

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MILIAN CERCAL DALDEGAN

**MÍDIA E POLÍTICA:
UM ESTUDO SOBRE O PREFEITO JAIME LERNER NAS PRIMEIRAS PÁGINAS
DA GAZETA DO POVO EM DOIS PERÍODOS DISTINTOS (1971-1975 E 1989-
1992)**

**CURITIBA
2009**

MILIAN CERCAL DALDEGAN

**MÍDIA E POLÍTICA:
UM ESTUDO SOBRE O PREFEITO JAIME LERNER NAS PRIMEIRAS PÁGINAS
DA GAZETA DO POVO EM DOIS PERÍODOS DISTINTOS (1971-1975 E 1989-
1992)**

Monografia apresentada à disciplina de Metodologia de Pesquisa como requisito para obtenção do título de Especialista em Sociologia Política, no Curso de Pós-Graduação em Sociologia Política, Departamento de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi

**CURITIBA
2009**

RESUMO

Este estudo propõe uma análise da cobertura feita pelo jornal Gazeta do Povo, a partir de suas primeiras páginas, a respeito da imagem do prefeito Jaime Lerner, tomando como referência seu primeiro (1971 a 1975) e terceiro mandato (1989 a 1992), ocorridos durante dois períodos importantes da história política do país, ditadura militar e democracia. A pesquisa está relacionada aos critérios de noticiabilidade e à Teoria da Ação Política. A proposta é a de, dentro do contexto, traçar um paralelo entre os dois períodos, verificar diferenças ou igualdades de tratamento das notícias e verificar como a mídia cooperou no processo de construção da imagem do político em questão. Para isto é necessário explicar os conceitos teóricos abordados, fazer um breve relato histórico e, através de pesquisa de campo, buscar subsídios para mostrar o papel da mídia na construção da imagem de uma liderança política em momentos distintos.

Palavras-chave: política, imagem, noticiabilidade, Jaime Lerner.

ABSTRACT

This study proposes an analysis of coverage by the newspaper Gazeta do Povo, in its first pages, about the image of Mayor Jaime Lerner, by reference to the first and third term, which occurred during two major periods of the country's political history, military dictatorship and democracy. The research is related to the criterion of news and evaluated according to the Theory of Political Action. The proposal is to, within the context, draw a parallel between the two periods, to verify differences or equality of treatment of the news and check how the media cooperated in the process of building the image of the politician in question. For this it is necessary to explain the theoretical concepts discussed, do a brief history and report, through field research, seek subsidies to show the important role of media in constructing an image.

Keywords: policy, image, news, Jaime Lerner.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	05
2. TEORIAS.....	06
2.1. VALOR-NOTÍCIA.....	06
2.2. TEORIA DA AÇÃO POLÍTICA.....	09
2.2.1. COMUNICAÇÃO, POLÍTICA, DITADURA E DEMOCRACIA	10
3. PERSONAGEM DESTE ESTUDO.....	11
3.1. JAIME LERNER: UM BREVE RELATO.....	11
3.1.1. LERNER E O PERÍODO DEMOCRÁTICO.....	12
3.1.2. O PREFEITO E SEU AMOR POR CURITIBA.....	13
3.2. A GAZETA DO POVO.....	14
4. ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	15
4.1. FORMATO.....	19
4.2. ABRANGÊNCIA.....	21
4.3. TEMAS.....	22
4.4. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE.....	25
5. CONCLUSÃO.....	28
6. REFERÊNCIAS.....	29

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é avaliar a cobertura feita pelo jornal Gazeta do Povo de assuntos relacionados ao prefeito Jaime Lerner durante a ditadura militar e a democracia em dois períodos distintos da política nacional. Pretende-se verificar como foi o tratamento dado pelo veículo às aparições do líder político nesses dois momentos. As principais questões a serem analisadas são: de que forma o tema Jaime Lerner foi abordado pelo jornal e reportado nas primeiras páginas do periódico? Como o veículo abordou o tema nos dois períodos políticos? Houve mudança no tratamento das notícias no período ditatorial (1971 a 1975) em relação ao democrático (1989 a 1992)? Tal contexto foi utilizado como um dos pontos que tratam do papel da mídia na construção de uma imagem. Para tanto foram utilizados alguns conceitos como o de valor-notícia, ou critério de noticiabilidade, e o da Teoria da Ação Política. Essas definições teóricas aparecem como parte da justificativa e conclusão deste estudo.

Para este trabalho foi realizada uma pesquisa com as capas do jornal Gazeta do Povo, no período de março de 1971 a março de 1975, referente ao primeiro mandato a prefeito de Jaime Lerner; e de janeiro de 1989 a dezembro de 1992, terceiro mandato a prefeito de Lerner. Foram verificadas todas as entradas de primeira página que abordavam o nome Jaime Lerner. A Gazeta do Povo foi tomada como fonte de pesquisa por ser o jornal mais antigo e de maior circulação e por fazer parte de um forte grupo de comunicação, a Rede Paranaense de Comunicação, mantenedora de afiliadas da Rede Globo dentro do estado. O estudo das primeiras páginas do jornal diz respeito ao 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. Além disso, notícias de capa geram interesse no público pelo fato de ficarem expostas ao público. A partir desse ponto foi possível avaliar a questão do valor notícia ou critérios de noticiabilidade.

A escolha da figura de Jaime Lerner deve-se à forma como se deu sua caminhada política e como sua representatividade foi ganhando espaço e tomando corpo nos períodos em que foi prefeito de Curitiba. Transcorreu, mesmo depois de ter deixado a prefeitura em seu último mandato (1992), através de seus sucessores,

Rafael Grega de Macedo e Cassio Taniguchi. Em alguns momentos da pesquisa, é possível relacionar a figura do prefeito à própria imagem da cidade. O forte apelo à imagem de Curitiba como cidade modelo, deu-se através de um processo de urbanização, iniciado com a implantação de um novo Plano Diretor em Curitiba, na década de 1970. O carro chefe da “Era Lerner”, sempre foi o plano urbanístico para a cidade, por exemplo, o processo de transformação da capital paranaense em cidade de ótima infraestrutura e qualidade de vida.

Neste contexto, pode-se identificar a participação da mídia na afirmação de tais perspectivas. E no que diz respeito a isso, avaliar, através de estudos bibliográficos, que a mídia transmite sua mensagem, incutindo estímulos no público, que muitas vezes toma a notícia transmitida como verdade. O trabalho está dividido em três tópicos: o primeiro aborda as teorias utilizadas na construção da hipótese; o segundo mostra um breve histórico a respeito de Jaime Lerner e do jornal Gazeta do Povo, “personagens” deste estudo; o terceiro apresenta a pesquisa e seus resultados. O desenvolvimento deste trabalho tem a contribuir com os estudos no campo da ciência política e da sociologia, por tratar do papel da mídia enquanto espaço de veiculação de imagem e por ser um recurso cada vez mais usado como propaganda institucional.

2. TEORIAS

O trabalho aborda o processo de construção de uma imagem pública através dos conteúdos veiculados pela mídia. No caso, o presente estudo é sobre como a mídia local, representada pelo jornal Gazeta do Povo, abordou em suas capas, em dois períodos definidos (1971-1975/1988-1992), a imagem do político Jaime Lerner, prefeito por três vezes em Curitiba. Nesse contexto, o que vai ser discutido é a relação do valor-notícia e a possível influência política no processo de construção das notícias, que caracteriza a Teoria da Ação Política.

