol I. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. vol II. Florianópolis: Insular, 2005.

VIANNA, Maria Lúcia T. W. **A administração do Milagre**: o Conselho Monetário Nacional 1964-1974. Petrópolis: Vozes, 1987.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e Espetáculos da Notícia**. Porto Alegre: Editora Universidade/ UFRGS, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações**: leitura e crítica. Tradução: Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

ANEXOS

ANEXO 1-	LIVRO DE CÓDIGOS PARA A PRIMEIRA PÁGINA.....	104
ANEXO 2-	LIVRO DE CÓDIGOS PARA AS PÁGINAS INTERNAS.....	107
ANEXO 3-	DIVISÃO DA PÁGINA.....	110
ANEXO 4-	DIVISÃO POR QUADRANTE.....	111
ANEXO 5-	EXEMPLO DE CAPA ANALISADA.....	112
ANEXO 6-	EXEMPLO DE PÁGINA INTERNA ANALISADA.....	113

ANEXO 1 - LIVRO DE CÓDIGOS PARA A PRIMEIRA PÁGINA

COLETA: JAIME LERNER NA GAZETA DO POVO

1 - Pesquisador: Milian Cercal Daldegan

2 - Jornal: Gazeta do Povo

3 - Data: data da edição.

4 - Matéria: número da entrada na edição.

5 - Formato: preencher com código. No caso de manchete, considerar apenas uma por edição.

CÓD	TIPO
1	Manchete com foto
2	Manchete sem foto
3	Chamada com foto
4	Chamada sem foto
5	Foto-legenda
6	Chamada-título
7	Nota de Capa
8	Avisos

6 - Tipo: preencher com código somente para texto. No caso de foto-legenda e nota, utilizar código 1.

CÓD	TIPO
1	Chamada de texto informativo
2	Chamada de texto opinativo

7 - Título: transcrição do título.

8 - Posição principal Vertical: onde se encontra a maior parte da entrada.

CÓD	LOCALIZAÇÃO
1	Primeira Dobra
2	Segunda Dobra

9 - Posição principal Horizontal: onde se encontra a maior parte da entrada.

CÓD	LOCALIZAÇÃO
1	Metade esquerda
2	Metade Direita
3	Ocupa todas as colunas da página

10 - Altura: em cm.

11 - Largura: em cm.

12 - Abrangência: área principal do tema abordado na entrada. Deve-se considerar a cidade que sedia o jornal apenas para a abrangência local. Em chamadas sobre eventos em outros locais que não a cidade de origem do jornal deve-se avaliar se o código correto é regional ou nacional.

CÓD	TIPO	Explicação
1	Local	Quando o tema for tratado predominantemente a partir de uma relação com a cidade em que o jornal é editado.
2	Regional	Quando o tema for tratado predominantemente a partir de uma relação com um Estado da federação ou outro município que não a sede do jornal.
3	Nacional	Quando o tema da chamada for tratado predominantemente com abrangência nacional.
4	Internacional	Quando o tema da chamada for tratado predominantemente em relação a outros países.

13 - Tema geral: preencher com o código para tema predominante na entrada.

CÓD	TEMA	Explicação
1	Campanha eleitoral ou partidos políticos	Sobre candidatos a prefeito, vereador ou organização partidária para as eleições.
2	Político Institucional	Temas envolvendo órgãos federal, estadual ou municipal. Poder Executivo, Legislativo ou Judiciário e da Sociedade Organizada.
3	Economia	De movimentos da bolsa de valores a expectativa de produção agrícola, passando por salários, emprego, etc.
4	Saúde	Casos que envolvam o sistema público de saúde, tais como falta de atendimento ou melhoria da qualidade dos serviços.
5	Educação	Envolve educação pública e privada, em todos os níveis.
6	Atendimento a carentes e minorias	Sobre políticas sociais, bolsas, distribuição de renda, políticas específicas para etnias, grupos culturais, homossexuais, etc.
7	Infra-estrutura urbana e obras	Obras de desenvolvimento urbano, crescimento industrial, sistema de transportes, moradia, vias urbanas, etc.
8	Meio-ambiente	Manutenção, preservação ou devastação ambiental. Descobertas a respeito do impacto do homem sobre o meio-ambiente.
9	Violência e Segurança	Crescimento da violência, índices, casos isolados, mortes, sistema presidiário, investimentos em segurança e combate ao crime.
10	Ético-moral	Temas que envolvem valores como corrupção, igualdade de direitos, comportamento socialmente esperado, etc.
11	Internacional	Quando trata de assuntos entre o Brasil, suas entidades públicas ou privadas em relação com entidades de outros países ou apenas de outros países.
12	Variedades/Cultura	Temas que envolvem estrelas do entretenimento, da mídia de massa ou relacionados a produções culturais.
13	Esportes e Lazer	Temas relacionados a esportistas, competições e entidades do esporte.
14	Turismo	Projetos e políticas de apoio ao turismo.
15	Religião	Temas que envolvem instituições religiosas, ligações entre política e religião.
16	Comportamento	O dia a dia dos atores políticos fora do cenário da política.
17	Outro	Temas que não possam ser enquadrados em nenhuma das alternativas apresentadas acima.

