

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O AGENDAMENTO TEMÁTICO REALIZADO PELO JORNAL
GAZETA DO POVO NAS REELEIÇÕES DE 2000 E 2008, EM CURITIBA.**

CURITIBA
2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

THAÍSE MENDONÇA

**ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O AGENDAMENTO TEMÁTICO REALIZADO PELO JORNAL
GAZETA DO POVO NAS REELEIÇÕES DE 2000 E 2008, EM CURITIBA.**

Trabalho de graduação apresentado à disciplina de TCC2 como requisito parcial à conclusão do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Setor Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná.

CURITIBA
2009

A Fátima, Solmara e Luciana.
E a todos que me ensinaram o valor do
inconformismo.

Agradecimentos

À família, em primeiro lugar, pelo pão, o apoio, as broncas e, principalmente, por ter tratado a minha formação profissional e humana como uma prioridade e encarado com honra e sacrifícios a difícil tarefa de educar os filhos em um país onde menos de 10% da população conclui o ensino superior.

À orientadora e amiga Luciana Panke por esses dois anos de trabalho duro e paciência dedicados a orientação dos projetos de Iniciação Científica e da monografia. Por todas as boas dicas e conselhos de vida e por ter me inculcido o gosto pela pesquisa acadêmica.

Aos bons e maus momentos vividos no Departamento de Comunicação da UFPR (DECOM), local onde mesmo as dificuldades (falta de estrutura, biblioteca, papel higiênico) me ensinaram a entender meu papel enquanto estudante e enquanto futura profissional de comunicação. A todos os professores, mas, principalmente, a Luciana Panke, Kelly Prudêncio e Mário Messagi, pelas aulas e conversas inspiradoras.

Aos amigos feitos durante os quatro anos de graduação, pelas experiências vividas dentro das salas de aula, nos corredores, nos botecos e nos momentos de brainstorm dos trabalhos e projetos. Obrigada por terem sido tão afetuosos com essa umuaramense tímida e por eu nunca ter encontrado um bom estereótipo de curitibano.

Aos companheiros do movimento estudantil, pela luta.

Aos amigos do coletivo Outros Outubros Virão, pelas lições de marxismo e organização militante.

A todos os que relevaram e apoiaram esse ano de crises profissional, acadêmica, amorosa e de militância, pela paciência e por perdoarem tantas faltas às reuniões.

Aos amigos feitos em 2009, por terem tido a difícil tarefa de me conhecerem e apoiarem no momento mais difícil da minha vida e por terem reacendido em mim a esperança.

Aquele com quem dividi quase todos os anos em que estive na universidade, pela generosidade, a determinação e toda a ajuda.

Resumo

O presente Trabalho de Conclusão de Curso consiste em um estudo sobre os principais temas abordados nas manchetes de capa do jornal Gazeta do Povo durante as eleições municipais de Curitiba em 2000 e 2008. O objetivo central dessa análise é verificar as características da cobertura realizada pelo jornal nas campanhas que reelegeram os prefeitos Cássio Taniguchi (1996 – 2004) e Beto Richa (2004 – 2012). Para isso foram analisadas as capas publicadas no mês que antecedeu as duas eleições pesquisadas. Assim, foram verificadas todas as capas publicadas entre os dias 1 de setembro e 1 de outubro de 2000 e 5 de setembro e 5 de outubro de 2008. A pesquisa empírica baseou-se em métodos quantitativos, contagem de temas frequentes, e qualitativos, análise crítica de amostragem selecionada, utilizando como ferramenta metodológica a Teoria da Argumentação (Perelman e Tyteca-Olbrecht, 1996). Parte-se da premissa de que os meios de comunicação mediam a relação que a população tem com o debate político, configurando-se como a principal fonte de informação e contato com uma parcela da realidade social com a qual não convivem diretamente. A fundamentação teórica deste estudo baseia-se em pesquisa bibliográfica na área de Comunicação e Política (Rubim, 2000), Democracia Representativa e a crise de representação dos partidos (Bobbio, 1991 e Schulz, 2000), Hipótese do Agendamento (Mc COMBS e SHAW, 1972), Teoria da Argumentação (Perelman e Tyteca-Olbrecht, 2006) e nos estudos desenvolvidos sobre planejamento urbano e alternância de poder em Curitiba (Cardoso, 1986, Cervi e Souza, 2004, Cervi e Fuks, 2003, Souza, 1999, Oliveira, 2000, etc).

Palavras-chaves: comunicação e política; reeleição; Curitiba; Gazeta do Povo; agendamento.

Abstract

The present final paper consists of a study about the lead themes broached by the front cover headlines of the newspaper *Gazeta do Povo* during the municipal elections of Curitiba in 2000 and 2008. The central objective of this analysis is to verify the characteristics of the coverage made by the newspaper in the campaigns that reelected the mayors Cássio Taniguchi (1996 – 2004) and Beto Richa (2004 – 2012). For this the front covers published in the month that preceded the researched elections were analysed. Hence, all the front covers published between september 1st e october 1st of 2000 and setembro 5th and october 5th of 2008 were verified. The empirical research was based on quantitative methods, headcount of frequent themes, and qualitative, critical analysis of the selected samples, utilizing as methodological tool the Argumentation Theory (Perelman and Tyteca-Olbrecht, 1996). We start from the premise that the means of communication mediate the relation that the population has with the political debate, becoming the main source of information and contact with a portion of the social reality with which [the population] doesn't live with every day. The theoretical footing of this study is based on bibliographical research in the area of Communications and Politics (Rubim, 2000), Representative Democracy and the political parties' crisis of representation (Bobbio, 1991 and Schulz, 2000), Agenda-Setting Hypothesis (McCombs and Shaw, 1972), Argumentation Theory (Perelman and Tyteca-Olbrecht, 2006) and the studies developed on urban planning and power alternation in Curitiba (Cardoso, 1986, Cervi and Souza, 2004, Cervi and Fuks, 2003, Souza, 1999, Oliveira, 2000, etc).

Keywords: Communications and Politics; reelection; Curitiba; *Gazeta do Povo*; Agenda-Setting.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Tabela quantidade de manchetes centrais por tema, em 2000.....	46
Tabela 2 – Tema total manchetes e chamadas de capa 2000.....	51
Tabela 3 – Chamadas de capa sobre as eleições municipais.....	53
Tabela 4 – Distribuição das chamadas de capa sobre as eleições municipais.....	55
Tabela 5 – quantidade de manchetes centrais por tema, em 2008.....	58
Tabela 6– Tema total manchetes e chamadas de capa de 2008.....	62
Tabela 7 – Chamadas de capa sobre as eleições municipais de 2008.....	65
Tabela 8 – Distribuição das chamadas de capa sobre as eleições municipais de 2008.....	68

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	12
2.1	Comunicação e política na contemporaneidade.....	12
2.2	Democracia representativa.....	16
2.3	Jornalismo na Democracia representativa.....	19
2.4	Hipótese do Agendamento.....	21
3	ARGUMENTAÇÃO E JORNALISMO	27
4.	POLÍTICA E PLANEJAMENTO URBANO EM CURITIBA	34
4.1	Formação política e social de Curitiba.....	34
4.2	Cenário político pós-democratização.....	37
4.3	As eleições de Cássio Taniguchi.....	39
4.4	As eleições de Beto Richa.....	42
5.	MATERIAIS E METODOS	46
6.	ANÁLISE QUANTITATIVA DAS ELEIÇÕES DE 2000	47
7.	ANÁLISE QUANTITATIVA DAS ELEIÇÕES DE 2008	58
8.	ANÁLISE QUALITATIVA DAS ELEIÇÕES DE 2000	69
9.	ANÁLISE QUALITATIVA DAS ELEIÇÕES DE 2008	80
10.	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÃO	99
10.	REFERENCIAS	105

1. INTRODUÇÃO:

O presente Trabalho de Conclusão de Curso consiste em um estudo comparativo entre os principais temas abordados nas manchetes de capa do jornal Gazeta do Povo durante as eleições municipais de Curitiba em 2000 e 2008. Foram analisadas as capas publicadas no mês que antecedeu as duas eleições pesquisadas, no período entre os dias 1 de setembro e 1 de outubro de 2000 e 5 de setembro e 5 de outubro de 2008

O objetivo central dessa análise foi verificar as características da cobertura realizada pelo jornal nas campanhas que reelegeram os prefeitos Cássio Taniguchi (1996 – 2004) e Beto Richa (2004 – 2012), estabelecendo uma comparação entre os temas abordados. Para isso a pesquisa empírica baseou-se em métodos quantitativos, contagem de temas freqüentes, e qualitativos, análise crítica de amostragem selecionada, utilizando como ferramenta metodológica a Teoria da Argumentação (Perelman e Tyteca-Olbrecht, 2006).

Parte-se da hipótese de que a Gazeta do Povo, como principal jornal de circulação no estado do Paraná, media uma parte significativa do contato que a população tem com o debate público e, principalmente com o processo eleitoral na cidade de Curitiba. Os assuntos e temas tratados pela mídia interferem na agenda do público e na agenda dos políticos, sendo desse modo um importante objeto de estudo para compreender as características do debate eleitoral e dos rumos da política na cidade.

O presente trabalho é motivado por duas problemáticas, uma de âmbito nacional e outra local. A primeira deriva da constatação dos altos índices de reeleição de prefeitos em todas as capitais brasileiras desde que, em 1997, a Constituição Federal foi alterada para permitir aos ocupantes de cargos do poder executivo disputarem um segundo mandato consecutivo¹. Nas eleições municipais

¹ Em 1997, o então deputado federal Mendonça Filho (PFL) encaminhou para votação o Projeto de Emenda Constitucional nº 16/97, que permitiria aos ocupantes de cargos do poder executivo disputarem um segundo mandato consecutivo. A medida, aprovada na Câmara e no Senado, alterou o artigo 14, § 5º, da Constituição Federal de 1988¹, que proibia a reeleição em todos os cargos do executivo. Com a aprovação da emenda os ocupantes dos cargos citados puderam, já a partir das eleições presidenciais de 1998, serem “reeleitos para um único período subsequente”.

de 2000 – primeira em que a reeleição de prefeitos era permitida – 16 dos 21 dos prefeitos de capitais estaduais que tentaram um novo mandato se reelegeram (76,19%). Em 2004, 11 prefeitos tentaram a reeleição e oito se mantiveram no poder (72,72%). Em 2008, as eleições municipais apresentaram o maior índice de permanência. Dos 20 prefeitos que lançaram candidatura à reeleição, 19 conseguiram um novo mandato, 13 deles já no primeiro turno e seis no segundo².

A segunda motivação para este estudo é baseada na problemática da alternância das gestões no poder em Curitiba. Há cerca de 20 anos, a cidade elege prefeitos ligados ao mesmo grupo político: Jaime Lerner (1989 a 1982), Rafael Greca (1993 a 1996), Cássio Taniguchi (1997 a 2000 e 2001 a 2004) e Beto Richa (2005 a 2008 e 2009 a 2012), que apesar de ter rompido publicamente com Taniguchi, em 2004, não se colocou como oposição. Apenas em 1985, na primeira eleição direta para prefeito na cidade após o golpe militar de 1964, um candidato da oposição foi eleito, Roberto Requião (PMDB).

Para cumprir os objetivos estabelecidos, a ferramenta metodológica utilizada, em um primeiro momento, foi a pesquisa bibliográfica nas áreas que circundam o objeto de análise. No capítulo que abre o estudo, foram abordadas as relações entre comunicação e política (Rubim, 2000), Democracia Representativa e a crise de representação dos partidos (Bobbio, 1991 e Schulz, 2000) e a Hipótese do Agendamento (Mc COMBS e SHAW, 1972).

No segundo capítulo foram apresentadas a discussão sobre jornalismo e argumentação (Silverstone, 2000) e as técnicas argumentativas fundamentadas na Teoria da Argumentação (Perelman e Tyteca-Olbrecht, 1996) que foram utilizadas como ferramenta metodológica da análise qualitativa.

No terceiro capítulo, procurou-se resgatar o processo de formação social da cidade e as alterações do seu espaço físico que contribuíram para a consolidação de uma imagem da cidade difundida local e nacionalmente. Em um segundo momento, fez-se um resgate do cenário político-eleitoral em Curitiba desde o fim do período militar, objetivando apresentar quais são os principais atores políticos do período e as relações entre eles. Para a conclusão deste terceiro capítulo foi

² NERY, André Luis. *95% dos prefeitos candidatos se reelegem nas capitais*.

fundamental extensa pesquisa bibliográfica nas teses, dissertações e artigos de autores curitibanos e professores da UFPR (CARDOSO, 1986, CERVI e SOUZA, 2004, CERVI e FUKS, 2003, SOUZA, 1999, OLIVEIRA, 2000, etc).

No quarto e quinto capítulos são apresentados os resultados das pesquisas quantitativa e qualitativa e as conclusões do Trabalho de Conclusão de Curso.

2. COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

2.1 Origens e características contemporâneas da relação entre Comunicação e Política

São características comumente atribuídas aos processos políticos contemporâneos o esvaziamento do conteúdo do debate público, o personalismo dos representantes e a apatia dos representados, em um contexto no qual se destacariam dois processos sociais distintos, porém interrelacionados: a “revolução” das tecnologias de comunicação e a “crise” do modelo político (RUBIM, 2000). As características apontadas, longe de esgotarem a caracterização da configuração política na atualidade, são sintomas relacionados às profundas transformações verificadas em todas as esferas da sociedade nos séculos XIX e XX.

O processo que tem levado ao desenvolvido acelerado das tecnologias de comunicação, comparado por Castells (1999) com a primeira e a segunda Revoluções Industriais, teve início no final do século XIX, com a descoberta do telégrafo e do rádio, foi ampliado e intensificado durante o século XX, com a invenção da televisão e da internet, e tende a sofrer ainda grandes impactos no século XXI, devido às possibilidades quase ilimitadas inauguradas pela convergência entre comunicação, telecomunicações e informática (RUBIM, 2000. p 68). Todas essas transformações tecnológicas tiveram impacto na forma como as pessoas se relacionam socialmente, trocam informações, têm acesso ao debate público e descobrem quais ações governamentais foram realizadas em seu bairro, cidade ou estado.

Desse modo, os meios de comunicação acabaram por assumir um papel fundamental na realização dos processos políticos na atualidade, visto que é essencialmente através desses meios que a população tem acesso às decisões e temas discutidos nas esferas institucionais de poder e é através das informações recebidas pela televisão, rádio, internet e meios impressos que os eleitores conhecem as propostas de um candidato a um cargo eletivo. Alguns autores e profissionais da área são categóricos ao afirmar, inclusive, que os meios de

comunicação desempenham um protagonismo na realização das campanhas eleitorais, assumindo parte das tarefas tradicionais dos partidos, funcionando como principal canal de comunicação com o eleitorado e como um meio de organizar o público na votação (MANHANELLI, 2007)³.

Esse suposto protagonismo dos meios de comunicação na realização da política é justificado pela análise de que as transformações tecnológicas causaram um impacto estruturante nas relações sociais, levando a comunicação a ocupar um local de destaque na sociedade contemporânea. Para Rubim (2000), a defesa da posição de destaque da comunicação na contemporaneidade tem sido uma conclusão comum entre as investigações científicas da área, refletindo-se na recorrência de expressões que tentam dar conta dessa nova configuração: “aldeia global” (McLuhan), “era da informação” (Castells), “sociedade informática” (Adam Schaff), “sociedade do media-centric” (Venicio Artur de Lima), “planeta mídia” (Dênis de Moraes), entre outros citados pelo autor. Todas essas nomenclaturas criadas para descrever a contemporaneidade revelam a preocupação em compreender o impacto da comunicação na sociedade, que teria criado uma nova forma de sociabilidade ambientada pela comunicação.

Indo adiante nessa trajetória, pode-se propor que se compreenda a contemporaneidade como uma sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, como uma verdadeira ‘Idade Mídia’, em suas profundas ressonâncias sobre a sociabilidade contemporânea em seus diversos campos (RUBIM, 2000. p29)

Algumas características, segundo Rubim (2000), podem ser analisadas como indicadores de que determinada sociedade é estruturada e ambientada pela comunicação, podendo ser caracterizada como “Idade Mídia”. Entre tais variáveis podem ser citadas a expansão quantitativa da comunicação na sociedade (quantidade de tiragens e audiências, quantidade e dimensão das redes em operação); diversidade e novidade das modalidades de mídias presentes no espectro societário; papel desempenhado pela comunicação midiática como forma de conhecer e experienciar a realidade; abrangência das culturas midiáticas na

³ MANHANELLI IN QUEIROZ, MANHANELLI e BAREL, 2007.

difusão social de comportamentos, ideários, valores, etc; prevalência da mídia como forma de publicização; aumento dos gastos com o item comunicações no orçamento doméstico; crescimento dos setores voltados para a produção, circulação, difusão e consumos de produtos simbólicos e ampliação percentual dos trabalhadores da informação e da produção simbólica.

O conjunto desses elementos indicadores já pode, de forma parcial, ser associado à sociabilidade contemporânea, sendo verificado por meio dos dados que demonstram o crescimento progressivo da comunicação em suas esferas de produção, circulação, difusão e consumo. Nesse sentido, a comunicação, enquanto fator estruturante da sociedade, afeta em profundidade a sociabilidade contemporânea, levando a novas formas de relacionar-se com a territorialidade. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação engendrou o surgimento de um *espaço eletrônico*, constituído pelas mídias em rede e pela Internet, que se relaciona com os *espaços geográficos* tradicionais. Esse novo espaço possibilita que as experiências sejam vividas à distância, descoladas do lugar e desprendidas da presença. A *televivência*, entretanto, não substitui integralmente a *vivência* – que pressupõe sempre presença e lugar – estabelecendo com ela uma relação de permeação. Ainda, a comunicação midiática possibilitou a existência cotidiana “de um fluxo de signos e sentidos provenientes de uma extração global e não apenas de um local contíguo, como anteriormente” (RUBIM, 2000. p37 e 38). A relação entre os pares *globalização* e *localidade*, *vivência* e *televivência* e *espaço eletrônico* e *espaço geográfico* é estabelecida de forma convergente e híbrida, influenciando a sociabilidade contemporânea.

A mídia ao consumir um espaço eletrônico em rede, povoando de televivências em abrangência globalizante, em verdade, constrói uma outra e nova dimensão constitutiva da sociabilidade contemporânea a qual se sugere denominar de telerrealidade, expressão empregada em *A máquina do narciso*, por Muniz Sodré, para recordar sua inerente noção de distância e apontar a possibilidade de o distante ser apreendido, transportado e transformado (simbolicamente) em acontecimento próximo, em algo que ganha um sentido instantâneo e passa a compor o cotidiano como momento inerente à vivência contemporânea. (RUBIM, 2000. p40)

A telerrealidade surge como nova dimensão pública da sociabilidade constituída pela comunicação, tornando-se o local privilegiado da luta política na contemporaneidade (RUBIM, 2000. p51). A nova configuração social e o caráter inovador desta dimensão pública obrigam a política a uma complexa adequação que irá possibilitar a sua realização, visto que política e comunicação possuem ritmos, linguagens, lógicas produtivas, e critérios de importância diferentes, e, às vezes, contraditórios. Entretanto, o autor esforça-se em afirmar a relação de interdependência recíproca entre a comunicação e a política na contemporaneidade. “A política precisa da mídia como tem sido lembrado à exaustão, assim como a mídia necessita da política (...). Sem realizar sua visibilidade, a mídia termina por perder credibilidade, lastro basilar de seu funcionamento” (RUBIM, 2000. p 71).

A compreensão sobre a relação de recíproca interdependência entre comunicação e política é requisito fundamental para analisar de forma crítica e embasada as transformações políticas e sociais dos últimos séculos que levaram a emergência da contemporaneidade. Conforme Rubim (2000), a relação entre política e comunicação não se inaugura na modernidade, ao contrário, as duas áreas manteriam-se em um entrelaçamento indissociável desde o seu surgimento. “Afirmar a relação como sempre existente significa apreender sua constituição como inerente ao surgimento da comunicação e da política. Ou seja, como algo intrínseco à própria sociedade” (RUBIM, 2000. p 18). O autor utiliza, didaticamente, como momento inaugural (formal) da relação entre comunicação e política a experiência da Grécia Antiga, onde surgem “simultaneamente” as reflexões acerca da política, retórica e da prática política.

A noção de política deriva do adjetivo *politikós*, originado de polis, e se consolida na *Política*, de Aristóteles, obra que inaugura a reflexão sobre essa nova área do saber. A retórica, inventada pelos sofistas, dentre eles Górgias de Leontini, surge como técnica de convencimento pelo acionamento de procedimentos discursivos. (RUBIM, 2000. p 18)

Identificar a relação entre comunicação e política como algo intrínseco à sociedade torna necessário compreender que apesar de ser imanente, essa relação representou contornos, características e papéis diferentes em cada forma

de organização social. Se na Grécia Antiga os cidadãos liberados do trabalho (devido à existência da escravidão) realizavam a política na *Ágora* (praça pública) através do exercício do debate público e do desenvolvimento da retórica, a nova forma de organização social da vida que emerge na modernidade vai determinar uma nova configuração para os dois pólos dessa relação.

2.2 Democracia representativa

Para Rubim (2000) três aspectos são essenciais para a definição da política moderna e, de certo modo, para a identificação da relação comunicação e política: “seu caráter formalmente não excludente, a amplitude de sua dimensão pública e seu caráter representativo”. (RUBIM, 2000. p 47). O caráter representativo será utilizado como elemento diferenciador (e definidor) dessa forma de governo em comparação com as anteriores.

A expressão democracia representativa significa genericamente que as deliberações coletivas, isto é, as deliberações que dizem respeito à coletividade inteira, são tomadas não diretamente por aqueles que dela fazem parte mas por pessoas eleitas para esta finalidade”. (BOBBIO, 1991. p 56).

A democracia representativa seria, conforme o autor (2000), central para compreender a política moderna e contemporânea, caracterizando-a como “um de seus princípios de legitimidade fundamentais”. Para o Rubim, as transformações econômicas e sociais e a luta dos trabalhadores levaram a conquista da participação política que, pelo menos formalmente, deve incluir a totalidade dos membros de uma sociedade. “(...) Agora, também os subalternos têm direito adquirido à participação política. A mera exclusão dos subalternos que acontece nas situações antecedentes, deixa de ser possível”. (RUBIM, 2000. p47).

O processo de adaptação do modelo de democracia clássica para a democracia representativa teria sido determinado, em grande parte, “pelas condições do ambiente” (BOBBIO, 1991), ou seja, a democracia representativa seria a forma mais adequada às condições de “território e de população” encontradas no século XIX. As condições às quais o autor se refere foram gestadas durante um período de intensas transformações econômicas e sociais

que têm como ponto de partida o renascimento do comércio, surgimento de uma nova classe, a burguesia, e o movimento migratório para as cidades iniciado com burgos. As condições específicas para a substituição do regime da aristocracia têm seu apogeu no século XVIII, com as descobertas tecnológicas que resultariam na primeira Revolução Industrial (1760), o início do processo de industrialização e urbanização, a ascensão dos ideais políticos da burguesia durante a Revolução Francesa (1789) e a independência dos Estados Unidos (1776). Assim, o Estado representativo – que se consolidou, inicialmente, na Inglaterra e de lá difundiu-se, durante as primeiras décadas do século XIX, na maior parte dos Estados europeus – possibilitou o desenvolvimento de dois processos: “o alargamento do direito de voto até o sufrágio universal masculino e feminino, e o desenvolvimento do associacionismo político até a formação dos partidos políticos de massa e o reconhecimento de sua função pública” (BOBBIO, 1999. p 153).

Conforme Schulz (2000), Manin elabora uma arqueologia da democracia representativa que dá subsídios para a compreensão das evoluções pelas quais essa forma de governo passou desde sua ascensão até a contemporaneidade, momento em que se questiona a crise dos partidos e a própria crise do modelo. “Hoje, como então, a idéia de uma crise de representação é um tema usual, o que nos leva a crer que estamos diante de uma crise é muito menos da representação como tal do que de uma forma particular de governo representativo”. (MANIN, 1995. p7). Conforme o autor, a história do governo representativo pode ser dividida em três momentos: parlamentarismo; democracia dos partidos e democracia do público. No primeiro momento, chamado de parlamentarismo, os representantes, usualmente as figuras notáveis de cada localidade, eram escolhidos de acordo com os vínculos de confiança e localidade do candidato e do eleitor. Esse modelo teria se encerrado a partir do aumento no número de eleitores proporcionado pelo crescimento populacional e pela ampliação do direito de voto até atingir o sufrágio universal. Dessa forma, a emergência do momento subsequente, a democracia dos Partidos, está vinculada ao nascimento dos partidos de massa e a ampliação do número de eleitores.

A votação do representante eleito neste período está vinculada ao programa do partido. Existe uma coincidência entre a opinião pública e a expressão eleitoral, já que o representante tem de pensar na reeleição e assim leva em consideração a opinião dos eleitos, bem como da oposição. A discussão não se restringe somente ao parlamento, ocorrendo também dentro dos partidos e entre eles. (SCHULZ, 2000. p3).

A última e atual etapa do Estado representativo seria a democracia do público, na qual escolha dos governantes baseia-se na pessoa do candidato e não mais no programa do partido. A confiabilidade que o eleitor terá de determinado candidato dependerá, substancialmente, dos temas apresentados durante a campanha na mídia. “Na democracia do público o eleitorado aparece com um público que apenas reage ao que é exposto na cena política, particularmente através de imagens apresentadas na mídia” (SCHULZ, 2000. p 4).

As características da democracia moderna apontadas por Rubim (2000) e Bobbio (1999) descritas acima (representatividade, sufrágio universal formalmente não excludente, a amplitude da dimensão pública, associacionismo e formação dos partidos políticos de massa) quando relacionadas com a forma de organização da sociedade e da produção dos bens necessários à vida (grande concentração populacional nas zonas urbanas, alto grau de industrialização, divisão social de trabalho, etc) torna possível entender como se dá a relação entre comunicação e política na sociedade moderna. O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa vai ser essencial para poder realizar o “caráter representativo e formalmente não excludente” da democracia representativa em uma sociedade já extremamente populosa e concentrada em grandes centros urbanos.