2.1. VALOR – NOTÍCIA

Valor-notícia pode ser considerado como o valor jornalístico que cabe a determinado assunto, fato ou acontecimento para que seja noticiado. Enfim, é a importância que tem tal fato para que seja veiculado. Esses assuntos são classificados através de alguns critérios relevantes à escolha dos mesmos, e que podem ser chamados de critérios de noticiabilidade. Traquina classifica os critérios de noticiabilidade como “o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia...” (TRAQUINA, 2005, p.63).

[...] noticiabilidade como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, p.97).

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 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 dizer que todos esses pontos caminham juntos e podem interferir no valor que venha a ter um fato.

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 idiossincrasias de um jornalista, (b) um pendor social, sobretudo organizacional (por exemplo, relacionado com a postura social da organização noticiosa, como a interrelação 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).

Quais assuntos merecem passar por um tratamento, transformarem-se em notícias e serem incluídos nas páginas, ou mais ainda, nas capas dos jornais? Como atribuir características aos fatos e avaliar o que pode ou não ser veiculado? Os estudos acerca dos critérios de noticiabilidade elencam uma série de características que ajudam a avaliar a importância do fato a ser noticiado. E tais características não são os únicos fatores que determinam a entrada de notícias nos jornais. Traquina 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).

Mas esses critérios não são únicos. Podem servir de parâmetro para outros estudos como ocorreu com outros estudiosos. Como já foi explicado, 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.

Wolf (1987), 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 *medium*, critérios relativos ao público e critérios relativos à concorrência. (SOUSA, 2009).

TRAQUINA (2005) apresenta, oportunamente a este estudo, o ponto de vista de Mauro Wolf, que separou os valores-notícia em dois grupos, que ele chamou de valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção, não referenciados anteriormente por outros estudiosos. Os valores de seleção segundo WOLF, citado por TRAQUINA (2005, p.78), são critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos. E estão divididos em dois subgrupos: critérios substantivos e critérios contextuais. Já os valores de construção são, como o próprio nome já diz, criados ou construídos, e seus critérios que fazem com que as notícias sejam notadas e consumidas pelos leitores. São eles: amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância.

O referencial, abordado anteriormente, serviu como base na elaboração de critérios para o estudo referente às capas da Gazeta do Povo. No capítulo relativo à análise do conteúdo, pode-se verificar quais foram eles e o seu grau de utilização. 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 vai 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, outros fatores podem influenciar sua veiculação, conforme já citado, a política editorial do veículo e a influência ideológica ou política, como diz a Teoria da Ação Política.

Para Marcondes Filho, 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 (MARCONDES FILHO, 1989, p. 13).

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.

2.2. TEORIA DA AÇÃO POLÍTICA

A Teoria da Ação Política pressupõe que as notícias são fruto 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.

Embora observe-se 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. (MARCONDES FILHO, 1989, p. 22).

Dentro da Teoria da Ação Política, existe a divisão do conceito em duas vertentes: a teoria da ação política de direita, onde é o Estado que determina as notícias; e a teoria da ação política de esquerda, que são determinadas pelos interesses ideológicos capitalistas.

Nas teorias de ação política, os mídia noticiosos são vistos de uma forma instrumentalista, isto é, servem objetivamente a certos interesses políticos: na versão de esquerda os mídia noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita, servem como instrumentos que põem em causa 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. E o que vem a ser indagado é a questão da parcialidade política dos jornalistas.

2.2.1. COMUNICAÇÃO, POLÍTICA, DITADURA E DEMOCRACIA

Tomando como análise a Teoria da Ação Política, em que a mídia, através 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 semelhantes.” 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, o jornalismo é uma maneira de se transmitir algumas posições como verdade:

O jornalismo, via de regra, atua junto com grandes forças econômicas e sociais: um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho. 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 (MARCONDES FILHO, 1989, p.11).

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.

3. PERSONAGEM DESTE ESTUDO

Para a abordagem deste trabalho, é necessário conhecer o contexto histórico e o personagem analisado. Primeiramente verificar como se deu a caminhada política de Jaime Lerner e qual a história do principal jornal do Paraná.

3.1. JAIME LERNER: UM BREVE RELATO

Em 1971, já filiado à Aliança Renovadora Nacional (ARENA), Jaime Lerner foi nomeado, pela primeira vez, prefeito da cidade de Curitiba pelo governador Haroldo Leão Peres durante o regime militar. As ideias inovadoras do arquiteto e urbanista que havia participado da implantação do Plano Diretor para Curitiba fizeram com que Lerner caminhasse rumo à construção de uma sólida carreira política e, conseqüentemente, à solidificação de imagem pública, marcando fortemente também a própria história da política municipal.

A escolha do novo prefeito para o período de 1971-1975 provocou a quebra da inércia referida anteriormente. O novo titular era ex-diretor-presidente do IPPUC, ex-membro do grupo de acompanhamento da Serete e, conseqüentemente, totalmente identificado com o plano e o propósito de implementá-lo. Usando da posição obtida, ele imediatamente nomeou para todas as funções relevantes na administração os seus companheiros do IPPUC. Dessa forma eles assumiram os postos-chave do poder público e, por extensão, compuseram maciçamente os lugares do Conselho Deliberativo do IPPUC. Seu nome: Jaime Lerner (OLIVEIRA, 2000, p. 100).

E o que fez de Jaime Lerner esta figura importante no cenário político paranaense e brasileiro? Até que ponto sua característica de urbanista fez dele o homem público de hoje, impetrando ações políticas no município e também no Estado?

Na verdade, deve-se reconhecer que, ao optar pela atuação profissional, especializada em planejamento urbano, dentro de um mercado relativamente acanhado como o paranaense, Jaime Lerner tenderia naturalmente a divisar como única possibilidade de ascensão a de se transformar de acessor e dirigente de um instituto de planejamento urbano em alto executivo do setor público, começando pelo cargo de Prefeito (DÓRIA, 2001, p.28).

Uma das características políticas de Lerner, segundo DÓRIA (2001), é a sua origem na burocracia estatal não carregando tradição partidária. Posto isto que

Lerner começou sua trajetória como profissional do setor público. Era arquiteto e integrou inicialmente a Assessoria de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (APPUC), mais tarde transformada em instituto o IPPUC, onde Lerner ainda atuava. “Na conjuntura política brasileira, a partir de meados dos anos 1960 o autoritarismo teve como uma de suas faces, justamente, a valorização dos técnicos e a sua consequente colocação em postos antes considerados de natureza política, tal como o de prefeito das capitais dos estados.”(DÓRIA, 2001). Ainda segundo o autor, Lerner só foi “transmudar-se em político”, após o seu segundo mandato, ainda em regime ditatorial, no período de 1979 a 1983.