14 - Elemento selecionador: presença = 1 ou ausência = 0

E1	Poder de elite	Chamadas de notícias relacionadas ao ator político e que envolvem a manifestação de disputa de poder ou o poder propriamente dito, quer seja individual, de organizações ou institucional.
E2	Celebridade	Chamadas de notícias relacionadas ao ator político e que envolvem astros da música, TV, esporte, etc.
E3	Entretenimento	Chamadas de histórias relacionadas ao ator político e que tratam de temas que por princípio não fariam parte do debate público, tais como sexo, drama ou humor, predominantemente sob a ótica do interesse humano.
E4	Surpresa	Chamadas de fatos relacionados ao ator político e que foram noticiados por serem surpreendentes ou inesperados.
E5	Fatos Negativos	Chamadas de histórias relacionadas ao ator político com tons negativos.
E6	Fatos Positivos	Chamadas de histórias relacionadas ao ator político com tons positivos. ;
E7	Magnitude	Chamadas de fatos relacionados ao ator político e que viram notícias por serem percebidos como significativos para um grande número de pessoas. Tem relação com a área de circulação do jornal.
E8	Relevância	Chamadas de histórias relacionadas ao ator político e que viram notícias porque são percebidas como relevantes para o público.
E9	Sequência/suíte	Chamadas de notícias relacionadas ao ator político e que são continuidade (suítes) de histórias retratadas anteriormente pelo jornal
E10	Agenda da comunicação	Chamadas de histórias relacionadas ao ator político que surgem de um conjunto de temas de interesse direto das próprias organizações de comunicação social.
E11	Curiosidades	Chamadas de notícias relacionadas ao ator político e que remetem a fatos curiosos e inusitados.
E12	Jogos de Interesses	Chamadas de notícias que remetem a relações entre o ator político e empresários ou instituições não governamentais, troca de favores, etc.

15 – Observações

ANEXO 2 - LIVRO DE CÓDIGOS PARA AS PÁGINAS INTERNAS

COLETA: JAIME LERNER NA GAZETA DO POVO

1 - Pesquisador: Milian Cercal Daldegan

2 - Jornal: Gazeta do Povo

3 - Data da publicação.

4 - Matéria: indica a numeração sequencial 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 do nome Jaime Lerner ou prefeito ou prefeitura. Conta apenas o espaço de texto/imagem.
2	Reportagem	Textos informativos e noticiosos produzidos por jornalistas/agências a respeito de assuntos ligados a Jaime Lerner.
3	Charge/Infográfico/ Ilustração	Desenho, infográfico, charge ou reprodução artística de Lerner. Conta-se uma aparição por imagem.
4	Foto	Imagem fotográfica que normalmente acompanha os textos referentes a Jaime Lerner. 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 os assuntos.
9	Notas e outros	Textos curtos que não configurem reportagem e outros textos que não se enquadrem nos descritos acima.

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	Personalista	Dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no ator político ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional. Enfatiza sua vida, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos.
2	Temático	Interpreta posições, propostas e ações do ator político sobre aspectos substantivos da sua vida política. Exemplo: prefeito e sua administração.
3	Episódico	Restringe-se a relatar acontecimentos recentes, sem o enfoque dos outros 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.

A partir de PORTO, M. (2000).

15 - Resumo/Legenda: breve texto que deve complementar informações que não constam no título da entrada.

16 - Visibilidade do ator político no título: (0 = ausência 1 = presença) - Se cita ou não o ator político no título da entrada. Por título entende-se o conjunto de “chapéu”, título e “gravata”.