Segundo Schulz (2000), Manin entende o jornalismo como tendo uma importância central para compreender o processo de evolução do modelo representativo. O autor explica que a profissionalização da atividade – transformação do jornalismo de atividade partidária, engajada e panfletária em atividade profissionalizada e *relativamente neutra* – teve como consequência a homogeneização das informações. Conforme Schulz (2000) essa situação faz com que os eleitores formem suas opiniões divergentes sobre os objetos políticos,

tendo como base objetos apresentados de forma idêntica e homogênea a todos. “Isso permite que a identificação entre eleitor e candidato se forme a partir de preferências sobre os objetos e não a partir de preferências partidárias” (SCHULZ, 2000. p5). Se a profissionalização do jornalismo pode ser entendida como um dos fatores que influenciou as modificações no modelo democrático de Estado até a emergência de um modelo baseado nos públicos e realizado, majoritariamente através dos meios de comunicação, torna-se necessário compreender qual processo levou o jornalismo de uma forma de comunicação tipicamente partidária e engajada, durante os séculos XVII e XVIII, a uma atividade profissional, que tem como princípios a neutralidade e objetividade no trato das informações.

2.3. Jornalismo na democracia representativa

Os meios de comunicação de massa e a atividade jornalística profissionalizada têm origem no século XIX e foram extremamente influenciados pelas transformações econômicas e sociais do período. “O jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas tem as suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa”. (TRAQUINA, 2004. p34). A compreensão das transformações econômicas, sociais e do desenvolvimento tecnológico da época é fundamental para compreender as possibilidades e desafios pelos quais o jornalismo passou para chegar ao modelo atual.

Para O’Boyle (1968) pelo menos quatro fatores devem ser rememorados como determinantes para o desenvolvimento da imprensa no século XIX: “evolução do sistema econômico, avanços tecnológicos, fatores sociais; e a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade rumo a democracia” (O’BOYLE, 1968. APUD TRAQUINA, 2004, p35). Conforme o autor (1968), o sistema econômico teria sido determinante para o desenvolvimento do jornalismo nos moldes como é produzido hoje. A emergência do capitalismo industrial teria influenciado tanto o desenvolvimento tecnológico que possibilitou as inovações no campo dos meios de comunicação, quanto os mecanismos de financiamento (publicidade) que tornaram possível a imprensa se firmar como uma atividade

profissional lucrativa e se desenvolver enquanto indústria. “(...) um certo tipo de imprensa só pôde emergir num certo estágio da sociedade industrial. O desenvolvimento da imprensa está relacionado com a industrialização da sociedade e com o desenvolvimento duma nova forma de financiamento, a publicidade” (TRAQUINA, 2004. p36). As transformações aceleradas na base econômica do período levaram a uma nova forma de financiamento da atividade, o que proporcionou que o jornalismo contasse com uma relativa independência política dos partidos responsáveis pelos recursos utilizados nos períodos anteriores e pudesse de desenvolver enquanto um gênero profissionalizado.

O processo de urbanização acompanhou, no plano social, as mudanças desencadeadas pelo renascimento comercial e pelo desenvolvimento industrial no plano econômico, já que a concentração dessas atividades nas cidades demandava também uma concentração populacional para viabilizar a produção, circulação e realização/consumo das mercadorias. Desse modo, surgia um público concentrado nas cidades devido ao processo de urbanização, “que se intensificou com o crescimento das futuras metrópoles do século XX como Londres, Paris e Nova Iorque. Cidades como essas crescem durante o século XIX e oferecem um público fácil de atingir com o novo produto de consumo – o jornal” (TRAQUINA, 2004. p39 e 40). A concentração urbana neste período foi fundamental para a formação de novo potencial de “público-alvo” para os jornais que se profissionalizavam e começavam a contar com financiamento e tecnologia suficiente para expandir suas atividades e alcançar um público maior.

Para a consolidação desse público foi essencial o crescente processo de escolarização possibilitado pela concentração urbana nas cidades e pelo surgimento de escolas públicas. “Foi no século XIX que a escolarização de massas, com a instituição de escolas públicas, permitiu que um número crescente de pessoas aprendessem a ler, embora de uma forma rudimentar como aconteceu nos Estados Unidos com milhares de imigrantes” (TRAQUINA, 2004. p39) A alfabetização dos trabalhadores que começavam a trabalhar nas indústrias possibilitou o surgimento de um público formado por leitores, que começam a ter

como principal canal de comunicação as informações obtidas nos jornais impressos do período.

Além das transformações econômicas e sociais que possibilitaram que a imprensa se tornasse uma atividade comercial lucrativa e pudesse se profissionalizar, é determinante também a influência dos ideais políticos (liberdade, igualdade e fraternidade) e das transformações possibilitadas pela nova forma de governo: a democracia representativa. “A expansão da imprensa foi alimentada pela crescente conquista de direitos fundamentais, como a liberdade, cerne de lutas políticas seculares que incendiaram revoltas e revoluções, valor central da emergência de um novo conceito de governo – a democracia” (TRAQUINA, 2004. p40). É interessante analisar que, assim como o desenvolvimento dos meios de comunicação foi essencial para a evolução da democracia representativa até a emergência da democracia de público (MANIN, 1995), a consolidação do modelo representativo de Estado também foi importante para a consolidação do jornalismo enquanto uma atividade profissionalizada.

A luta pela liberdade começa com a luta contra a censura de um poder político absoluto, sob forma de monarquia na esmagadora maioria dos países. (...) A Reforma Protestante pôs em causa a autoridade da Igreja, que teimava em insistir, como criação divina, que a Terra era o centro do Universo. Durante os séculos XVII e XVIII, uma nova classe, a burguesia, iria denegrir as estruturas políticas da sociedade autocrática e o seu monopólio do poder político, enquanto começa a emergir, na terminologia de Jurgen Habermas (1989), um “espaço público” com os cafés em cidades como Londres e Paris, num total de mais de 2000 cafés na capital inglesa no início do século XVIII. (TRAQUINA, 2004. p40).

No século XX, o desenvolvimento do rádio e da TV, meios de comunicação ainda mais massivos que a imprensa escrita, levou os teóricos da área a investigarem os efeitos dos meios na construção da percepção que as pessoas têm da realidade em que vivem. Na década de 1970, iniciou-se um conjunto de pesquisas que buscavam investigar o poder que os meios de comunicação têm, não em determinar como as pessoas devem pensar, quais posições devem defender ou em quem votar, mas em colocar determinados temas na agenda pública, pautar ou agendar os assuntos que devem ser discutidos por toda a

sociedade. (Mc COMBS e SHAW, IN TRAQUINA, 2000). Desses novos estudos, surge a Hipótese do Agendamento.

2.4. Hipótese do Agendamento

Conforme Kunczik (2001), a hipótese do agenda-*setting* (também traduzida para o português como hipótese do agendamento ou da fixação da agenda) foi examinada pela primeira vez por MacCombs e Shaw⁴ durante a análise da eleição presidencial norte-americana de 1968. Os dois autores reuniram dados sobre a agenda dos temas tratados pelos meios jornalísticos no período, cruzaram esses dados com os temas considerados importantes pelo público e descobriram um alto grau de correlação entre as duas. Conforme o autor (2001), a hipótese do agendamento tem como base um pressuposto: “os meios de comunicação predeterminam quais assuntos serão considerados de particular importância [pelo público] em um determinado momento” (KUNCZIK, 2001 p 314), visto que mesmo que os meios de comunicação não possuam capacidade de influenciar a maneira de pensar, ou as posições que o público tomará a partir das informações fornecidas, esses são bem sucedidos em determinar sobre quais temas é necessário pensar, sobre quais assuntos devemos ter uma opinião, independente de qual seja.

Ao selecionarem e divulgarem as notícias, os editores, os profissionais de redação e os meios de difusão desempenham um papel importante na configuração da realidade política. Os leitores não só ficam a conhecer um determinado assunto, como também ficam a saber qual a importância a atribuir a esse mesmo assunto, a partir da quantidade de informação veiculada na notícia e da posição por ela ocupada (Mc COMBS e SHAW, IN TRAQUINA, 2000. p.47)

A formulação original da hipótese do agendamento, dada pelos dois professores de jornalismo da Universidade da Carolina do Norte (1972), procurou investigar a capacidade de agendamento dos media nas eleições presidenciais de 1968, comparando o que 100 eleitores selecionados – que não haviam decidido de modo definitivo em quem votar – afirmaram serem as questões-chave da

⁴ MacCombs e Shaw, 1972. “A Função do Agendamento dos Media”, título traduzido do original em inglês: “The Agenda-setting function of mass media”..

campanha com os temas e assuntos tratados pelos meios de comunicação no mesmo período. Assim, procurou-se estabelecer uma relação não apenas entre os assuntos abordados pelos *media* e o debate público, mas também investigar se existia uma relação de semelhante prioridade entre *media* e público⁵.

Os eleitores selecionados foram questionados sobre quais temas consideravam mais importantes, sem que levassem em consideração as afirmações que os candidatos pudessem fazer sobre esses assuntos. A pergunta colocada era “o que é que o tem preocupado mais durante esses dias? Isto é, sem ter em conta aquilo que os políticos dizem, quais são as duas ou três questões sobre cuja a resolução acha que o Governo se deveria empenhar?” (MacCombs e Shaw, 1972. IN TRAQUINA, 2000 p 50). Paralelamente à realização das entrevistas, foram analisados os conteúdos produzidos pelos principais meios de comunicação. Os critérios para avaliar a importância dada aos temas nos jornais impressos foram *espaço* e *posição*. Assim, os itens mais importantes foram definidos como aqueles que surgissem “como manchete na primeira página ou em qualquer página sob um cabeçalho a três colunas em que pelo menos um terço da notícia (num mínimo de cinco parágrafos) fosse dedicado à cobertura de carácter político”. (MACCOMBS E SHAW, 1972. IN TRAQUINA, 2000 p 50). A pesquisa chegou a um resultado relevante. Segundo MacCombs e Shaw (1972) a comparação entre o destaque dado pelos meios de comunicação aos temas mais importantes e o destaque dado pelos eleitores resultou em uma correlação de 0,967, ou seja, cerca de 97%.

Este primeiro estudo (1972), configurou-se como uma importante contribuição à comunicação por lançar as bases teóricas e ferramentas metodológicas para o estudo da influências dos meios de comunicação na construção da realidade. Apesar disso, como os próprios autores reconheceram, "as correlações aqui apresentadas não provam a existência de uma função de agendamento por parte dos *media*, mas os dados estão em consonância com as condições que têm de existir no caso de a referida função ocorrer". (MACCOMBS e SHAW, 1972. IN TRAQUINA, 2000 p 50). Os autores (1972) sugerem,

⁵ MacCombs e Shaw, 1972. IN TRAQUINA, 2000 p 49

entretanto, que os resultados desse primeiro estudo podem ser interpretados como indicadores da influência dos media, visto que essas correlações averiguadas entre os destaques dado pelos media e pelos eleitores a determinados temas não podem ser compreendidos apenas como se ambos estivessem respondendo aos mesmos acontecimentos e não influenciando-se mutuamente. Tal conclusão partiria do pressuposto de que os eleitores têm meios alternativos para observar as mudanças que ocorrem no campo político dia após dia, o que é descartado por MacCombs e Shaw:

Esse pressuposto não é plausível. Uma vez que poucos participam directamente nas campanhas presidenciais, e menos ainda vêem os candidatos presidenciais em pessoa, a informação que circula nos circuitos da comunicação interpessoal é fundamentalmente retirada, e baseada, na cobertura jornalística dos media. São estas as fontes principais da informação política nacional; para muitos, fornecem a melhor, a mais acessível - e também a única - aproximação às realidades políticas em constante mutação (MacCombs e Shaw, 1972. IN TRAQUINA, 2000 p 58).

No livro *Teorias da Comunicação*, Mauro Wolf (2006) procurou analisar a hipótese do *agenda-setting* de acordo com seu histórico, suas premissas e principais resultados. Segundo o autor, a hipótese do *agenda-setting* ainda não pode ser encarada como um modelo de pesquisa definido e estável, funcionando mais como um núcleo de temas e de conhecimentos parciais, susceptível de ser, posteriormente, organizado e integrado em uma teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos mass média.

Para Wolf (2006), a hipótese do agendamento demonstra a importante diferença existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social apreendidos através dos meios de comunicação de massa e as experiências pessoais, directamente vividas pelos indivíduos (WOLF, 2006. p 146). Segundo o autor, a eficácia do agendamento da mídia reside justamente na característica de que grande parte da informação que as pessoas tem sobre "realidade social" é fornecida pelos meios de comunicação.