3.1.1. LERNER E O PERÍODO DEMOCRÁTICO

Mesmo tendo sido prefeito por duas vezes durante o período militar, Jaime Lerner perde para Roberto Requião sua primeira tentativa de se eleger prefeito depois do período da ditadura militar. Segundo REHBEIN (2004), mesmo depois de Lerner ter conseguido prestígio nacional e internacional, não conseguiu derrotar seu adversário, “o PMDB de Requião é o partido da situação pós Regime Militar” (p. 26). Mas em 1988, 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 conhece para uma capital. Atualmente esta marca foi superada pelo atual prefeito Beto Richa que obteve 77% dos votos em primeiro turno.

Aproveitando-se do desgaste pelo qual passava o PMDB, na época, Lerner fez campanha usando como lema o amor por Curitiba, abordando também temas como moradia e ecologia. Como diz REHBEIN (2004), “Lerner não recebeu sua votação em forma de voto protesto contra o governo do PMDB, embora houvesse a rejeição ao partido governista, Lerner apresentou-se como uma alternativa, de última hora, favorável e esperada” (p. 33).

Em busca das razões do voto, apresenta-se as seguintes sugestões de hipóteses dos fatores que motivaram o eleitor a mudar, o desgaste do PMDB (rejeição), em função do difícil recomeço da democracia; a candidatura de Lerner, com efeitos interventivo emotivador, causou impacto estratégico resultando na expectativa no eleitorado (com enfoque emocional); a avaliação de desempenho do candidato Lerner nas administrações anteriores, e a avaliação da capacidade do candidato, que está diretamente associada ao perfil técnico (engenheiro, arquiteto e urbanista), que viria de encontro com as expectativas do eleitorado que nutria forte rejeição aos políticos (REHBEIN, 2004).

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. O uso da mídia como canal direto com o curitibano, assunto do qual tratamos neste trabalho, fez com que a imagem do político e da cidade se tornasse sólida e referencial.

3.1.2. O PREFEITO E SEU AMOR POR CURITIBA

Por três mandatos Lerner fez de Curitiba sua obra-prima, e deixou seu legado a ser seguido ininterruptamente, através de seus sucessores Rafael Greca de Macedo, seguido de Cassio Taniguchi, que foi prefeito por dois mandatos consecutivos.

O êxito enquanto gestor dos negócios municipais também credenciou Jaime Lerner como administrador, proporcionando-lhe rendimentos políticos – não apenas o planejamento urbano. O prestígio adquirido decorre de toda a gestão em seu conjunto, apresentando-se como um capital político produtor de sucessos eleitorais, tanto de Lerner como de dois outros membros de seu grupo: os engenheiros Rafael Greca de Macedo e Cássio Taniguchi (DÓRIA, 2001, p. 36).

Desde que assumiu a prefeitura da capital paranaense, Lerner tinha como meta transformar a cidade com ideias e projetos inovadores e foi compondo a cidade que todo o Brasil conhece por sua infraestrutura, meio ambiente e transporte. Da primeira rua do país fechada para pedestres, a Rua XV, passando pelas linhas de ônibus Expresso, Ligeirinho e Ligeirão (Biarticulado) e construções como Jardim Botânico e Ópera de Arame, tudo foi projetado para que Curitiba fosse uma capital modelo.

Essas transformações, muito mais do que assegurarem um patamar à cidade, consolidaram a imagem do político, que iniciou sua carreira política galgado em uma base tecnicista e no decorrer dos anos foi adquirindo engajamento político, construindo bases sólidas e que garantiram a continuidade de suas obras de planejamento, como se fosse uma marca, aceita por todos e que hoje só continua sendo aprimorada.

O planejamento urbanístico consiste numa peça de um todo: gestão da Prefeitura de Curitiba, consubstanciada num conjunto de ações político-administrativas, compreendendo uma diversificada gama de serviços e obras, que ensejaram as bases concretas para consolidar o conceito das

gestões de Jaime Lerner junto aos munícipes e aos eleitores (DÓRIA, 2001, p. 36).

Hoje, o que se pode observar no governo de Beto Richa, já em seu segundo mandato, e que não se denomina aliado político de Lerner, é que os caminhos para a construção de uma Curitiba cada vez mais desenvolvida ainda permanecem.

Para 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).

A contínua obstinação em construir uma cidade cada vez mais desenvolvida, para os padrões brasileiros, continua sendo artifício para o governo atual, e quem sabe continuará sendo para os próximos.

3.2. A GAZETA DO POVO

Em 1919, Benjamim Lins fundou o primeiro veículo de comunicação de Curitiba, a Gazeta do Povo. Somente em 1924 que o rádio chegou à cidade. Exatamente no dia 20 de janeiro de 1919, o criador do jornal anunciou aos 40 mil habitantes de Curitiba que seria criado tal jornal. “Renderei Graças a Deus, se conseguir dar aos leitores informações exatas sobre os acontecimentos do nosso estado e do nosso País, se puder conservar a linha de independência e imparcialidade de que me tracei” (GAZETA DO POVO, 1999, p.3- Adaptado).

Francisco Cunha Pereira Filho, assumiu o comando do Jornal no ano de 1962, junto de seu sócio Edmundo Lemanski, data em que o jornal começou a passar por uma série de inovações: a chegada do *Off-set* em 1972 – inclusive o jornal foi o segundo no país a ter este tipo de equipamento; em 1973 foram instalados seus 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).

O jornal admite uma postura de imparcialidade, política ou economicamente falando. Neste caso em particular, a Gazeta sempre quis se mostrar um veículo desvinculado de qualquer linha política ou ideológica.

O primeiro número da “Gazeta do Povo” circulou com seis páginas e com quase 40% do espaço ocupado por publicidades. Apesar do que dizia o manifesto de lançamento, a edição incluiu um texto de primeira página que defendia enfaticamente a candidatura de Ruy Barbosa à Presidência da República: “...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, 2009).

A Gazeta é um jornal diário, e conta com uma tiragem de 50 mil exemplares durante a semana e 91 mil exemplares aos domingos, em média. O jornal, com 90 anos, hoje possui 500 mil leitores, sendo 325 mil leitores exclusivos.

No período de 1971-1975, o número de páginas variava entre 28 e 44 páginas, durante a semana, e aos domingos chegava a aproximadamente 80 páginas. No período de 1989-1992, o número de páginas variava entre 32 e 66 páginas durante a semana e aos domingos chegava a até 200 páginas, devido ao número de cadernos e aos classificados.

4. ANÁLISE DE CONTEÚDO

A análise foi limitada às entradas de capa, do jornal Gazeta do Povo, devido ao forte apelo que a primeira página oferece ao leitor. Foram analisadas aproximadamente 3000 capas, reunindo os períodos de 1971-1975 e 1988-1992, primeiro e último mandatos de Jaime Lerner frente à prefeitura de Curitiba.

Os assuntos selecionados fazem abordagem à figura do prefeito e sua administração, assim como fazem menção à cidade – assuntos pertinentes ao desenvolvimento da cidade e à organização política da mesma.

A escolha pela análise do conteúdo das primeiras páginas foi feita devido ao forte apelo que oferecem ao leitor. 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, que cabe a qualquer meio de comunicação. O que está sendo avaliado é a forma com que foi veiculada a imagem do prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, nas primeiras páginas pelo jornal em questão e como configurou-se esta abordagem em períodos tão distintos da política nacional. Algumas questões permeiam este estudo, como por exemplo: Ocorreram mudanças nas abordagens do assunto nos dois períodos? Foi percebido algum tipo de influência política para com o veículo?