17- Visibilidade do ator político no texto: (número de citações do ator político na entrada. Em caso de foto ou ilustração, conta-se uma vez se o ator político pode ser identificado na imagem).

18 - Valência para o ator político (valência da entrada para o político levando em conta seu efeito positivo ou negativo para suas ações).

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

19 – Observações.**12 - Lista de Temas Gerais**

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

13- Lista de Temas Específicos

COD.	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/municipal	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), empréstimos.	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, planejamento, incentivo)	3
307	Aumento de preços	3
308	Impostos	3
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/crianças	4
407	Minorias_Terceira Idade	4
408	Minorias_Mulheres	4
409	Minorias_Étnicas	4
410	Assistencialismo (ligado a atendimentos pessoais/de balcão)	4
411	Atendimento aos carentes	4
412	Minorias_portadores de necessidades especiais	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
506	Obras referentes ao Patrimônio Histórico	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
906	Atrações turísticas	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 integrantes do Mercosul	11
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

ANEXO 3 - DIVISÃO DA PÁGINA

IGREJA VAI LIVROS

GAZETA DO POVO

— N.º 14.364

CURITIBA, SEXTA-FEIRA, 22 DE SETEMBRO DE 1972

2 PÁGINAS — 2 SEÇÕES

Igreja vai livrar livros

Aproximadamente 20 mil volumes recolhidos pela Arquidiocese de Curitiba para serem vendidos em favor da construção de uma nova igreja em São Paulo, estão sendo distribuídos em várias cidades do Paraná, incluindo Curitiba.

MANA DA BIBLIA

A Semana da Bíblia foi inaugurada ontem em Curitiba com a distribuição de livros bíblicos em várias igrejas da cidade.

OPANHA

A Campanha para a Opanha, visando a melhoria das condições de vida das famílias em suas casas, está sendo realizada em Curitiba.

Unab não resolve problema de carne

O Unab não resolve o problema de carne em Curitiba, pois a distribuição continua sendo feita de forma irregular.

Terro já atinge a Argentina

O terro já atinge a Argentina, causando prejuízos significativos para os produtores locais.

Uganda e Tanzânia em bréguia

Uganda e Tanzânia estão em bréguia devido ao conflito pelo acesso ao mar.

Conhecido vírus da síndrome

O conhecido vírus da síndrome está sendo estudado em laboratório em Curitiba.

Importante o papel do Brasil e México: FMI

Importante o papel do Brasil e México no processo de reforma do sistema monetário, segundo o FMI.

Uganda e Tanzânia em bréguia

Uganda e Tanzânia estão em bréguia devido ao conflito pelo acesso ao mar.

Conhecido vírus da síndrome

O conhecido vírus da síndrome está sendo estudado em laboratório em Curitiba.

Importante o papel do Brasil e México: FMI

Importante o papel do Brasil e México no processo de reforma do sistema monetário, segundo o FMI.

AL quer Bangladesh na ONU

PRIMEIRA DOBRA OU DOBRA SUPERIOR

Com o apoio de quatro países latino-americanos, o comitê de iniciativas reconhecidas ontem à Assembleia Geral da ONU que recomendaria a solicitação de Bangladesh para se incorporar às Nações Unidas. O embaixador da Colômbia, Augusto Espinosa, expressou o desejo dos países latino-americanos favorável ao ingresso de Bangladesh e criticou, indiretamente, "a firme e inabalável" oposição da China Continental, que prometeu vetar novamente o pedido bengali. "As Nações Unidas não podem se converter num clube exclusivo que impeça a entrada de novos países", disse Espinosa, que foi apoiado por 23 nações, reconhecidas, por sua vez, por quatro, e três objeções, que a Assembleia não pôde aceitar a solicitação de Bangladesh. Colômbia, Haiti, Uruguai e Paraguai votaram com a maioria. 56 China, Guiné, Líbia e Mauritânia votaram contra. Etiópia, Filipinas e Síria se absteram. Votaram ainda a favor: União Soviética, Estados Unidos, Grã-Bretanha, França, Bélgica, Canadá, Chile, Checoslováquia, Índia, Japão, Marrocos, Nêz Zelândia e Romênia. A 25 de agosto, a China vetou, no Conselho de Segurança, o ingresso de Bangladesh. O embaixador Huang Hua declarou então que seu país recusará novamente ao seu direito de veto para impedir a admissão da nova nação independente de Bangladesh. O embaixador indiano disse que a Índia não se oporia ao ingresso de Bangladesh, mas não recomendaria o país. Os que apoiam o debate em