Nas sociedades industriais de capitalismo desenvolvido, em virtude da diferenciação e complexidade sociais e, também, em virtude do papel central dos mass media, foi aumentando a existência de fatias e de <<pacotes>> da realidade que os indivíduos não vivem directamente nem definem

interactivamente a nível da vida cotidiana, mas que <<vivem>>, *exclusivamente*, em função de ou através da mediação simbólica dos meios de comunicação (Grossi, 1983. APUD WOLF, 2006. p146).

Sobre esse assunto, Kunczik (2001), explica que os meios de comunicação não afetam a importância a ser dada a determinado assunto (agendamento) em todas as pessoas, da mesma forma. "Segundo o tema, a influência dos meios de comunicação de massa pode ser menor ou maior, sendo uma regra geral: quanto menor a experiência primária dos receptores, maior a influência potencial dos meios de comunicação". (KUNCZIK, 2001 p 315). Assim, as pessoas são mais vulneráveis aos efeitos do agendamento sobre temas e acontecimentos dos quais não tem conhecimento ou vivência diretos sobre, como política externa ou macroeconomia, sendo mais independentes do agendamento da mídia na discussão sobre os problemas comuns a sua realidade direta, como aumento dos preços.

Wolf (2006) sugere que estão expostas na premissa básica do agenda-setting dois postulados centrais para se entender a hipótese: a) a *centralidade* dos meios de comunicação como principal fonte de informação sobre a realidade social e b) o impacto direto (mesmo que não imediato) dos mídia sobre o público. Sobre o primeiro aspecto, é possível entender que os meios de comunicação são a única fonte de informação de uma parcela significativa dos conhecimentos que compõe a imagem da realidade que as pessoas estruturam. A "imagem da realidade" é explicada pelo autor (2006) como sendo uma metáfora que "representa a totalidade da informação sobre o mundo que cada indivíduo tratou, organizou e acumulou" e que funciona como uma referência em relação ao qual a nova informação é confrontada para lhe conferir o seu significado.

Quanto menor é a experiência directa que as pessoas têm de uma determinada área temática, mais essa experiência dependerá dos *mass media* para se possuir as informações e os quadros interpretativos referentes a essa área. As pessoas não tem necessidade dos *mass media* para terem um conhecimento vivido do aumento dos preços. Estas condições, quando existem, invadem a vida cotidiana das pessoas" (ZUCKER, 1978. APUD WOLF, 2006. p153).

Outra característica apontada por Wolf (2006) refere-se à premissa de que os diferentes meios de comunicação teriam capacidades diferentes para

estabelecerem o agendamento, ou seja, colocarem a ordem do dia dos assuntos publicamente importantes. "A televisão parece ser menos influente do que a informação escrita" (WOLF, 2006. p 150). Segundo o autor, isso se dá porque nos jornais impressos há maior facilidade em relacionar os acontecimentos com os temas nos quais estão inseridos, enquanto na televisão as informações são apresentadas de modo fragmentário, "totalmente inaptas para constituírem um quadro cognitivo adequado às opções que o eleitorado é chamado a fazer" (Wolf, 2006. p 149). Wolf destaca também que, na televisão, os temas essenciais do debate político são esvaziados de conteúdo, sistematicamente preteridos em favor dos elementos de caráter folclórico, como a competição e o andamento da campanha dos candidatos. É McCombs (1976), um dos autores do primeiro trabalho sobre o tema, quem chega a conclusão sobre a diferença na função de agendamento dos jornais impressos e da televisão. Segundo o autor:

Os jornais são os principais promotores da agenda do público. Definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão tem um certo impacto, a curto prazo, na composição da agenda do público. O melhor modo de descrever e distinguir essa influência será, talvez, chamar <<agenda-setting>> à função dos jornais e <<ênfase>> (ou spot-lighting) à da televisão. O caráter fundamental da agenda parece, frequentemente, ser estruturado pelos jornais, ao passo que a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda (McCombs, 1976. p6. APUD WOLF, 2006. 162).

A omissão também é uma forma de agenda-setting. Quando os meios de comunicação de massa decidem não cobrir certos temas ou quando optam por fazer uma cobertura modesta ou marginalizada estão determinando que esse tema não fará parte da ordem do dia, ou seja, não estará no centro das discussões públicas. Segundo Wolf (2006) esse é um tipo de agendamento que funciona para todos os mass media porque o acesso a fontes alternativas àquelas que garantem o fornecimento constante de notícias é bastante difícil. De certa forma, essa é o tipo de agendamento mais fácil de ser verificado no jornalismo. Respeitados os critérios de noticiabilidade que orientam a prática jornalística, é possível identificar que as escolhas dos temas que serão ou não notícia estão relacionadas também a decisões políticas e comerciais e que afetam a quantidade de informações que as pessoas terão sobre determinado tema.

3. ARGUMENTAÇÃO E O JORNALISMO

Para Traquina (2004), as notícias devem ser compreendidas como produzidas por indivíduos que fazem escolhas subjetivas em todas as etapas do trabalho jornalístico. A escolha da fonte a ser ouvida, o enfoque da matéria, a seleção do conteúdo reunido que entra na reportagem ou não, além das expressões utilizadas ao longo do texto são apenas alguns dos momentos em que o jornalista terá que tomar decisões particulares e subjetivas.

Assim, pensar o jornalismo como uma atividade isenta ou imparcial configura-se como uma impossibilidade prática e teórica. Conforme Silverstone (2005), é preciso considerar o jornalismo enquanto um gênero discursivo, que como todos os outros terá no convencimento e na argumentação o foco da sua intenção argumentativa. “A retórica está enraizada na função essencial da própria linguagem, uma função que é totalmente realista e renasce continuamente, o emprego da linguagem como um meio simbólico de induzir cooperação entre seres que, por natureza, reagem a símbolos” (BURKE, 1955. p43. APUD SILVERTONE, 2005).

Em *Por que Estudar a Mídia* (2005), Silverstone se propõe a pensar a comunicação midiática e, principalmente a mídia factual, como produtora de um discurso retórico, ou seja, produtora de um discurso voltado para a argumentação. “Acima de tudo, retórica é persuasão. Linguagem orientada para ação, para a mudança de sua direção e para a sua influência. É também linguagem orientada para a mudança de atitude e de valor” (SILVERTONE, 2005. p 62).

Os conceitos de argumentação e retórica aplicados ao discurso jornalístico levam a compreensão de que a atividade jornalística também terá como intenção convencer e persuadir o público sobre determinados assuntos. Conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), a argumentação vai ter sempre como intenção provocar ou aumentar a adesão dos ouvintes às teses que se apresentam, de forma que se desencadeie neles a ação pretendida ou uma disposição para a ação que se manifestará no momento oportuno.

A retórica na mídia, conforme Silvertone (2005) pode ser empreendida de forma direta pelos meios ou através deles, funcionando como um instrumento de

amplificação. Para o autor, é importante fundamentalmente analisar a forma como a retórica é realizada na mídia, seus mecanismos, estratégias textuais e a resposta da audiência a essa argumentação:

Nossa preocupação deve ser com os mecanismos pelos quais isso é feito: com as maneiras pelas quais os anunciantes realizam seu trabalho, como também com a maneira pela qual a mídia factual alega suas verdades e suas realidades. Devemos nos preocupar com a relação entre as estratégias textuais e respostas da audiência, com a *retoricização* da cultura pública, e devemos estar em condições de fazer isso tanto analiticamente quanto criticamente” (SILVERSTONE, 2005, 66).

Torna-se necessário desmistificar o conceito de argumentação e retórica, facilmente associadas à mentira, manipulação ou à função atribuída na Grécia Clássica, onde a retórica prezava mais pela beleza da fala do que pelo seu conteúdo (PANKE, 2005). Longe de se atribuir um caráter conspiratório para as mídias factuais, a compreensão da retórica deve ser entendida enquanto imanente à comunicação e à linguagem. Assim, a argumentação inserida nas reportagens factuais pode ter como ação pretendida convencer o leitor a continuar comprando jornal, levá-lo a se indignar com um caso de corrupção noticiado, aumentar a discussão pública sobre um determinado tema de interesse social, entre outros.

A argumentação faz parte do processo comunicativo habitual entre as pessoas. É o contexto em que está inserida que vai determinar a ação pretendida pelo orador, aquele que argumenta, e a recepção do auditório, conjunto daqueles que o orador quer influenciar com a sua argumentação (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996:22). Conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), autores do livro *Tratado da Argumentação: A Nova Retórica*, a argumentação só é possível se orador e auditório possuem um repertório comum, conceitos, fatos, verdades e valores aceitos por ambos, o que possibilita a realização de acordos implícitos sobre o que pode ou não ser dito. Esses acordos configurar-se-ão como a base da argumentação, que fará com que o discurso do orador seja bem recebido.

A intenção argumentativa se materializa por meio de estratégias discursivas baseadas nos acordos estabelecidos com o auditório. Essas estratégias,

chamadas de *técnicas argumentativas*, promovem o encadeamento lingüístico das teses do orador. Tais técnicas são classificadas pelos autores (1996), de acordo o seu referencial, em três categorias: Argumentos Quase-Lógicos, baseados em raciocínios matemáticos ou de fundamento lógico; Argumentos baseados na Estrutura do Real, que relacionam-se com os conhecimentos empíricos do orador e do auditório; e Argumentos do Fundamento no Caso Particular, que utiliza de exemplos, ilustrações ou modelos que possam possibilitar generalizações.

Fazem parte dos argumentos Quase-Lógicos as técnicas de Contradição, Identidade, Tautologia, Reciprocidade, Transitividade, Inclusão da Parte no Todo, Divisão do Todo em Partes, Comparação, Sacrifício e Probabilidades. Essas técnicas discursivas têm em comum o uso, nem sempre evidente, de esquemas e estruturas baseadas na lógica formal. “Ora o orador designará os raciocínios formais aos quais se refere prevalecendo-se do prestígio do pensamento lógico, ora estes constituirão apenas uma trama subjacente” (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p 220).

No discurso jornalístico esse tipo de argumentação é bastante frequente e pode ser associada ao uso comum de gráficos, dados estatísticos, estudos e pesquisas científicas, além da realização de comparações entre períodos diferentes para provar o crescimento de algum dado social (violência, eficiência de serviços públicos, etc) ou entre a realidade de cidades ou estados diferentes, para comprovar a liderança desse local em determinada política pública. Apesar de todos esses recursos serem suscetíveis de questionamento, a argumentação irá apresentá-los como lógicos e aparentemente incontestáveis já que baseados na racionalidade.

A utilização dos resultados das pesquisas de opinião pública para indicar as probabilidades de que um candidato seja eleito apóia-se na técnica argumentativa de Probabilidade. Essa técnica valoriza a freqüência e as probabilidades que podem ser indicadas ou presumidas a partir de cálculos matemáticos e recursos estatísticos. Assim, quando se utiliza dados matemáticos sobre os quais se faz projeções e avaliação a argumentação recebe uma atribuição científica, apelando para a lógica formal.

A argumentação quase-lógica pelo provável ganha todo o seu relevo quando há avaliações baseadas, a um só tempo, na importância dos acontecimentos e na probabilidade do aparecimento deles, ou seja, na grandeza das variáveis e na frequência delas, na esperança matemática.(PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p 292).

A técnica argumentativa de Contradição e Incompatibilidade consiste em demonstrar que a tese do adversário é incompatível com a realidade por meio da apresentação de uma tese oposta. “De hábito, a argumentação se empenhará em mostrar que as teses combatidas levam a uma incompatibilidade, que nisso se parece com uma contradição, que ela consiste entre duas asserções entre as quais cumpre escolher, a menos que se renuncie a ambas”. (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p222). Assim, a argumentação por meio dessa técnica se apóia na impossibilidade racional de se concordar verdadeiramente, ao mesmo tempo, com duas teses contraditórias e antagônicas.

A asserção, dentro de um mesmo sistema, de uma proposição e de sua negação, ao tornar manifesta uma contradição que ele contem, torna o sistema incoerente, e com isso, inutilizável. Trazer a lume a incoerência de um conjunto de proposições é expô-lo a uma condenação inapelável, é obrigar quem não ser qualificado de absurdo a renunciar pelo menos a certos elementos do sistema. PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p 221)

Conforme os autores (1996), apesar de apelar para a lógica matemática, esse tipo de argumentação não se limita a situações onde a contradição é puramente formal, sendo utilizada sempre que as afirmações podem ser apresentadas como o sendo. “Mostrar a incompatibilidade de dois enunciados é mostrar a existência de circunstâncias que tornam inevitável a escolha entre as duas teses em presença” (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p228).

Outra técnica que apela à lógica formal identificada na análise foi o uso do Ridículo. Conforme os autores (1996), afirmação é ridícula quando entra em conflito sem justificação com uma opinião aceita. “Fica de imediato ridículo aquela que peca contra a lógica ou se engana no enunciado dos fatos, contato que não o considerem um alienado ou um ser que nenhum ato pode desqualificar por não gozar do menor crédito. (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p 233).

Assim, o apelo à ridicularização se exerce em prol da conservação daquilo que é admitido socialmente como verdade ou consenso, excluindo a posição diferente.