O método utilizado foi de análise de conteúdo sobre as entradas de capa que citassem o prefeito Jaime Lerner, avaliando os critérios de noticiabilidade. Entende-se aqui como entrada de capa o que se refere aos seguintes elementos: manchete; chamada para texto informativo, com ou sem foto; chamada para texto opinativo, com ou sem foto; fotolegenda informativa ou opinativa; nota de capa, informativa ou opinativa; avisos.

As capas foram pesquisadas conforme metodologias de análise de conteúdo já utilizadas no Brasil e também fora do país, reunidas em um livro de códigos, adaptado para esta pesquisa. Através do livro de códigos foi possível reconhecer os dados a serem coletados e separar as variáveis, que são os objetos dessa análise: número de entradas, formato, posicionamento, centimetragem, abrangência, temas, elemento selecionador – o valor-notícia. De modo geral, durante o processo de verificação e análise das capas, pode-se perceber pouca diferença de tratamento das entradas e no formato do veículo em questão. Com relação aos dois períodos políticos em questão – ditadura militar e democracia– o que pode ser observado é que o número de entradas de capas, assuntos referentes ao prefeito Jaime Lerner e à prefeitura, é muito próximo – no primeiro período obteve-se uma 267 entradas contra 259 do segundo período.

É possível afirmar que a imagem do prefeito se desenvolve junto da imagem que a cidade de Curitiba tem, pois o trabalho feito por Lerner em suas administrações sempre teve direcionamento para o plano de urbanização da cidade. Nesse ponto não é possível abandonar a relação dos acontecimentos relacionados à prefeitura, ao que foi realizado no quesito urbanização, fato que é característica marcante do político Lerner, pois sua carreira política se deu face ao andamento de seus projetos, tendo sequência através dos mandatos de seus sucessores, o que foi construído a partir da expansão do urbanismo na cidade.

Assim que iniciou como prefeito, em seu primeiro mandato, a cidade era noticiada dessa forma: “Curitiba comemora mais um aniversário e o registro marca também o seu crescimento vertiginoso. É uma cidade moderna e cheia de problemas que a municipalidade terá que enfrentá-lo como resultado do progresso” (GAZETA DO POVO, 1971, p.1). O que pode ser verificado durante a análise, foi uma evolução gradual na forma como os assuntos ligados à figura do prefeito Jaime Lerner e a urbanização da cidade foram abordados:

Tabela 1 – Exemplos de entradas de notícias no primeiro período da análise

Tipo de entrada	Data	Título	Legenda
foto-legenda	27/06/1971	Projeto Avançado	A avenida Estrutural Norte é meta prioritária da Prefeitura e faz parte do futuro sistema viário de Curitiba. É programa para desafogar o tráfego no centro.
foto-legenda	07/01/1972	Fim de drama	Dentro de 90 dias a Prefeitura iniciará a construção do viaduto da Marechal Floriano, sobre a BR-116. Será o final de um longo drama do curitibano.
foto-legenda	22/09/1972	Campanha da árvore	O prefeito Jaime Lerner presidiu ontem a solenidade de lançamento da campanha "Dê uma árvore a sua cidade".

Fonte: Gazeta do Povo

O que é possível perceber, num primeiro momento e de modo geral, é que nesse primeiro mandato há uma tendência a entradas de capa que tratem do desenvolvimento da cidade, obras de infraestrutura, o que continua a aparecer no decorrer dos demais períodos. A imagem de Lerner vai se delineando numa relação do político com o urbanista, e ainda se relacionando ao desenvolvimento da cidade:

Tabela 2 - Exemplos de entradas de notícias no primeiro período da análise

Tipo de entrada	Data	Título	Legenda
foto-legenda	17/01/1973	Argumentos fortes	Muitas indústrias, comércio, vida independente, são alguns argumentos a serem levados hoje ao Prefeito Jaime Lerner para a constituição de uma subprefeitura no bairro do Portão.
foto-legenda	22/02/74	Por pouco tempo	Dentro de pouco tempo, este cenário da Praça Rui Barbosa dará lugar ao maior terminal de transporte da cidade.
foto-legenda	06/03/75	CIC, agora realidade	Emilio Gomes e Jaime Lerner desatam a fita simbólica, inaugurando a Cidade Industrial de Curitiba.

Fonte: Gazeta do Povo

Avaliando o segundo período da pesquisa, o do terceiro mandato de Lerner, o que se pode perceber é a figuração de uma nova fase no Brasil, e que consequentemente vem influenciar alguns fatores da administração local, como na economia, aumento de preços e custo de vida, mas que não ofuscam a maneira como foi abordada a administração de Lerner. Também é possível observar que nesse período o que mais configura nas páginas do jornal é a evolução urbanística da cidade, como abordagem de propaganda, caminhando por pontos cruciais à administração do prefeito. Pode-se até arriscar dizer que, nesse período que representa o último mandato de Jaime Lerner, o que configura nas capas analisadas é que a imagem do prefeito já toma certa independência frente à imagem da cidade.

Tabela 3 - Exemplos de entradas de notícias no segundo período da análise

Tipo de entrada	Data	Título ou conteúdo
foto-legenda	06/06/1989	Curitibanos vão andar de Ligeirinho
foto-legenda	14/10/1989	As passagens de ônibus aumentam para NCz\$ 1,00
foto-legenda	24/05/1990	Lerner anuncia reajuste de 20% para servidores
foto-legenda	19/07/1990	Lerner da 15% ao servidor
foto-legenda	14/10/1990	Estações tubo vão começar a ser instaladas em Curitiba.
chamada	16/06/1991	Lerner inaugura segunda linha do sistema de ônibus do Ligeirinho e anuncia que vai a Justiça contra
chamada	14/07/1991	Curitibanos já podem trocar lixos por hortifrutigranjeiros
chamada	16/02/1992	Ônibus biarticulado entra em circulação até o fim de março
chamada	01/03/1992	Ônibus Ligeirinho vai circular na cidade de Nova Iorque
nota de capa	04/07/1992	Passagens de ônibus sobem para Cr\$ 1.300
nota de capa	20/12/1992	Biarticulado é inaugurado pelo prefeito

Fonte: Gazeta do Povo

De modo geral, deve-se levar em conta que foram tomadas como referência as entradas que traziam o nome Jaime Lerner e entradas referidas à cidade de Curitiba, com assuntos relevantes à administração pública. A partir dessa relação é possível contextualizar a administração do prefeito e conseqüentemente a construção de sua imagem como homem público.