Verba do BID para sementes

BRASILIA — (AIB-GP) — O Presidente da República autorizou ontem o Ministro da Fazenda a solicitar ao Banco Interamericano de Desenvolvimento um empréstimo de até US\$ 10 milhões (Cr\$ 60 milhões) para o financiamento do Plano Nacional de Sementes. Esses recursos serão entregues ao Ministério da Agricultura para serem incorporados ao Fundo Federal Agropecuario. Serão destinados somente para a execução dos projetos do programa, com governos estaduais, universidades e demais instituições. Enquanto isso, o Ministro Cláudio Lemus explicou, hoje, em São José do Rio Preto, São Paulo, perante líderes rurais e prefeito de 202 municípios da região a estratégia que vem sendo desenvolvida pelo Governo para a obtenção de uma produção agrícola recorde, para a safra de 1972-73. Segundo explicou o Ministro da Agricultura, no lançamento da campanha no mês passado,



Os representantes dos Estados Unidos, George Bush, da Grã-Bretanha, Colin Cross, e da Rússia, Yakov Malik, levantam a mão aprovando a recomendação para que a Assembleia Geral da ONU inclua Bangladesh como membro. (UPI).

Proposta Vietcong rejeitada

Os Estados Unidos rejeitaram novamente ontem as propostas do Vietcong para finalizar a guerra do Vietnã, e afirmaram que somente concordariam a "uma prolongada luta e à ditadura comunista do Norte". O embaixador norte-americano William Porter disse na sessão número 160 das negociações que quanto mais se analisam as propostas comunistas, parecem mais lógicas, impraticáveis e auto-contraditórias. Em sua análise da declaração do Vietcong de 11 de setembro sobre seu plano de paz de sete pontos, Porter afirmou que se exigia dos Estados Unidos que cessassem toda a atividade militar, destruíssem suas bases e se retirassem. "A declaração, contudo, é completamente omissa quanto às medidas que tomara o Vietnã do Norte", manifestou. Quanto ao plano do Vietcong para um regime de coalizão tripartida, Porter afirmou que daria aos comunistas um "preponderante e decisiva autoridade".

CAMPANHA DA ARVORE



O prefeito Jaime Lerner presidiu ontem a solenidade de lançamento da campanha "Dê uma árvore à sua cidade". (Pap. 24).

Cheias no RS já são calamidade

Porto Alegre — (AIB - GP) — Diversos municípios gaúchos, principalmente os situados junto aos rios Jacuí, Uruguai, Caí e dos Sinos, estão com suas zonas ribeirinhas atingidas por novas cheias — a terceira enchente desde o início de proporcões no Rio Grande do Sul. Em muitas cidades, a situação é de calamidade: em Sarandi, atingida por um temporal de granizo, mil famílias perderam suas casas e ficaram praticamente enquanto a prefeitura se precipitou em reparar os danos de pelo menos 200 casas atingidas pelo temporal. Em Lajeado, 40 casas estão inundadas e em Taquari, outras 20 permanecem em São Jerônimo, 50 casas foram atingidas, incluindo 350 flagelados. No município de Encantado, o rio Jacuí está a oito metros acima de seu nível normal. Em todo o Rio Grande do Sul, as estradas intermunicipais estão em estado precário e algumas, intransitáveis. Os prejuízos às lavouras são enormes, principalmente nas culturas de trigo e arroz.

SEGUNDA DOBRA OU DOBRA INFERIOR

WASHINGTON — (AP - GP) — Brasil e México assumirão importante papel no processo da reforma do sistema monetário, que será iniciada em Washington na semana que vem. Os dois países estarão presentes na reunião do Grupo dos 20 e também irão atuar na junta diretiva do Fundo Monetário Internacional, que será reunido no mesmo tempo. Embora o grupo seja chamado a discutir a reforma, as decisões recaem sobre a junta. A Argentina fará parte do grupo, mas como ao Chile sua saída no novo tempo. Embora o grupo seja chamado a discutir a reforma, as decisões recaem sobre a junta. A Argentina fará parte do grupo, mas como ao Chile sua saída no novo tempo. Embora o grupo seja chamado a discutir a reforma, as decisões recaem sobre a junta.