Perelman e Olbrechts-Tyteca explicam que o ridículo está, normalmente, vinculado ao fato de uma regra ter sido transgredida ou combatida de um modo inconsciente, seja por ignorância da regra ou das conseqüências que a quebra da regra podem causar. O recurso à ridicularização dos oponentes poderá ser utilizado quando a tese defendida pelo adversário apresenta-se como incerta ou contrária ao senso comum. “O ridículo é uma arma poderosa de que o orador dispõe contra os que podem, provavelmente, abalar-lhe a argumentação, recusando-se, sem razão, a aderir a uma ou outra premissa do seu discurso” (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p234).

Já os Argumentos baseados na Estrutura do Real, conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), podem ser divididos ainda entre aqueles fundamentados em ligações de sucessão (Vínculo Causal, Fins e Meios, Desperdício, Direção e Superação), e em ligações de coexistência (Pessoa e seus Atos, Autoridade, Grupo e seus Membros e Ligação Simbólica). De maneira geral, esse tipo de argumentação tem como base argumentativa o conhecimento empírico, sentimentos e valores oriundos das experiências comuns do auditório.

As técnicas que se baseiam nas Ligações de Sucessão articulam a relação entre dois fatos, acontecimentos ou situações subseqüentes de modo a valorizar um aspecto dessa relação. A relação entre dois acontecimentos sucessivos poderá ser apresentada como uma relação de causa e consequência (técnica de Vínculo Causal), fim e meio (técnica de Fins e Meios), presente e meta a ser alcançada (técnica de Direção), passado e meta já alcançada (Superação). Cada aspecto valorizado ou apagado ajuda a promover uma forma de argumentação que será mais ou menos eficaz dependendo do contexto e da intenção do discurso.

A técnica argumentativa de Direção, verificada com bastante frequência entre as matérias analisadas, tem como premissa a apresentação de metas e ações projetadas para o futuro. É a técnica argumentativa comum dos discursos voltados para a apresentação de propostas visto que concentra seu poder

argumentativo justamente em apontar a meta a ser alcançada, sem que seja necessário detalhar quais serão os procedimentos adotados.

Cada vez que uma meta pode ser apresentada como um ponto de referência, uma etapa numa certa direção, o argumento de direção pode ser utilizado. Esse argumento responde à pergunta: aonde se quer chegar? (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996. p 321).

Também configurou-se como uma das técnicas argumentativas verificadas na análise das reportagens de capa do jornal Gazeta do Povo, a valorização Vínculo Causal. Essa técnica permite ao orador estabelecer relações de causa e efeito entre dois acontecimentos ou situações sucessivas. A partir dessa técnica poderão ser destacados, conforme a intenção da argumentação, as causas que levaram a determinado resultado ou então justificar as conseqüências com uma causa aparentemente justificável, assim: “(...) a partir de um dado acontecimento, a aumentar ou a diminuir a crença na existência de uma causa que o explicaria ou de um efeito que dele resultaria” (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p 300).

Já o argumento de Superação tem como base a possibilidade de se destacar as conquistas, o que já foi realizado e tudo pelo que o orador passou para alcançar uma meta ou objetivo. Além disso, a técnica pode ser utilizada para sugerir a possibilidade de se conquistar ainda mais.

(...) Os argumentos da superação insistem na possibilidade de ir sempre mais longe num certo sentido, sem que se entreveja um limite nessa direção, e isso com um crescimento contínuo de valor (...) para mostrar que o que era considerado um obstáculo, é na realidade, um meio para se chegar a um estágio superior. (PERELMAN e OLBRECHTS, 1996. p 321)

Os argumentos baseados nas Ligações de Coexistência fundamentam-se em valorizar o orador como objeto argumentativo. Assim, suas ações, imagem, crenças e idéias defendidas anteriormente, assim como as ações do grupo ao qual o orador pertence, podem ser utilizadas para justificar o discurso.

A última categoria criada pelos autores (1996) abarca todos os argumentos baseados no Fundamento no Caso Particular, ou seja, os exemplos, ilustrações e modelos. Essa categoria utilizará como instrumento de argumentação os fatos particulares, reais ou hipotéticos, destacando o princípio ou regra geral ao qual

determinado fato está relacionado. O Fundamento no Caso Particular irá “(...) como exemplo permitirá uma generalização: como ilustração, esteará uma regularidade já estabelecida; como modelo incentivará a imitação” (PERELMAN, OLBRECHTS-TYTECA, 1996:399).

3. POLÍTICA E PLANEJAMENTO URBANO EM CURITIBA

3.1 Formação Social de Curitiba

Curitiba é reconhecida por seus habitantes e até mesmo nacionalmente como uma cidade desenvolvida economicamente, exemplo de um planejamento urbano de sucesso, de hábitos e população europeizada. Em síntese, Curitiba detém uma posição de destaque como modelo de organização social para as outras cidades brasileiras.

Do 'Laboratório de Experiências Urbanísticas' dos anos 70 à 'Capital Ecológica' dos anos 90, a cidade de Curitiba conseguiu projetar, ao longo de todos estes anos, uma imagem extremamente positiva da sua gestão urbana, fato que, afinal, terminou por alçá-la à condição de modelo para todo o país (OLVEIRA, 2000. p15).

Segundo Santos (1999), a história da cidade está marcada por ações de planejamento urbano e sanitarismo. Já em 1932, na gestão do prefeito e engenheiro Jorge Lothário Meissner foi elaborada a planta cadastral da cidade “um indício da busca dos múltiplos dados técnicos que permitissem um planejamento urbano global” (SANTOS, 1999. p20e21). Curitiba viveria, entretanto, seu primeiro ensaio de urbanismo global em 1943, com a elaboração do Plano Diretor de Urbanização, também conhecido como Plano Agache em homenagem ao arquiteto francês que o planejou, Alfred Agache. Em linhas gerais, o plano priorizava a circulação de veículos prevendo o alargamento de ruas que ligariam as zonas de funções específicas a serem criadas na cidade: zona industrial, militar, de comércio, de residências, centro universitário e centro cívico. (SANTOS, 1999. p23). O Plano Agache, entretanto, nunca foi plenamente implementado. Do projeto original restaram:

(...) as grandes avenidas, como a Visconde de Guarapuava, Marechal Floriano Peixoto e Sete de Setembro; o recuo obrigatório de cinco metros para novas construções; a Zona Industrial, atrás da Estação Ferroviária; a previsão de

áreas para o Centro Cívico e o Centro Politécnico; e o Mercado Municipal” (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA).⁶

As preposições mais estruturadas no âmbito do planejamento urbano, inclusive como forma de promover um planejamento total da cidade, emergem como resultado de uma nova configuração política e econômica. Na primeira metade do século XX, o café começou a ocupar uma posição central na economia paranaense. Além disso, desenvolvia-se o comércio e a industrialização progredia, movida em grande parte pelas necessidades de beneficiamento e exportação do café e da erva-mate. (SANTOS, 1999. p 22).

O atual plano diretor da cidade de Curitiba tem como origem o ano de 1965, elaborado a partir de um plano preliminar de urbanismo feito em associação entre a empresa Serete Engenharia S.A e o escritório de arquitetura de Jorge Wilhem, ambos de São Paulo. Além das questões econômicas – que exigiam uma adaptação da cidade para promover o desenvolvimento industrial – a década de 1960 possibilitou também um ambiente mais favorável à implantação de um projeto de urbanização total. Segundo Santos (1999), na gestão do prefeito Ivo Arzua, eleito em 1962, “já estava instalado em diferentes setores e agências, de dentro e de fora do governo municipal, um espírito favorável ao planejamento urbano racional, global e multidisciplinar”. (Santos, 1999. p28).

Conforme Oliveira (2000), o Plano Diretor de Curitiba, ao qual o projeto preliminar de 1965 deu origem, foi implementado integralmente durante os anos de 1971-1983. O pequeno intervalo compreende a três administrações municipais da Aliança Renovadora Nacional (ARENA) indicadas durante a Ditadura Militar: Jaime Lerner (1971 – 1975 e novamente em 1979 – 1983) e Saul Raiz (1975 – 1979).

Às preocupações modernistas com o controle do espaço, expressas desde o Plano Agache, somaram-se também valores humanistas e ecológicos. Além separação da cidade em zonas funcionais específicas e a preocupação em criar vias velozes de circulação, adicionou-se também a revitalização do centro da

⁶ PREFEITURA DE CURITIBA. Disponível em: http://www.curitiba.pr.gov.br/pmc/a_cidade/Historia/planoagache.html

cidade, criação de novos pontos de encontro para os moradores e a preocupação com o transporte coletivo. Sinteticamente, as principais medidas implementadas no período foram a criação de vias estruturais com o sistema trinário (definição das vias “rápidas” nos sentidos bairro e centro, com uma via de trânsito lento entre elas, onde o ônibus expresso possuiria uma via exclusiva, a “canaleta”), criação da Cidade Industrial de Curitiba, pedestrianização do centro com o fechamento de rua XV, criação do setor histórico e fundação de parques e áreas verdes (OLIVEIRA, 2000). Deve-se as transformações implementadas nesse período parte das características genericamente apontadas como “definidoras” de Curitiba: trânsito planejado, sistema de transporte de primeiro mundo, preservação da memória histórica e grande preocupação com o meio ambiente.

Finalmente, deslanchou-se uma agressiva política de atração de investimentos industriais, por meio da criação da Cidade Industrial de Curitiba. O objetivo era aproveitar as vantagens comparativas da cidade nas áreas de transporte, comunicação e infra-estrutura urbana somadas à concessão de generosos subsídios, para atrair um volume de novos investimentos industriais que mudasse a face da economia urbana, assegurando o desenvolvimento da capital (OLIVEIRA, 2000. p54).

Para Oliveira (2000), também é significativa na política de planejamento desse período uma valorização da memória e da cultura migrante, especificamente da européia. Segundo o autor, a celebração dos valores europeus – principalmente os alemães, poloneses e italianos – deveu-se não só ao fato de a elite dirigente no período descender dessas etnias, mas também, indiretamente, pela associação entre progresso e imigração européia costumeiramente aceita na cultura brasileira. “Cabe destacar que esse esforço de celebração dos valores das etnias mencionadas continua rendendo lucros, haja vista sua importância na veiculação da imagem da cidade como ‘européia’, de ‘primeiro mundo’, etc”. (OLIVEIRA, 2000. p56).

O pequeno intervalo de tempo utilizado para implantar o essencial do Plano Diretor e o fato de a administração municipal ter ficado sob o controle de um mesmo grupo durante sua implementação, segundo Oliveira (2000), teriam sido elementos fundamentais para o reconhecido “sucesso” do projeto. Diferentemente

de outras capitais, em Curitiba conseguiu-se instaurar um planejamento urbano total, garantindo-se, assim, que as reformas implementadas, e o caminho escolhido, seriam irreversíveis. “Com efeito a administração de Saul Raiz deu continuidade e consolidou as intervenções precedentes, as quais foram mais uma vez confirmadas com a segunda gestão de Jaime Lerner” (OLIVEIRA, 2000 p57). Assim, quando o PMDB chegou ao poder com o processo de redemocratização do país pouco restou a ser feito com relação ao governo e administração do espaço.

3.2 Cenário Político pós-democratização

Em 1985, Roberto Requião foi eleito através do voto direto, na primeira campanha eleitoral para a escolha do prefeito na capital desde o golpe militar. Conforme Oliveira (2000), a campanha ficou polarizada entre Jaime Lerner, identificado como o candidato tecnocrata “que nunca havia ocupado cargos através da disputa numa eleição direta” e Requião, o candidato do PMDB, partido de oposição à ditadura, cujo um dos seus filiados, o deputado federal Dante de Oliveira, havia sido autor da emenda pelas eleições diretas no Brasil, que causou grandes manifestações em todo o país. “O fato se deve à conjuntura ideológico vigente que privilegiava no debate político temas como o resgate da dívida social, a participação popular na administração, a condenação à ‘tecnoburocracia’, etc” (OLIVEIRA, 2000. p57).

Nessa disputa, Roberto Requião conquistou 45,5% dos votos válidos, enquanto Jaime Lerner fez 41,2%⁷. Conforme os autores Cervi e Fuks (2003), em seu estudo sobre as eleições municipais em Curitiba, tem início neste período a polarização eleitoral entre os representantes do grupo político de Jaime Lerner e os integrantes do PMDB na disputa pela prefeitura da cidade. Tal polarização teria durado até a primeira eleição de Cássio Taniguchi, em 1996, quando o PMDB começou a perder força na capital, abrindo espaço na disputa para representantes de outros partidos. Entretanto, conforme os autores, o mesmo não teria acontecido com os políticos do grupo de Jaime Lerner, “candidatos ‘técnicos’, que mesmo

⁷ CERVI, e FUKS, 2003. p42.

sem uma identificação partidária forte, continuaram mobilizando a maioria dos eleitores em favor do discurso dos representantes desse grupo”. (CERVI, e FUKS, 2003. p42).

Assim, para além da polarização eleitoral, os governos do PMDB na prefeitura de Curitiba procuraram diferenciar-se do modelo técnico de gestão empreendido durante a ditadura militar. A gestão de Roberto Requião, e a anterior de Mauricio Fruet, buscaram marcar a cidade com um estilo administrativo que primou pelo social através de políticas de construção de creches, mercados populares, recuperação de menores, etc. (OLIVEIRA, 2000. p57).