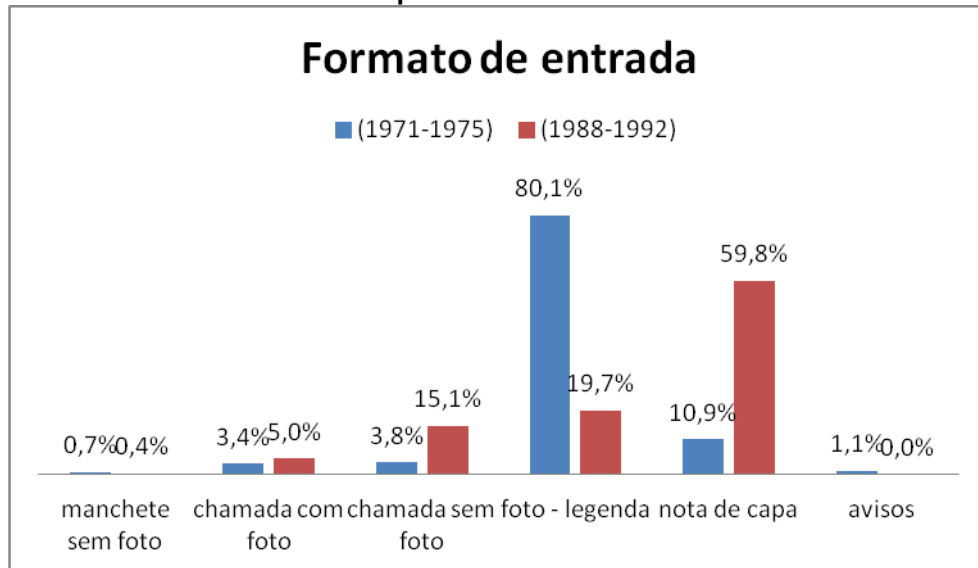
4.1. FORMATO

O que pode ser percebido, neste estudo, foi uma mudança no formato de como as entradas se deram nos períodos analisados, para o primeiro mandato, o que prevalecia eram as entradas em formato de foto-legenda, neste caso serviam de chamada para matérias, perfazendo 68,2% das entradas de capa, em sua maioria de conteúdo informativo.

Já no segundo mandato, a configuração das entradas se deu através do que foi chamado de “nota de capa”, assim designada por se diferenciar dos gêneros

utilizados hoje na construção da capa: chamada, manchete etc. A incidência das notas de capa foi de 59,8% das entradas, também na maioria de conteúdo informativo.

Gráfico 1 – Comparação entre formatos de entrada de notícias dos períodos analisados



Fonte: Autora

Durante o primeiro período, pode-se analisar durante a pesquisa que, mesmo o jornal tendo uma tendência a tratar dos assuntos ligados ao governo federal vigente (militar), de Emílio Garrastazu Médici, e estadual de Haroldo Leão Peres (governador itinerante), seguido de Pedro Viriato Parigot de Sousa, que faleceu no exercício do mandato, e depois seu sucessor João Mansur, notícias a respeito da administração municipal e da cidade, em geral, não perderam a importância, tanto que ocupavam espaços nas capas, junto de outros fatos relevantes.

Mesmo porque, nesse período, as características do governo de Lerner se ajustavam ao período vigente, que valorizava a ação dos técnicos, sendo o prefeito arquiteto-urbanista e ex-presidente do Instituto de Pesquisa e Planejamento de Curitiba (IPPUC), sua administração foi construída nos alicerces da burocracia estatal.

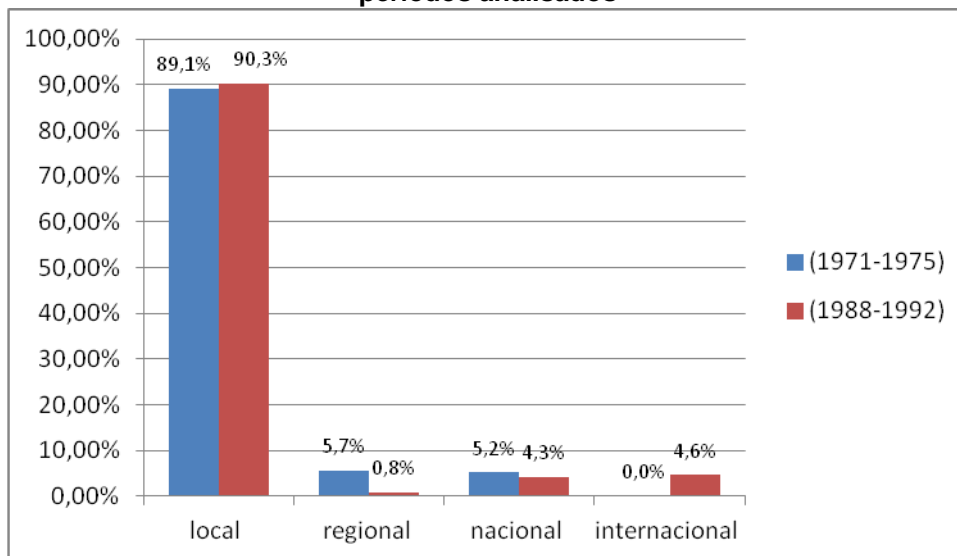
A origem política de Jaime Lerner, e de vários outros atores, é a burocracia estatal, não a partidária. Na conjuntura política brasileira, a partir de meados dos anos 1960 o autoritarismo teve como uma de suas faces, justamente, a valorização dos técnicos e a sua conseqüente colocação em postos antes considerados de natureza política, tal como o de prefeito das capitais dos Estados (DÓRIA, 2001, p.38).

No primeiro período analisado é possível reconhecer esse aspecto, o jornal enfatizava as obras, o que se enquadra no item infraestrutura, que será avaliado neste estudo.

4.2. ABRANGÊNCIA

Em sua maioria, a abrangência das entradas, para os dois períodos, foi de alcance local. No primeiro mandato, 89,1% e no segundo, 90,3%. Com relação à configuração nacional para os dois períodos há uma igualação de 5,6% de incidência, no primeiro mandato e 4,2% no segundo. Mas foi possível avaliar o aparecimento de entradas em abrangência internacional durante o segundo mandato analisado (1988-1992).

Gráfico 2 - Comparação entre a abrangência das entradas de notícias dos períodos analisados



Fonte: Autora

No período do terceiro mandato é possível perceber uma mudança na configuração das características políticas de Lerner. Um abandono das características de burocrata para a construção de uma imagem política, evidente neste período democrático.

Na presente focalização da trajetória política de Jaime Lerner, ênfase natural cabe aos êxitos em campanhas eleitorais, mediante os quais ele próprio e seus correligionários mais próximos – em sucessivas oportunidades – foram investidos como autoridade. Têm-se em mira, sobretudo, identificar os eventos e as linhas de atuação política em tela, originariamente alicerçada sobre a imagem de Jaime Lerner enquanto

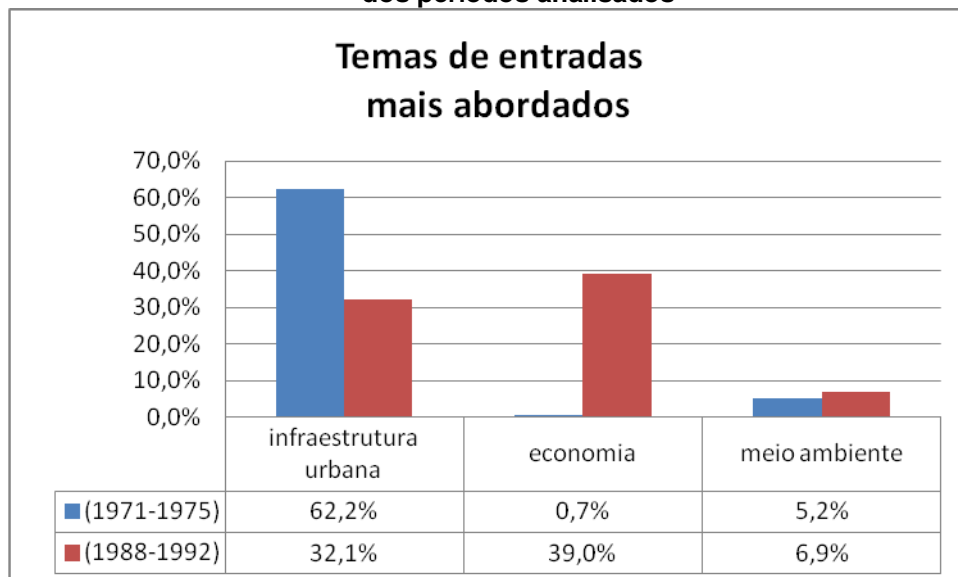
tecnoburocrata competente e com desempenhos à frente da Prefeitura de Curitiba que projetaram o seu conceito além-fronteiras do Paraná e até do Brasil (DÓRIA, 2001, p.54).