A PIONEIRA NO ANO 18

O REPARTIDO

insolências

O PICOLINO 22:20

CINEMA DE MILHOES

ANEXO 4 - DIVISÃO POR QUADRANTES

GAZETA DO POVO **CORTESIA**
 Venda Proibida
 ANO 53 - N.º 21.465 CURITIBA, SABADO, 20 DE JANEIRO DE 1973 28 PAGINAS - 2 RECCOES

Nixon inicia hoje novo mandato

O presidente Richard Nixon tomara posse hoje num novo período de quatro anos e, após prestar o juramento tradicional, discursará à nação a respeito de uma paz justa e duradoura no Vietnã, salientando especialmente a necessidade de um período de conciliação no pós-guerra, seguido por reformas, entre os seus assessores. Milhares de pessoas chegaram ontem a Washington para assistir às festividades e centenas de milhares para acompanhar o segundo mandato de Nixon.

PRIMEIRO QUADRANTE
OU
QUADRANTE SUPERIOR
ESQUERDO

Sunab quer dinamizar a sua ação

SEGUNDO QUADRANTE
OU
QUADRANTE SUPERIOR
DIREITO

Thieu para ver acordo

O presidente Richard Nixon tomara posse hoje num novo período de quatro anos e, após prestar o juramento tradicional, discursará à nação a respeito de uma paz justa e duradoura no Vietnã, salientando especialmente a necessidade de um período de conciliação no pós-guerra, seguido por reformas, entre os seus assessores. Milhares de pessoas chegaram ontem a Washington para assistir às festividades e centenas de milhares para acompanhar o segundo mandato de Nixon.

TERCEIRO QUADRANTE
OU
QUADRANTE INFERIOR
ESQUERDO

QUARTO QUADRANTE
OU
QUADRANTE INFERIOR
DIREITO

Inflação, problema para três

Nada muda sobre taxa rodoviária

Baixa do IPI será incentivo

Violência ameaça os chilenos

Proposta russa sobre segurança preocupa Europa

hoje 10 da noite
 A CORES

EXORTAÇÃO
 Roy Thinnies - Vette Mimieux

ANEXO 5 - EXEMPLO DE CAPA ANALISADA

GAZETA DO POVO
CORTESIA

Termina a ofensiva aliada no Laos

Ministro do FBI também STM quase é sequestrado gen. Candia

Trabalho marcará a passagem do 7º ano da Revolução

Oribe diz que viu embaixador inglês durante cativo

Junta sobe salários na Argentina

Governo do Peru quer apenas paz

Medida agrária no CE

HOJE NO 12... 17:00 SALTO À AVENTURA 18:00 A PRÓXIMA ATRAÇÃO

SOM LIVRE HOJE AS 21 HRS!

GAZETA DO POVO - 48 PÁGINAS - 3 REGRAS

CURTIDA, QUINTA-FEIRA, 25 DE MARÇO DE 1971

MISSÃO NO LAOS

AN OPERAÇÃO aliada de desobediência e aflição que começou, precedida por uma ofensiva diplomática, terminou ontem, em Laos, com a retirada das tropas norte-americanas, de onde se retiraram também os franceses, britânicos, alemães, japoneses e tailandeses. A ofensiva aliada foi liderada pelo general Henry Kissinger, chefe do Estado-Maior da Defesa Nacional dos Estados Unidos, e pelo general John V. Morris, chefe do Estado-Maior da Defesa Nacional do Brasil. A ofensiva aliada foi liderada pelo general Henry Kissinger, chefe do Estado-Maior da Defesa Nacional dos Estados Unidos, e pelo general John V. Morris, chefe do Estado-Maior da Defesa Nacional do Brasil. A ofensiva aliada foi liderada pelo general Henry Kissinger, chefe do Estado-Maior da Defesa Nacional dos Estados Unidos, e pelo general John V. Morris, chefe do Estado-Maior da Defesa Nacional do Brasil.

Ministro do FBI também STM quase é sequestrado gen. Candia

LA PAZ — (AFP-OP) — O FBI americano, sob o comando do chefe de polícia J. Edgar Hoover, está se preparando para a possibilidade de sequestrar o general peruano Oscar Candia, chefe do Exército peruano, caso ele se apresente em território americano para ser julgado por crimes de guerra cometidos durante a guerra civil no Peru.