(...) durante o período 1982 – 1988 a temática da eficiência técnica do planejamento urbano local, outrora tão celebrada, ficou em relativo abandono, tendo sido relegada a segundo plano pelos ex-titulares do poder, ou abertamente condenada pelos seus novos ocupantes (OLIVEIRA, 2000. p57).

Em 1988, Jaime Lerner é reconduzido à frente da administração da cidade em uma campanha de apenas 12 dias⁸. Nestas condições, Lerner obteve 58,1% dos votos válidos, contra 34,6% do candidato do PMDB Maurício Fruet (CERVI, e FUKS, 2003. p42). Com a ascensão de Lerner, retomou-se também a valorização da experiência política e capacidade técnica. Conforme Oliveira (2000), este período caracterizou-se por um desencanto da população com os mecanismos do sistema político democrático. Assim, ressurgiu “a mística da tecnocracia como instrumento de realização de uma administração ‘científica’ e pretensamente ‘apolítica’”. (OLIVEIRA, 2000. p58).

A terceira gestão de Jaime Lerner, empreendida entre 1988 e 1992, apesar de apresentar um enfoque diferente no que tange a administração do espaço, terminou por adicionar o último elemento oriundo do planejamento urbano ao imaginário social sobre Curitiba, especificamente a idéia de Curitiba como símbolo de Capital Ecológica. Conforme Oliveira (2000), influenciado pelos princípios da urbanização pós-moderna, enfatizou-se nesta gestão as realizações de ordem estética, baseada em grandes efeitos visuais, e uma política de caráter setorial voltada para o meio ambiente.

⁸ Inserir alguma explicação e sugerir referencia.

Do ponto de vista dos objetivos da espetacularização do Urbano os resultados são animadores. A cidade reatualizou seu mito de vanguarda urbanística, reforçou sua vocação turística e, talvez o mais importante, conferiu à administração pública uma imagem de eficiência e agilidade administrativa, projetando seus titulares nacional e internacionalmente (OLIVEIRA, 2000. p60).

Seguiram-se a terceira gestão de Jaime Lerner os governos de Rafael Greca (1993-1996), Cássio Taniguchi (1997-2000 e 2001-2004) e do atual prefeito Beto Richa (2005-2008 e 2009-2012), as duas primeiras claramente associadas a uma política de continuidade da obra de Jaime Lerner. Conforme Oliveira (2000), nestas gestões continuou-se a ênfase na política ecológica e nas “obras de grande efeito visual, de aparência marcadamente espetacular” (OLIVEIRA, 2000. p61).

Na campanha eleitoral de 1992, o economista e engenheiro Rafael Greca de Macedo (PDT) foi indicado por Jaime Lerner para concorrer a Prefeitura e obteve 51,9% dos votos válidos. Maurício Fruet (PMDB) ficou em segundo lugar na disputa, com 23,1% de votos. Conforme Cervi e Fuks (2003, p43), além de ocupar cargos técnicos na administração de Lerner, Greca era membro concursado do Instituto de Pesquisas e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) e havia sido eleito anteriormente como vereador e deputado estadual.

3.3 As eleições de Cássio Taniguchi

Já Cássio Taniguchi (PDT), escolhido do grupo de Lerner para suceder Rafael Greca na prefeitura de Curitiba em 1996, não tinha experiência eleitoral anterior. Taniguchi é graduado em engenharia eletrônica, foi sócio da empresa de consultoria Jaime Lerner Planejamento Urbano, presidente da Companhia de Urbanização de Curitiba (URBS) e presidente do IPPUC por duas gestões. Também assumiu duas pastas administrativas durante a gestão de Jaime Lerner como governador: as Secretárias do Planejamento e da Indústria e Comércio.

Apesar de ter disputado sua primeira eleição, Cássio Taniguchi conquistou 54,9% dos votos válidos, tendo sido eleito no primeiro turno. “Seu desempenho eleitoral, em 1996, foi melhor que o de Greca em 1992. Todos os demais

candidatos somaram 45,1% de votos e não se repetiu a polarização com o PMDB” (CERVI, e FUKS, 2003. p43).

A eleição municipal de 1996 contou com a participação de oito candidatos a prefeitura de Curitiba. Pela primeira vez, desde 1988, não se verificou uma polarização acirrada entre o PMDB e os candidatos do grupo lernerista. Nesta disputa, o candidato do PSDB, Carlos Simões, ficou em segundo lugar com 30,3% dos votos válidos. O atual deputado federal Ângelo Vanhoni (PT) ficou em terceiro lugar, com 10,9%. Já o PMDB, com Max Rosenmann, conquistou apenas a quarta colocação, tendo feito apenas 2,4% dos votos válidos naquele ano.

Nas eleições de 2000, quando Cássio Taniguchi disputou sua reeleição, consolidou-se o fim da polarização entre os candidatos de perfil técnico, associados à imagem de Jaime Lerner, e o PMDB, ao menos no campo da disputa municipal, abrindo-se espaço para o crescimento de um novo grupo oposicionista: o PT. Nesse ano, sete candidatos disputaram o cargo de prefeito nas eleições: Cássio Taniguchi (PFL) em uma coligação com 13 partidos (PFL, PL, PPB, PRN, PRP, PSB, PSC, PSD, PSL, PST, PT do B, PTB, PTN) tendo como vice-prefeito o então deputado estadual Beto Richa, Ângelo Vanhoni (PT), em uma coligação com sete partidos (PC do B, PCB, PHS, PMN, PPS, PT, PV), Mauricio Requião de Mello e Silva (PMDB) coligado com o PAN, Jamil Nakad (PRTB), Luiz Forte Netto (PSDB) coligado com o PSDC, Eduardo Requião de Mello e Silva (PDT) e Diego de Sturdze (PSTU).

Conforme Cervi e Fuks (2003), Cássio Taniguchi começou a campanha, em julho, com cerca de 50% das intenções de voto e manteve a taxa em crescimento até meados de agosto, quando a intenção de votos alcançou 57%, segundo o Datafolha. A partir de meados de agosto e durante o mês de setembro, o candidato à reeleição apresentou queda progressiva na preferência do eleitorado, até alcançar 43% dos votos válidos no dia da eleição. “Esse foi o pior desempenho eleitoral de um representante do grupo lernerista na prefeitura de Curitiba, fazendo com que, pela primeira vez na história política da cidade, houvesse uma eleição em segundo turno” (CERVI, e FUKS, 2003. p56). Já o candidato Ângelo Vanhoni, explicam os autores, começou a campanha com cerca de 10% das intenções de

voto e manteve crescimento constante no primeiro turno até alcançar 35,3% dos votos válidos, o que o credenciou para disputar o segundo turno. O candidato do PMDB ficou em terceiro lugar, com 10,3% dos votos válidos e o PSDB obteve 8,2%, ficando na quarta colocação.

A campanha para o segundo turno começou com a manutenção do crescimento das intenções de voto do candidato do PT. Conforme Cervi e Fuks, Ângelo Vanhoni (PT), que havia obtido 35% dos votos válidos em 1º de outubro, passou a ter 56% das intenções de voto cinco dias após as eleições do primeiro turno, segundo o Datafolha. Entretanto, nos últimos 15 dias de campanha, a distância entre os candidatos começa a diminuir, com crescimento do índice de indecisos. Assim, Taniguchi venceu o segundo turno com 51,5% dos votos válidos e Vanhoni ficou com 48,5%.

Em sua pesquisa, Cervi e Fuks (2003) relataram que a campanha eleitoral de 2000 teve um começo tranqüilo visto que Cássio Taniguchi tinha índices de intenção de voto acima de 50% e porque o então senador Roberto Requião, maior crítico da administração, não se candidatou à prefeitura. Só a partir da segunda metade de agosto com o crescimento progressivo de Vanhoni e a queda de Taniguchi o clima da campanha começou a se modificar. Assim, “o candidato à reeleição teve que entrar na disputa, defendendo-se dos ataques dos adversários e apresentando propostas para um eventual segundo governo”. (CERVI, e FUKS, 2003. p58). Conforme os autores, os argumentos usados pelos candidatos foram se adequando às mudanças da campanha eleitoral. A principal modificação teria sido a do candidato à reeleição, que no final do primeiro turno e durante todo o segundo teria apresentado inovações significativas.

A ênfase, no final do primeiro turno, no discurso “tudo pelo social” - que até então não era prioritário na campanha de Taniguchi e na história política do grupo lernerista - foi uma das conseqüências do crescimento da oposição. A imagem do político-técnico, capaz de resolver todos os problemas públicos, foi, em grande parte, substituída pela imagem do político sensível aos reclames da sociedade e capaz de moldar seu programa de governo à realidade social (CERVI, e FUKS, 2003. p58).

A campanha do candidato do PT foi classificada pelos autores como crítica a gestão de Cássio Taniguchi, sem, entretanto, centrar a campanha em torno de ataques à administração municipal. Seu argumento teria sido a “manutenção do que vinha dando certo nas administrações anteriores, mas com ampliação das possibilidades de participação dos mais variados segmentos sociais na tomada de decisões” (CERVI, e FUKS, 2003. p59).

3.4 As eleições de Beto Richa

Em 2004, as eleições para prefeito em Curitiba contaram com a participação de 12 candidatos. Achilles Batista Ferreira Junior (PTC), Ângelo Vanhoni (PT) em uma coligação com seis partidos (PT / PTB / PMDB / PSC / PCB / PC do B), Antonio Jorge Melo Viana (PV), Beto Richa (PSDB) em uma coligação com oito partidos (PSDB / PSB / PDT / PP / PAN / PTN / PRONA / PSL), Gilberto Félix da Silva Júnior (PSTU), Vera Helena Teixeira (PRTB), Leopoldo de Castro Campos (PSDC), Mauro Rafael Moraes e Silva (PL), Osmar Stuart Bertoldi (PFL), Pedro Manoel dos Santos Neto (PMN), Rubens Bueno (PPS) coligado com o PHS e Jorge Luiz de Paula Martins (PRP).

Conforme Cervi e Souza (2004), as candidaturas de oposição cresceram já no período pré-eleitoral devido aos altos índices de rejeição que Cássio Taniguchi recebeu na sua segunda gestão. Antes do prazo oficial para a campanha, Vanhoni apresentava cerca de 40% das intenções de voto. Além do desgaste do segundo mandato, o grupo do governo foi prejudicado pela divisão pública entre o então prefeito Taniguchi e seu vice-prefeito Beto Richa (PSDB), que desejava ser candidato à prefeitura com o apoio do governo municipal. Taniguchi, entretanto, preferiu apoiar um candidato do PFL. “O contexto conflituoso resolveu-se com a saída de Richa da administração municipal no primeiro semestre de 2004” (CERVI, e SOUZA, 2004. p40). Soma-se a esses fatores o indiciamento movido pela Polícia Federal contra a gestão de Cássio Taniguchi e Beto Richa devido a

acusações de “caixa dois” na campanha eleitoral de 2000, que recebeu destaque na mídia⁹.

Carlos Alberto Richa (Beto Richa) nasceu em Londrina em 1965 e é filho do político José Richa, que foi governador do Estado entre 1983 e 1986.¹⁰ Richa iniciou sua carreira política como deputado estadual em 1994, foi eleito com 21.271 votos¹¹ e reeleito em 1998 com 44.839 votos¹². Em 2000, ainda filiado ao PTB, Beto Richa foi eleito vice-prefeito de Curitiba na chapa encabeçada pelo candidato a reeleição Cássio Taniguchi (PFL) e assumiu a Secretaria Municipal de Obras Públicas. Nas eleições de 2002, Richa disputou o cargo de governador do Paraná e foi o terceiro mais votado, com 888.837 votos, cerca de 17,2% dos votos válidos¹³. No ano seguinte, reassumiu a vice-prefeitura de Curitiba e em 2004, foi eleito prefeito da capital. (IACOVONE, PANKE e MENDONÇA, 2009).

Com o crescimento da oposição e os membros do governo municipal divididos, os índices de intenção de voto mantiveram-se tecnicamente empatados na maior parte da campanha de 2004. No primeiro turno, o candidato Beto Richa obteve 35,06% dos votos válidos, contra 31,18% de Vanhoni. No segundo turno Beto Richa fez 54,78% dos votos válidos, contra 45,22% conquistados pelo candidato do PT¹⁴.