Nessa fase, a imagem de Lerner é difundida para o cenário internacional. Suas obras de urbanização em Curitiba, o transporte e também o meio ambiente, atraem a atenção para sua figura de político e urbanista, revelando também uma Curitiba um modelo de infraestrutura e boas condições de vida.

4.3. TEMAS

De modo geral os temas mais decorrentes, relacionados aos mandatos de Jaime Lerner, nos dois períodos, foram: infraestrutura, durante o período avaliado do primeiro mandato; e para o terceiro mandato, segundo período avaliado, economia e infraestrutura, seguido de outro tema que foi característico para o desenvolvimento da imagem do político, meio ambiente.

Gráfico 3 – Comparação entre os temas de entrada de notícias dos períodos analisados



Fonte: Autora

Os títulos e legendas, a seguir, extraídos das capas analisadas, ilustram bem a abordagem dos temas de entrada, primeiro mandato e terceiro mandato, respectivamente.

Tabela 4 - Exemplos de títulos e legendas referentes a entradas de notícias no período de 1971 a 1975

Tipo de entrada	Data	Título	Legenda
foto-legenda	05/11/1971	A nova Curitiba	O governador Haroldo Leon Peres, acompanhado do prefeito Jaime Lerner, inspecionou ontem as obras que dão uma nova imagem a Curitiba.
foto-legenda	30/03/1973	Mais um viaduto	O prefeito Jaime Lerner, na presença do governador João Mansur, comandantes Ayrton Tourinho e Nelson Dias de Souza Mendes, desembargador Alceste Ribas de Macedo e arcebispo D. Pedro Fedalto, entre outras autoridades, fala por ocasião da inauguração, ontem, do viaduto da Marechal Floriano.
foto-legenda	29/09/1974	Paisagem da cidade	O avanço arquitetônico e urbanístico em Curitiba tem contribuído, de forma muito especial para dar novos e mais ângulos à paisagem citadina.

Fonte: Gazeta do Povo

A partir da verificação das duas tabelas é possível ter uma ideia de quais temas foram mais recorrentes.

Tabela 5 - Exemplos de títulos referentes a entradas de notícias no período de 1989 a 1992

Tipo de entrada	Data	Título ou conteúdo
nota de capa	19/07/1990	Lerner da 15% ao servidor
nota de capa	18/08/1990	Servidores de Curitiba ganham 15%
nota de capa	16/04/1991	Ônibus Ligeirinho passa no teste e agrada os usuários
nota de capa	23/10/1991	Jaime Lerner leva estações - tubo para Nova Iorque

Fonte: Gazeta do Povo

O que é possível verificar é a diferença de avaliação dos temas que foram abordados nos dois períodos. Visivelmente, há uma tendência, no primeiro período que refere-se ao primeiro mandato, dentro do período ditatorial, a influência do sistema em tratar de assuntos que não figurassem fatos negativos ao governo militar. O que vem caracterizar um período de censura. Os fatos que mais ocorrem, como é possível observar na tabela a seguir são temas referentes à infraestrutura (característica tecnocrata, constante no período), político-institucional, seguidos de esporte, lazer a cultura.

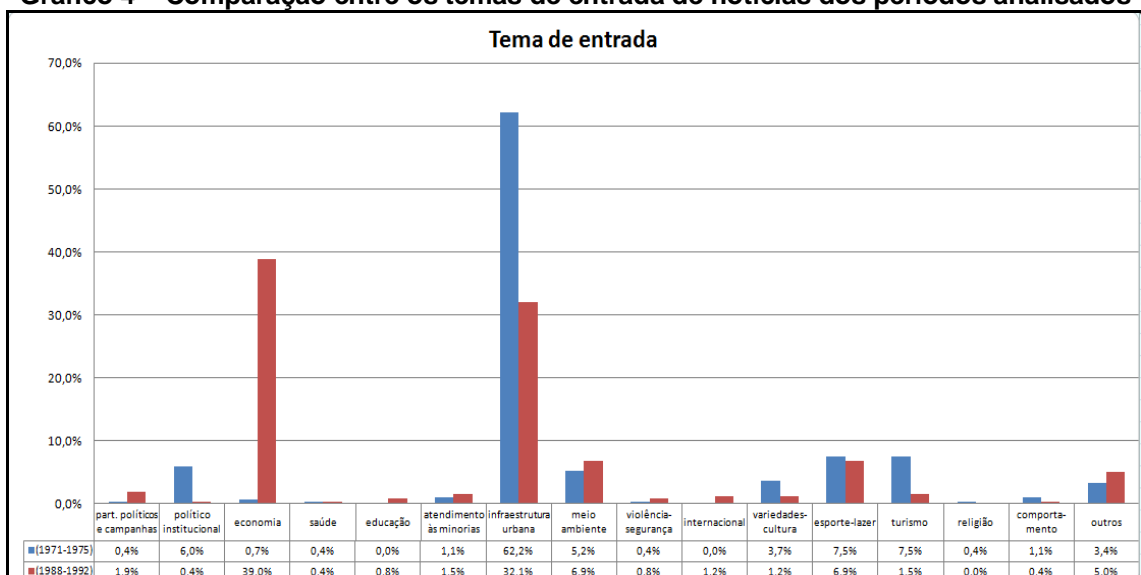
Para a segunda fase da pesquisa, no que diz respeito ao terceiro mandato, já configurando a fase de transição política, a democracia instaurada demonstra, nos

primeiros anos, a fase de reestruturação política e econômica, o que caracteriza uma fase de crise no país, nesse período é possível observar a ocorrência de temas que tratem de economia, seguido de infraestrutura, com a incidência do tema meio ambiente, seguido de esporte e lazer. Assuntos político-institucionais já não possuem tanta incidência nas entradas.

Tanto no primeiro, como no segundo período avaliados, o tema infraestrutura aparece com percentuais significativos, o que prova ser esse, o tema central no governo Jaime Lerner. Chama-se atenção, dentro do segundo período, para o tema meio ambiente, uma nova vertente que se instaura neste período e torna-se também característica de governo. O que é possível observar, que mesmo não havendo a indicação do nome Jaime Lerner na maioria dos títulos, pode-se verificar que a abordagem feita é para com a municipalidade. Mais uma vez é importante salientar que não há como separar aqui a imagem do político, do processo de organização e urbanização da cidade.