Trabalho marcará a passagem do 7º ano da Revolução

BRASILIA — (AFP-OP) — As Forças Armadas vão comemorar o sétimo aniversário da Revolução Brasileira no tempo de trabalho dedicado a este tempo como um ato de homenagem ao povo brasileiro. O presidente da República, General Artur da Costa e Silva, vai presidir a cerimônia de inauguração do trabalho dedicado a este tempo como um ato de homenagem ao povo brasileiro. O presidente da República, General Artur da Costa e Silva, vai presidir a cerimônia de inauguração do trabalho dedicado a este tempo como um ato de homenagem ao povo brasileiro.

Oribe diz que viu embaixador inglês durante cativo

O Brasil da Costa do Uruguai, General Orbe, durante a sua estada em Cuba, afirmou que viu o embaixador britânico, Geoffrey Jackson, em um momento em que ele estava sendo mantido cativo em Cuba. Orbe afirmou que viu o embaixador britânico, Geoffrey Jackson, em um momento em que ele estava sendo mantido cativo em Cuba.

Junta sobe salários na Argentina

A Junta Militar que governa a Argentina aprovou ontem um aumento geral de 15 por cento nos salários de todos os trabalhadores do país, incluindo os funcionários públicos, professores, médicos e outros profissionais liberais.

Governo do Peru quer apenas paz

O Chefe de Estado peruano, General Oscar Candia, afirmou ontem que o governo peruano quer apenas a paz e a reconciliação nacional. Candia afirmou que o governo peruano quer apenas a paz e a reconciliação nacional.

Medida agrária no CE

BRASILIA — (AFP-OP) — O Presidente da República decretou o interesse social para fins de desapropriação, o imóvel Japureta e os sítios anexos, em Canindé, Ceará, onde há antigas ocupações de áreas com arrendamento e parceria foram vítimas de violência por parte do proprietário. O ato foi justificado porque o proprietário é detentor de títulos de domínio violados de nulidade por pretensão de requisição legal.

HOJE NO 12... 17:00 SALTO À AVENTURA 18:00 A PRÓXIMA ATRAÇÃO

SOM LIVRE HOJE AS 21 HRS!

O presidente Richard Nixon reuniu-se ontem com o diretor do "Peace Corps", Joseph H. Blatchford, Nixon apontou Blatchford para chefe da agência "Action", que está sendo submetida à apreciação do Congresso. — (Radiofoto UPI)

ANEXO 6 - EXEMPLO DE PÁGINA INTERNA ANALISADA

GAZETA DO POVO

Curitiba, Terça-Feira, 30 de Março de 1971

PLANO CENTRAL



No assembly de Curitiba, ontem, o prefeito Jaime Lerner anunciou a elaboração de um plano de emergência para a área central da cidade.

Trabalho marca 7 anos de Revolução

Compartilhando as determinações do Presidente Emílio Garrastizusa Médici para o 7.º aniversário da Revolução de 31 de março, o governador Paulo Batistoni Brasileiro deu uma jornada de oito horas de trabalho à Quarta-Feira em Curitiba. A distribuição na Capital e em uma das unidades da Zona Industrial, a diversos setores como a produção das unidades de trabalho e a manutenção de serviços, repõe os trabalhos, planos, execução de projetos, planejamento, recuperação nos parques industriais, recuperação da área de serviços e quaisquer outros serviços. Os Grupos Especiais que foram indicados pelo QG para serem coordenados pelo L-70 RI são os seguintes: Grupo Especial Trabalho Curto, do Beneficente; Grupo Especial Manutenção da Sítio, na Via Andrade; Grupo Especial Manutenção da Prefeitura; Grupo Especial Manutenção da Sítio, na Via Thales; e Grupo Especial Defesa Brônica do Município Militar, na Via São Pedro no Beneficente.

Na e 22 de maio de 1970 - 105, incluindo no Beneficente, reuniões as determinações do Quartel Geral para a recuperação do Patrimônio Social da Indústria em São João do Pinhal. Essa reunião foi realizada em Curitiba, no dia 22 de maio, sendo feita uma reunião de trabalho de recuperação em uma zona de vídeo, reparação das instalações elétricas e hidráulicas e outros serviços preliminares. Segundo relatório do L-70 RI, a obra foi concluída com uma estrutura no Patrimônio Social da Indústria e a planta total das instalações. Mais de trezentos soldados serão mobilizados durante o dia 21 para todos os serviços.