Para Cervi e Souza (2004), a eleição de 2004 representou um importante momento na consolidação de uma mudança do perfil hegemônico das lideranças políticas de Curitiba. Conforme os autores, o perfil dos administrados técnicos

⁹ A existência de um caixa dois da campanha de reeleição do prefeito Cassio Taniguchi, em 2000, foi denunciado pelo jornal Folha de São Paulo, em novembro de 2001. O tesoureiro da campanha, Francisco Paladino Jr., apresentou um livro-caixa com a movimentação financeira da coligação que apontavam gastos de R\$ 32,9 milhões, enquanto na prestação oficial entregue ao Tribunal Regional Eleitoral foram declarados gastos no valor de R\$ 3,1 milhões. Para mais: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u26420.shtml>

¹⁰ Biografia dos Senadores.

http://www.senado.gov.br/sf/senadores/senadores_biografia.asp?codparl=1974&li=48&lcab=1987-1991&lf=48

¹¹ Estatística de Resultados, Eleições 1994. Tribunal Superior Eleitoral http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/1994/resultado/1_turno/dep_est_pr.html

¹² Estatística de Resultados, Eleições 1998. Tribunal Superior Eleitoral http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/1998/result_blank.htm

¹³ Estatística de Resultados, Eleições 2002. Tribunal Superior Eleitoral http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/2002/result_blank.htm

¹⁴ Estatística de Resultados, Eleições 2004. Tribunal Superior Eleitoral http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/2004/result_blank.htm

oriundos do planejamento urbano da cidade, representantes de órgãos como o IPPUC e a URBS e pretensamente apolíticos, apresentou necessidades de modificação já na eleição de 2000, com o crescimento da participação do PT.

Se durante um longo período os planejadores urbanos conquistaram uma fatia cativa do eleitorado curitibano sem grande esforço, a eleição de 2004 alterou o jogo. Ficou evidente na manifestação do eleitorado a vontade de substituir o perfil de elite política tecnocrática que exerceu a hegemonia na cidade desde os anos 70. (CERVI, e SOUZA, 2004. p40).

O crescimento do PT na cidade e o desempenho de Ângelo Vanhoni nas eleições de 2000 e 2004 são apontados por alguns autores (CERVI e FUKS, 2000; CODATO e COSTA, 2008), como importantes fatores para a adaptação do discurso tecnocrata característico dos políticos próximos ao grupo de Jaime Lerner às questões sociais, como participação popular e assistência social. “Nenhum candidato, todavia, pode abrir mão de proclamar o cuidado com o ordenamento e o desenvolvimento urbano da cidade. Trata-se de um valor local enraizado. Por outro lado, a questão social entrou de fato na agenda pública municipal”. (CODATO e COSTA, 2008. sem página) Tal movimento resultaria em uma proximidade cada vez maior entre as propostas e imagens dos diferentes candidatos à prefeitura da cidade.

Aparentemente, o cardápio de idéias da gestão lernista estava esgotado e a elite no poder viu-se impelida a adicionar à imagem tradicional—uma administração técnica, racional, voltada para a construção de uma cidade-modelo a partir das diretrizes científicas do planejamento urbano—a preocupação com “o social”. A estampa de Richa como engenheiro civil, ainda presente e sempre muito útil, mesclou-se com a do político. Herdeiro da mitologia recém-edificada em nome do pai, ele pôde, como pode agora, apresentar-se não como mais um “técnico”, mas como o “ético”. (CODATO, Adriano e COSTA, Luis Domingues, 2008).

Nas eleições municipais de 2008, na qual o prefeito Beto Richa foi candidato à reeleição pelo PSDB na coligação Curitiba – O Trabalho Continua, (PSDB, PP, PSL, PDT, DEM, PSB, PPS, PR, PSDC, PRP, PTN), oito candidatos disputaram o cargo de prefeito da capital. Além do candidato a reeleição, participaram do pleito a presidente estadual do PT Gleisi Hoffmann na coligação Curitiba Para Todos (PTC, PHS, PMN, PRB, PT, PSC), o advogado Bruno

Meirinho do PSOL (PSOL, PCB, PSTU), o ex-reitor da Universidade Federal do Paraná Carlos Moreira (PMDB), o deputado estadual Fábio Camargo (PDT), o ex-presidente do sindicato dos funcionários do Banco Central Maurício Furtado (PV), ex-diretor da Paraná Esportes Ricardo Gomyde (PCdoB) e o empresário Lauro Rodrigues (PTdoB)¹⁵

Beto Richa manteve desde o período anterior a campanha oficial uma taxa de intenção de voto que lhe garantia a eleição já no primeiro turno. De fato, os resultados obtidos nas pesquisas de opinião mantiveram-se em constante crescimento até o dia do pleito. Na primeira pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha, divulgada em 24 de julho de 2008, Richa possuía 72% das intenções de voto, contra 12% da segunda colocada Gleisi Hoffman (PT)¹⁶. No dia 5 de outubro, o prefeito Beto Richa foi reeleito com 77,27% dos votos válidos. A massiva votação do candidato (778.514) votos foi a maior no Brasil entre os prefeitos eleitos no primeiro turno e a maior na história da capital. Richa superou as votações de Jaime Lerner (57%) em 1988, Rafael Greca (52%) em 1992 e Cassio Taniguchi (54%) em 1996.

A segunda colocada na disputa, Gleisi Hoffmann, obteve 18,17% dos votos válidos na cidade. Nenhum dos outros candidatos atingiu votação igual ou superior a 2% do eleitorado¹⁷. Para Cervi (2008), o desempenho eleitoral de Beto Richa deveu-se, em grande parte, devido à neutralização da oposição. Conforme o autor, em 2006 o PMDB, um dos principais partidos de oposição, ficou sem bancada na Câmara Municipal quando os quatro vereadores do partido, eleitos em 2004, migraram para partidos da base do governo. Sem a oposição do PMDB na Câmara, dos 38 vereadores de Curitiba, 34 faziam parte da base aliada e apenas quatro, do PT, continuaram no bloco de oposição. “A ineficiência de oposição durante o mandato fez com que muitas críticas surgidas na campanha fossem desacreditadas pelo eleitor comum” (CERVI, 2008. sem página). Outra medida

¹⁵ Divulgação de Registro de Candidaturas 2008. Tribunal Superior Eleitoral.
<http://www3.tse.gov.br/sadEleicaoDivulgaCand2008/>

¹⁶ Datafolha eleições. http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=695

¹⁷ Estatística de Resultados, Eleições 2008. Tribunal Superior Eleitoral.
http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/estatistica2008/est_result/resultadoEleicao.htm

apontada pelo autor foi a decisão do PPS de não lançar candidato próprio em 2008 e somar-se a coligação de Beto Richa.

4. MATERIAIS E MÉTODOS

Para a pesquisa empírica, foram estabelecidos dois procedimentos de análise baseados nos métodos quantitativo e qualitativo. Inicialmente, foram estudadas todas as capas do jornal *Gazeta do Povo* publicadas durante os 31 dias que antecederam as eleições municipais de 2000 e 2008. Ou seja, foram analisadas as primeiras páginas das edições veiculadas entre os dias 1º de setembro a 1º de outubro de 2000 e as publicadas entre 5 de setembro a 5 de outubro de 2008. As edições avaliadas foram consultadas no acervo de periódicos paranaenses da Biblioteca Pública do Paraná, disponíveis em microfilme (2000) e em exemplares originais (2008).

Durante essa primeira análise (quantitativa) foram identificados os temas abordados na capa, com o objetivo de classificar quais temas fizeram parte da agenda dessa mídia nos dois períodos supracitados. O conteúdo de cada manchete ou chamada de capa foi anotado, e classificado de acordo com o eixo temático tratado. Também foram identificados os temas tratados na manchete central de cada edição, entendida como o espaço em que os temas de maior destaque são apresentados. Como critérios de definição da manchete central de cada edição foram considerados o tamanho e a posição da chamada: aqueles títulos que estiverem na primeira dobra da página e contassem com três colunas de texto abaixo era considerado a manchete principal do dia.

Em um segundo momento, foram selecionadas uma reportagem por semana entre aquelas repercutidas na primeira página do jornal *Gazeta do Povo* que faziam referência direta às eleições municipais. As matérias selecionadas foram analisadas criticamente, utilizando-se como referencial teórico as técnicas argumentativas e a Teoria da Argumentação de Chaim Perelman (1996).

5. ANÁLISE QUANTITATIVA DA COBERTURA DAS ELEIÇÕES DE 2000

5.1 Manchetes centrais

A primeira etapa da pesquisa procurou quantificar os temas que receberam destaque central na primeira página de cada edição. Assim, as manchetes principais de cada capa publicada entre os dias 1 de setembro e 1 de outubro de 2000 foram analisadas, transcritas e classificadas de acordo com o tema ao qual se referiam e de acordo com a abrangência dos assuntos tratados: local, regional e nacional.

As manchetes de maior destaque de cada uma das 31 edições analisadas foram transcritas. O conteúdo de cada manchete foi inicialmente classificado de acordo com os eixos temáticos identificados no texto. Economia configurou-se como o eixo temático mais freqüente encontrado nas manchetes principais da Gazeta do Povo, no período. Como pode ser verificado na tabela abaixo, foram sete capas dedicadas ao tema. Durante o ano 2000, a economia mundial passou por um período de grande instabilidade devido ao aumento constante do preço do barril do petróleo. A chamada crise do petróleo abalou as Bolsas de Valores em todo o mundo e fez com que no Brasil a preocupação com a inflação, de certa forma amenizada desde o Plano Real de 1994, ressurgisse nas prateleiras dos supermercados e, conseqüentemente, nas páginas dos jornais. As manchetes centrais sobre o tema foram: “Imposto encarece gasolina”, “Inflação cai, mas cesta básica sobe”, “Preço do petróleo bate recorde mas combustíveis não sobem”, “Crescimento depende do petróleo, diz FMI”, “Carro comprado via Internet vai custar 7% mais barato”, “Preço do petróleo deve cair” e “Inflação já chega perto de zero”, publicadas nos dias 5, 6, 8, 10, 16, 25 e 28 de setembro de 2000, respectivamente.

Temas	Quantidade
Economia	7
Esportes	6
Questão Agrária	4
Transporte público e Trânsito	3
Eleições	2
Trabalho e Emprego	2

Política externa e relações Internacionais	2
Clima e Meio Ambiente	2
Habitação	1
Combustíveis	1
Transgênicos	1

Esporte configurou-se como o segundo tema mais freqüente encontrado na manchete principal das capas analisadas. Conforme explicitado na tabela acima, foram seis capas dedicadas ao tema, cinco delas voltadas exclusivamente para a cobertura dos Jogos Olímpicos daquele ano, realizados em Sidney (Austrália): “Romário faz a festa brasileira”, “Futebol feminino abre participação brasileira”, “Judô ganha Prata”, “Eliminação do Brasil ameaça Luxemburgo”, “Vôlei de praia deixa o ouro escapar”, publicadas, respectivamente, nos dias 4, 12, 19, 24 e 26 de setembro de 2000 além de uma matéria sobre a vitória de um time paranaense na série A: “Coxa vence Ponta Preta”, publicada no dia 11 de setembro.

É importante destacar também a freqüência expressiva das manchetes centrais relacionadas à temática da reforma agrária. Foram quatro destaques de capa dedicados ao tema: “FH pede prisão de sem-terra e manda desocupar prédios”, “Itamar ameaça desapropriar a fazenda de FH”, “Itamar exige na justiça retirada do exército”, “FH acusa sem terras de chantagem”, publicadas nos dias 13, 14, 15 e 20 de setembro. Durante o mês de setembro de 2000, os militantes do MST organizaram uma série de manifestações da qual fizeram parte ocupação de prédios públicos, como Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), além da ocupação de uma fazenda que o presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) possuía no Estado de Minas Gerais. Essa situação deu origem a várias repercussões, visto que o presidente pediu a prisão dos sem terra e enviou soldados das Forças Armadas para proteger suas terras. Criou-se a partir disso uma relação turbulenta, e extremamente midiática, entre o presidente e o governador de Minas Gerais, Itamar Franco, que exigia a retirada imediata do exército e ameaçava desapropriar a fazenda.

Em quarto lugar entre os temas mais freqüentes encontrados na posição de destaque das capas esteve a discussão sobre transporte público e trânsito em

Curitiba, com três manchetes centrais: “Curitiba estuda trocar o projeto do metrô por ônibus”, “87% dos curitibanos não tem multas” e “Álcool causa 90% dos acidentes em Curitiba”, publicadas nos dias 3, 18 e 23 de setembro de 2000, respectivamente. A preocupação com o trânsito e o transporte público na cidade foi entendida como prioridade no planejamento urbano da cidade, tendo sido foco prioritário do Plano Diretor de Curitiba, implementado entre os anos de 1971 e 1983, e da série de reformas implementadas na terceira gestão de Jaime Lerner (1988 – 1992), com a criação dos ônibus biarticulados e das estações tubo. (OLIVEIRA, 2000. p60).

As manchetes verificadas exemplificam também um fenômeno interessante. A maior parte dos acontecimentos que receberam destaque central são assuntos de interesse nacionais, restando para as reportagens referentes à cidade e ao estado os destaques marginais e as chamadas de capa localizadas no fim da página. Das 31 manchetes centrais analisadas, 23 referem-se a acontecimentos e temas da esfera nacional. Quatro chamadas tratam de assuntos locais e duas referentes a temas de abrangência regional.