Comparando os dois períodos é possível verificar, através dos números, as diferenças abordadas acima: das 267 entradas, 166 tratam de infraestrutura, para o primeiro período, e das 259 entradas, no segundo período, 83 tratam do tema. Neste ponto pode-se verificar a configuração de outros temas que são características hoje da cidade, e que foram pontos fortes durante o mandato do prefeito Jaime Lerner.

Gráfico 4 – Comparação entre os temas de entrada de notícias dos períodos analisados



Fonte: Autora

Passando para a verificação dos dados referentes ao segundo período, ou do terceiro mandato, com relação ao tema economia, é possível perceber uma grande incidência de entradas a esse respeito, 39% tratam do assunto. A partir desse ponto, é possível observar a influência da transição política do país nesse período.

Pode-se verificar uma espécie de contraponto nessa fase, como por exemplo, na questão da economia que é o tema mais abordado no período do terceiro mandato. O país passava por uma crise econômica, e os seus reflexos apareciam figurados na economia local, com isto, em muitas das capas analisadas, é possível verificar de um lado o anúncio de aumento no valor de passagens, do custo de vida, e do outro lado, o funcionalismo público municipal era premiado com aumentos de salários.

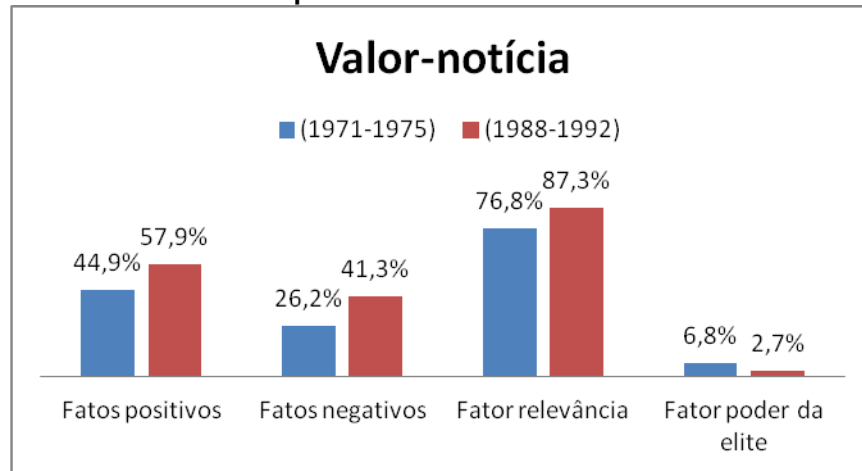
4.4. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Como já foi enunciado anteriormente, os critérios de noticiabilidade¹, são, grosso modo, elementos que determinam valores a determinados assuntos, e que caracterizam estes como notícias. Depois da análise feita das capas, nos períodos citados, pôde ser verificada uma maior ocorrência de alguns dos critérios e os resultados dos mesmos foram baseados em ausência ou presença desses critérios nas entradas avaliadas.

O gráfico abaixo demonstra apenas os resultados em relação a sua presença nas entradas das capas:

¹ Os critérios utilizados para esta pesquisa foram enunciados da seguinte maneira: *Poder de elite*: entradas que fizessem referência a disputas de poder, individual ou de instituições; *Celebridade*: entradas que fizessem referência a pessoas famosas; *Entreterimento*: entradas referentes a assuntos que não fazem parte do debate público (novela, sexo, esporte etc.) mas que despertam interesse no público; *Surpresa*: entradas de fatos surpreendentes e inesperados; *Fatos negativos*: entradas que remetem, como o próprio nome já diz, a assuntos de certo tom negativo, não satisfatório; *Fatos positivos*: entradas que remetem a assuntos de tom positivo e que despertem satisfação; *Magnitude*: entradas de fatos que são de muita importância para um grande número de pessoas; *Relevância*: entradas de assuntos relevantes ao público; *Sequência*: entradas que sofrem uma continuidade em diversos números do jornal (suíte); *Agenda da comunicação*: assuntos de interesse das próprias organizações de comunicação; *Curiosidade*: entradas de assuntos que despertam interesse no público, mas não tem uma caráter relevante

Gráfico 5 – Comparação entre os critérios de noticiabilidade nos períodos analisados



Fonte: Autora

Como é possível verificar, o fator relevância, nos dois períodos, teve o maior número de incidências. Esse critério pode ser identificado como importante, dentro do contexto de valores notícias de construção, pois causam certo tipo de impacto no leitor, despertando interesse sobre o assunto que será abordado. No caso específico deste trabalho, a abordagem gira em torno dos fatos relevantes ao interesse do público-alvo, relacionados às entradas que referem-se a imagem de Lerner e assuntos ligados à sua administração.

Observa-se também que o segundo critério mais trabalhado, e que atinge o leitor da Gazeta do Povo, são os fatores positivos, neste caso, na abordagem da imagem do prefeito e da cidade. Pode-se concluir que o veículo procurou apoiar-se em assuntos positivamente aceitos por seus leitores, o que favorece a avaliação das imagens em questão. SOUSA (2009) em um de seus estudos diz que “as notícias são histórias que resultam de um processo de construção, linguística, organizacional, social, cultural, pelo que não podem ser vistas como o espelho da realidade.” (p.5)

Com relação aos fatores negativos, observa-se no segundo período um maior número de entradas referentes a este item, mas que é facilmente explicado através do contexto político e econômico da época. Uma crise instaura-se no país depois da redemocratização do Brasil, por alguns anos estabeleceu-se um quadro econômico desfavorável a qualquer nível administrativo. No caso específico de Curitiba, a crise econômica e suas consequências não detiveram o avanço da cidade e nem a administração da cidade, que continuou a implantar novas estratégias urbanas.

A seguir, exemplos de fatos negativos e fatos positivos, respectivamente. Títulos extraídos das capas avaliadas.

Tabela 6 - Títulos referentes a fatos negativos

Data	Título ou conteúdo
14/10/1989	As passagens de ônibus aumentam para NCz\$ 1,00
23/11/1989	Transporte deverá subir esta semana
27/01/1990	Tarifa de ônibus sobe 56% e passa para Ncz\$ 5,00
07/06/1990	Alimentação aumenta 13% em Curitiba
05/04/1991	Alimentação em Curitiba sobe 10,41%
10/08/1991	Ônibus vai a Cr\$ 120 amanhã, água sobe 12%

Fonte: Gazeta do Povo

Observando as duas tabelas é possível verificar as diferenças nos dois períodos analisados.

Tabela 7 – Títulos referentes a fatos positivos

Data	Título ou conteúdo
03/05/89	Lerner propõe um reajuste de 37%
06/09/89	Curitiba: exemplo na troca de lixo por alimentação
16/09/90	Curitiba se prepara para o novo milênio
26/10/90	BR-116 vira uma avenida de Curitiba
16/04/91	Ônibus Ligeirinho passa no teste e agrada os usuários
25/09/91	Prefeitura dá teto a 30 mil famílias

Fonte: Gazeta do Povo

Nos dois períodos, pode-se observar uma figuração diferente nos processos de avaliação dos critérios de noticiabilidade. No primeiro, verificou-se a veiculação a imagem da cidade, das obras, dos projetos, das necessidades. No segundo, verifica-se a maior utilização da imagem do político (fala-se mais de Lerner), reforçando a ideia de independência da imagem do prefeito e da cidade, mesmo os dois caminhando juntos.