As demais unidades da Indústria em Curitiba também há reuniões as suas tarefas para o dia 21. Além da recuperação das áreas de serviços e projetos, e outros trabalhos as unidades também atenderão as hospitais, casas de saúde e outras entidades beneficentes.

Reajustados sete produtos: CADEP

Sete produtos da Itisa CADEP tiveram os seus preços reajustados, entre os produtos do Conselho de Administração e produtos. Foram reajustados os preços do café (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro). O preço do café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro). O preço do café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro).

OS FERREZ

Justificando os reajustes, os empresários de comércio varejista demonstram preocupação com a situação econômica da indústria e comércio. Foram reajustados os preços do café (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro). O preço do café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro). O preço do café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro) e o café de alta qualidade (100 em julho - 100 em setembro).

Marcos Prado fala das medidas que vai adotar

O Departamento de Trabalho, em sua reunião que vai controlar, pretende desenvolver um plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade. O plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade. O plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade. O plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade.

Autarquia melhora DETRAN

Para o governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

OPINIÕES

Falando sobre um dia de greve que não longo permaneceu a Frente da Escrita do DETRAN, o membro Adolfo Ribero diz que a greve foi uma medida necessária para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

DEMORA UM POUCO



Deixar mais tempo necessário para se ajustar a transferência do Museu Paranaense.

Lerner aplicará um plano de emergência à Curitiba

Com todos os repartições públicas funcionando em regime normal, o governador Paulo Batistoni Brasileiro deu uma jornada de oito horas de trabalho à Quarta-Feira em Curitiba. A distribuição na Capital e em uma das unidades da Zona Industrial, a diversos setores como a produção das unidades de trabalho e a manutenção de serviços, repõe os trabalhos, planos, execução de projetos, planejamento, recuperação nos parques industriais, recuperação da área de serviços e quaisquer outros serviços. Os Grupos Especiais que foram indicados pelo QG para serem coordenados pelo L-70 RI são os seguintes: Grupo Especial Trabalho Curto, do Beneficente; Grupo Especial Manutenção da Sítio, na Via Andrade; Grupo Especial Manutenção da Prefeitura; Grupo Especial Manutenção da Sítio, na Via Thales; e Grupo Especial Defesa Brônica do Município Militar, na Via São Pedro no Beneficente.

PRETO DE TRABALHO

O prefeito Jaime Lerner anunciou a elaboração de um plano de emergência para a área central da cidade. O plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade. O plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade. O plano de trabalho a curto prazo, em Curitiba, para a área central da cidade.

PLANALMENTE

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

SEC diz que sai logo o pagamento de professores

O secretário de Educação e Cultura, Carlos Roberto de Souza, afirmou que o pagamento dos professores da rede estadual de ensino será realizado em breve. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NOVO MUSEU

O edifício do Museu Paranaense, de 13 de maio, para a Praça Getúlio Vargas, será entregue em breve. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NOVA SEDE DO MUSEU fica pronta dentro de 60 dias

A transferência do Museu Paranaense da rua 13 de maio para a Praça Getúlio Vargas, será entregue em breve. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NOVO MUSEU

O edifício do Museu Paranaense, de 13 de maio, para a Praça Getúlio Vargas, será entregue em breve. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

Prim

Com todos os repartições públicas funcionando em regime normal, o governador Paulo Batistoni Brasileiro deu uma jornada de oito horas de trabalho à Quarta-Feira em Curitiba. A distribuição na Capital e em uma das unidades da Zona Industrial, a diversos setores como a produção das unidades de trabalho e a manutenção de serviços, repõe os trabalhos, planos, execução de projetos, planejamento, recuperação nos parques industriais, recuperação da área de serviços e quaisquer outros serviços. Os Grupos Especiais que foram indicados pelo QG para serem coordenados pelo L-70 RI são os seguintes: Grupo Especial Trabalho Curto, do Beneficente; Grupo Especial Manutenção da Sítio, na Via Andrade; Grupo Especial Manutenção da Prefeitura; Grupo Especial Manutenção da Sítio, na Via Thales; e Grupo Especial Defesa Brônica do Município Militar, na Via São Pedro no Beneficente.

Resun

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NO

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NO

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NO

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NO

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NO

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.

NO

O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços. O governador Adolfo Ribero, ex-diretor do DETRAN, a autonomia administrativa e financeira do órgão é fundamental para a melhoria dos serviços.