5. CONCLUSÃO

Relacionando dois períodos distintos da história política do Brasil e esperando diagnosticar diferenças no tratamento das notícias pelo jornal Gazeta do Povo, no que diz respeito à imagem do prefeito Jaime Lerner e sua administração, pode-se avaliar que o posicionamento do jornal, nos dois momentos, é de que a veiculação da imagem do prefeito e conseqüentemente da cidade remete a notícias que atendem aos interesses da instituição – Prefeitura -, do político e até mesmo da empresa jornalística.

Através da avaliação das entradas, em primeira página, tomadas como alicerce deste estudo, foram analisados alguns critérios de noticiabilidade, como o próprio estudo bibliográfico demonstrou ser importante para a construção da notícia e até mesmo para delinear características próprias de um veículo. Assim, foi verificado que nos períodos estudados, o veículo utilizou-se dos critérios de noticiabilidade no que diz respeito à relevância dos temas propostos. E o que se provou foi a preferência em divulgar assuntos que instigassem, no público, o interesse pela administração municipal, sem relacionar com outros critérios.

Num segundo momento, foi possível observar a necessidade de veicular assuntos relevantes, mas que fossem de caráter positivo. Até pode-se estabelecer que o jornal priorizou assuntos que despertassem interesse em seu público e que enfatizassem o fator positivo como proposta de, nesse caso em específico, evidenciar a imagem de Lerner e de sua administração. Esta conotação do valor positivo nas entradas e que evidencia a posição a favor do veículo, para com a administração, pode-se dizer que é igualmente percebido nos dois períodos avaliados, mesmo havendo diferença de abordagem política.

No primeiro momento, a ditadura, envolta na questão da dominação e da censura, tem o Estado determinando o que podia ou não ser transmitido, por esse aspecto o jornal acompanhou essa tendência, cabendo nesse ponto a vertente da Teoria da Ação Política. O segundo período é o da democracia, envolvida na reconstrução de bases políticas e sociais, podendo ser mais visível a influência do capital e jogos de interesses. A empresa jornalística não é mais “obrigada” a noticiar o que o Estado determina. Nesse momento surge a liberdade em escolher o direcionamento do que será divulgado.

Até que ponto os critérios de noticiabilidade são definidos para estabelecer um direcionamento do pensar do público? No caso específico da Gazeta do Povo o que se pode observar é a veiculação direta de assuntos que ajudem a definir a imagem do político. Em nenhum momento, nem no período abordado do primeiro mandato, como no segundo, do terceiro mandato, foi possível perceber, a veiculação de notícias que de certo modo abalasses a imagem do prefeito Jaime Lerner. Mesmo em abordagens negativas, pode-se observar, ou no mesmo número de jornal, ou na sequência dos dias, uma incidência de entradas que de alguma forma anulassem o valor negativo das notícias, como um “neutralizador”. Isto ocorreu com mais frequência no segundo período analisado.

É importante também avaliar o processo de busca de notícias pelo qual passa qualquer veículo de mídia. Os critérios de noticiabilidade vão muito além de especificidades para se coletar informações e transformá-las em notícias, chega à figura do próprio jornalista, às redações e aos interesses dos proprietários, desembocando nos interesses das instituições. Através do que foi avaliado, no estudo bibliográfico, a questão da escolha da notícia perpassa todo e qualquer critério, quando se fala em jogos de interesses. O papel deste estudo foi o de avaliar qual carga de interesse imperava sobre o jornal perante a veiculação de imagem do político em questão.

Apesar de não estar explícita esta abordagem, pode-se dizer que segundo TRAQUINA, citado por SOUSA (2009, p.4), “as notícias distorcem a realidade” e “porque os jornalistas, sem autonomia, estão sujeitos a um controle ideológico, e mesmo conspirativo, que leva os media noticiosos ao serviço da classe dominante e do poder”. Avaliar o teor das entradas de capa, e verificar que o que foi encontrado foram abordagens positivas e que despertavam interesse nos leitores, ajudou na caracterização de que o veículo em questão auxiliou no processo de construção da imagem do ator político em questão.

6. REFERÊNCIAS

BRETON, Phillipe; PROULX, Serge. **Sociologia da Comunicação**. Trad. Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002.

DALDEGAN, Milian C. **A imagem de Curitiba sob a visão da Gazeta do Povo.** Curitiba, 2002. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário Positivo.

DIAS, Heloisa. **Mídia e Política: A Cobertura de O Globo e a Eleição Municipal do Rio em 1992.** Rio de Janeiro, 1995. Dissertação (Mestrado) – Instituto Universitário do Rio de Janeiro. Disponível em:
<<http://doxa.iuperj.br/artigos/TeseMestradoHeloisaDias.pdf>> Acesso em: 13 jul. 2009.

DÓRIA, Pedro Ricardo. **Liderança, autoridade e contexto político: o caso de Jaime Lerner no Paraná (1971-2001).** Curitiba, 2001. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

GAZETA do Povo é o primeiro jornal para os paranaenses. Gazeta do Povo, Curitiba, 19 maio 2002. Caderno Paraná. p.9.

GAZETA do Povo 90 anos. Disponível em:
<<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/90anos>> Acesso em: 28 jul. 2009.
JORGE, Thaís M. **A notícia e os valores-notícia: o papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia a dia da imprensa.** Disponível em:
<http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Jorge.pdf> Acesso em: 18 jul. 2009.

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

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro.** 3.3d.rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

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

OLIVEIRA FILHA, Elza Ap. **Apontamentos sobre a história de dois jornais curitibanos: “Gazeta do Povo” e “O Estado do Paraná”.** Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1098.html>> Acesso em: 03 ago. 2009.

O PREFEITO que construiu a Cidade Brasileira do Futuro, 1998. Disponível em:
<<http://www.jaimelerner.com/materias/iframes/iframereader.asp>> Acesso em: 18 jul. 2009.

REHBEIN, Mauro Pioli. **Sociologia do comportamento eleitoral e orientação do voto nas eleições municipais de Curitiba no período da redemocratização (1985-2000).** Curitiba, 2004. Monografia (Especialização em Sociologia Política) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

ROCHA, Heitor C. L. **Habermas e a Teoria do Jornalismo: a manipulação ideológica no Jornalismo como distorção sistemática da comunicação.** Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/ec/04/pdf/04-Heitor_Rocha-

Habermas_e_a_Teoria_do_Jornalismo.pdf> Acesso em: 13 jul. 2009.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Disponível em: <<http://posjor.ufsc.br/public/docs/141.pdf>> Acesso em: 13 jul. 2009.

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

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia para estudantes de graduação**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

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

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. vol I. 2. 2d. Florianópolis: Insular, 2005.

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

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

WALTER, Bruna Maestri. Não-ruptura marca eleições em Curitiba. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 10 ago. 2008. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidapublica/conteudo.phtml?tl=1&id=795901&tit=Nao-ruptura-marca-eleicoes-em-Curitiba>> Acesso em: 28 jul. 2009.

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