Entre os temas de abrangência nacional, verificou-se a preponderância das manchetes dedicadas à Economia, com sete manchetes de capa, às Olimpíadas de Sidney (5 capas) e à temática da reforma agrária e ocupações de terra (4). Os Jogos Olímpicos de Sidney ocorreram entre os dias 13 de setembro e 1º de outubro de 2000, dia no qual foram realizadas também as Eleições Municipais daquele ano. Vários veículos de comunicação (Gazeta do Povo, Folha de S. Paulo, TV Globo) preparam coberturas especiais para essa edição das Olimpíadas devido ao favoritismo do Brasil em pelo menos oito categorias: futebol masculino (técnico Wanderley Luxemburgo), vôlei de praia feminino (Adriana Behar e Shelda), vôlei de praia masculino (Zé Marco e Ricardo), tênis (Gustavo Kuerten), atletismo (Claudinei Quirino), iatismo laser (Robert Scheidt), iatismo star (Torben Grael e Marcelo Ferreira), hipismo (Rodrigo Pessoa). Apesar do favoritismo, o Brasil terminou a competição sem nenhuma medalha de ouro¹⁸.

¹⁸ FOLHA DE SÃO PAULO, 2000. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/olimpiada2000/emcimadahora/outrosesportes/ult315u903.shtml>

Outros temas, com menor expressão quantitativa, também estiveram presentes, como assuntos de interesse nacional, não voltados especificamente para o público paranaense ou curitibano. Entre esses, foram classificadas duas manchetes que tratavam da correção do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) – “STF aprova correção do FGTS” e “Governo estende correção do FGTS a todos os trabalhadores”, publicadas nos dias 1 e 22 de setembro –, outras duas abordaram decisões e debates relacionados à política internacional – “Presidentes decidem criar união sul americana até 2012” e “Acordo com o Paraguai dará fim ao contrabando”, publicadas nos dias 2 e 21 de setembro. Também foram classificadas como de abrangência nacional as manchetes “10% da gasolina é adulterada”, “Caixa perdoa dívida de 200 mil mutuários”, “Mais de quatro mil candidatos sobre ameaça da Justiça Eleitoral” e, publicadas nos dias 27, 29 e 30, respectivamente.

Durante o período analisado, foram identificadas apenas seis manchetes principais de capa destinadas a assuntos de interesse local, nenhuma delas referiu-se diretamente às eleições municipais. Entre os assuntos classificados como voltados para o público curitibano, destacou-se o tema do trânsito, com três capas. As matérias abordaram o planejamento do transporte coletivo na cidade, a escolha entre ônibus ou metrô e as características do trânsito, como acidentes e multas. As últimas três manchetes principais de capa voltadas para o público local foram dedicadas aos temas de meio ambiente, esportes e desastres ambientais: “Novo vazamento polui rio Iguaçu”, publicada no dia 9 de setembro, “Coxa vence Ponta Preta”, publicada no dia 11 de setembro e “O drama das chuvas”, publicada no dia 17 de setembro.

Dois manchetes principais das capas analisadas entre os dias 1 de setembro e 1 de outubro de 2000, abordaram temas de abrangência estadual ou regional: “Carga de soja apreendida em Cascavel é transgênica” e “Resultados das eleições em todo o Paraná saem hoje”, publicadas, respectivamente, nos dias 7 de setembro e 1 de outubro.

A análise inicial das manchetes principais de cada edição do jornal Gazeta do Povo, quanto à abrangência geográfica dos temas colocados em debate

demonstrou que o jornal deu prioridade aos assuntos de repercussão nacional, que somaram 74,19% do total. Já os assuntos de interesse local totalizaram 19,35% das manchetes e aqueles que tratavam de acontecimentos relativos ao estado do Paraná somaram 6,45%. Ainda, notou-se também uma diferença entre os temas priorizados de acordo com a abrangência do acontecimento ou assunto retratado na manchete. Entre aquelas de interesse nacional, foram mais freqüentes as que trataram de economia (7), esportes (5) e questão agrária (4). Já entre as manchetes que tratavam de assuntos locais, foi mais freqüente o tema do trânsito e transporte público (3).

5.2 Análise quantitativa de todas as manchetes e chamadas de capa

Após a realização da primeira etapa da análise quantitativa, baseada no estudo da manchete principal de cada edição, procurou-se analisar também os temas tratados em todas as manchetes e chamadas de capa, independentemente da posição e do tamanho ocupado. Todos os conteúdos jornalísticos encontrados na primeira página das edições analisadas foram classificados de acordo com o eixo temático ao qual se referiram. Nesta etapa, foram analisadas 549 chamadas presentes nas 31 capas publicadas entre os dias 1 de setembro de 2000 e 1 de outubro de 2000.

A tabela abaixo resume os 10 eixos temáticos verificados com mais freqüência na primeira página do Jornal Gazeta do Povo, durante o período analisado. A classificação de todo o conteúdo inscrito na capas demonstrou, como pode ser observado na tabela, que essas chamadas trataram com mais freqüência de acontecimentos e assuntos caracterizados pelo critério noticioso da novidade, do inesperado, do exótico. Foram 67 títulos dedicados a chamar a atenção do leitor para alguma matéria ou nota que tratava de *Variedades*. A superioridade numérica desse tema na cobertura da Gazeta do Povo daquele ano pode ser compreendida visto que o jornal mantinha a primeira coluna a esquerda do jornal dedicada à redação de pequenas notas, publicadas na íntegra, sobre temas curiosos e inesperados, como “Dona de casa compra geladeira com moedas”, “Presidente Putin ganha cachorro-robô que canta hino” e “Tempestade obriga

andorinhas a fazer ‘escala’ na França”, publicadas nos dias 1, 5 e 21 de setembro de 2000.

Tabela 2 – Tema total manchetes e chamadas de capa 2000	
Temas	Quantidade
Variedades e Curiosidades	67
Esporte	57
Política Externa e Relações Internacionais	50
Economia	45
Violência e Segurança Pública	43
Arte, TV e entretenimento	36
Saúde	24
Transporte Público e Trânsito	24
Eleições Municipais	21
Questão Agrária	21

A análise dos eixos temáticos das manchetes principais já havia demonstrado que o tema *Esportes* configurou-se como um assunto de destaque na cobertura do Jornal, recebendo destaque na primeira página. Essa tendência foi verificada também nesta segunda etapa da análise. Foram identificadas 57 manchetes e chamadas de capa dedicadas à temática nas capas da Gazeta do Povo. Conforme já ressaltado acima, em 2000 foram realizados os Jogos Olímpicos de Sidney, para o qual o Brasil contava com equipes favoritas a medalha de ouro em várias modalidades. A Gazeta do Povo, como outros jornais, preparou uma cobertura especial dos Jogos, com o acompanhamento diário das competições e a publicação de um caderno especial, que saía semanalmente.

Política Externa e Relações Internacionais configuraram-se como o terceiro eixo temático mais frequente entre o conteúdo analisado nas capas da Gazeta do Povo. Ao todo, foram classificadas 50 manchetes e chamadas que abordavam o tema. Durante o mês de setembro daquele ano, vários acontecimentos demandaram que o governo brasileiro estabelecesse acordos e relações diplomáticas com outros países. Entre os dias 6 e 8 de setembro foi realizado o encontro da Cúpula do Milênio, evento que reuniu chefes de Estado de 191 países. Durante o encontro, os líderes mundiais discutiram e elaboraram as Oito

Metas do Milênio que deveriam ser atingidas até 2015. (erradicar a extrema pobreza e a fome; atingir o ensino básico universal; promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres; reduzir a mortalidade infantil; melhorar a saúde materna; combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças; garantir a sustentabilidade ambiental; estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento). Outros acontecimentos internacionais relevantes se fizeram presentes dentro do eixo temático, como a descoberta de focos de febre aftosa nos rebanhos do Brasil, Uruguai e Argentina e as eleições presidenciais dos Estados Unidos, Peru e Iugoslávia.

O quarto eixo temático mais freqüente foi *Economia*, com 45 chamadas de capa. A análise de todos os conteúdos de capa apresentou resultados semelhantes aos encontrados na análise das manchetes principais: economia configurou-se como um tema importante por meio da cobertura da alta e baixa do preço do petróleo e do percentual da inflação no Brasil.

Violência e Segurança Pública também foi um eixo temático importante, somando 43 manchetes de capa e figurando-se como o quinto tema mais freqüente. Entre as manchetes que foram classificadas dentro dessa temática, destacam-se aquelas que tratavam do sistema carcerário (11), homicídios, furtos, instalação de câmeras de segurança (2).

O eixo temático *Arte, TV e Entretenimento*, do qual fazem parte todos os conteúdos verificados que tratavam de literatura, teatro, artes plástica, cinema, programa de TV e notícias dos artistas, ocupou a sexta posição entre os temas mais freqüentes, com 36 chamadas de capa. Em sétimo lugar entre os eixos temáticos mais freqüentes ficaram *Saúde e Transito e Transporte Público*, com o mesmo número de manchetes (24). O oitavo lugar ficou com os temas *Questão Agrária e Eleições Municipais*, ambos com 21 chamadas de capa.

5.3. Eleições municipais de 2000 na capa da Gazeta do Povo

As 21 manchetes e chamadas de capa que fizeram referência direta às eleições municipais de 2000 foram novamente classificadas de acordo com o assunto tratado e o gênero jornalístico que representavam. Como pode ser

observado na tabela abaixo, o principal conteúdo sobre as eleições verificados na primeira página do jornal foram as crônicas e comentários políticos dos colunistas Fábio Campana, Antonio Ermínio de Moraes e Elio Gaspari, que somaram seis chamadas. Dessas, quatro foram destinadas exclusivamente à coluna de Fábio Campana: “Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba”, “bumbos e trombones”, “Reta final” e “Nada definido”, publicadas nos dias 10, 17 e 24 de setembro e 1 de outubro. As outras duas, “Ninguém explica porque votou em um candidato que passou a detestar”, de Elio Gaspari, e “Povo e democracia”, de Antonio Ermínio de Moraes, foram publicadas em 1 de outubro, dia das eleições. Desse modo, pode-se perceber que a cobertura das eleições de 2000, realizada pelo Jornal Gazeta do Povo, teve como gênero de destaque mais freqüente as colunas de opinião.

Tabela 3 – Chamadas de capa sobre as eleições municipais de 2000	
Temas	Quantidade
Colunistas	6
Funcionamento das eleições	4
Justiça Eleitoral	3
Pesquisa de Opinião	2
Editorial	2
Corrida eleitoral	1
Propostas	1
Cotas candidaturas femininas	1
Chamada Guia Eleições 2000	1

Entre as reportagens jornalísticas tradicionais, as que com mais freqüência receberam destaque de capa foram aquelas que trataram dos preparativos do Tribunal Regional do Paraná para a realização das eleições. Como pode ser visto na tabela acima, essas matérias somaram quatro manchetes de capa: “Urnas prontas”, “Escolas ficam sem aula dois dias por causa das eleições”, publicadas respectivamente nos dias 26 e 28 de setembro, e “Resultados da eleição em todo o Paraná saem hoje” e “108 milhões vão as ruas”, ambas publicadas no dia 1 de outubro.

As chamadas referentes às determinações da Justiça Eleitoral e aos resultados das pesquisas de opinião configuraram-se como o terceiro e o quarto conteúdos mais freqüentes, entre aqueles que tratavam das eleições municipais. As matérias que abordaram o julgamento das candidaturas irregulares pela Justiça Eleitoral somaram três manchetes de capa: “TRE do Paraná conclui julgamento de todos os recursos”, “STF suspende anistia de multas eleitorais” e “Mais de 4 mil candidatos sob ameaça da justiça eleitoral”, publicadas nos dias 4, 28 e 30 de setembro. Já as matérias jornalísticas que trataram das pesquisas de opinião receberam dois destaques de capa: “Pesquisa aponta para 2º turno” e “Cássio, 44%; oposição, 42%, diz ibope”, publicadas nos dias 13 e 22 de setembro.

Durante a análise das 31 capas correspondentes ao mês que antecedeu as eleições municipais de 2000, pode-se perceber que o editorial do jornal foi sempre publicado com chamada na primeira página do jornal. O título “Nossa opinião” acompanhado de uma nota curta sobre o tema tratado no editorial do dia eram sempre publicados no fim da coluna fixa à esquerda da capa. Dois desses editoriais trataram das eleições na cidade: “Arrancada para o voto” e “As eleições de hoje”, publicados nos dias 24 de setembro e 1 de outubro. Assim, os editoriais configuraram-se como o quinto tipo de conteúdo sobre a eleição municipal mais freqüente nas capas do jornal Gazeta do Povo durante o período analisado.

No dia 29 de setembro, dois dias antes do pleito, o jornal lançou um guia especial com informações sobre as eleições, zonas eleitorais, propostas dos candidatos e números de urna. Esse foi o único conteúdo com chamada de capa publicado na Gazeta do Povo no período analisado em que foram abordadas as plataformas e projetos políticos dos candidatos. A chamada de capa tratava apenas do lançamento do Guia: “Tire suas dúvidas no Guia Eleições 2000”.

Os demais assuntos tratados durante as eleições municipais de 2000 que receberam repercussão na capa trataram de cotas de gênero e participação das mulheres nas eleições, “Mulheres de Curitiba se unem para ganhar espaço na Câmara” e da corrida eleitoral com o fim dos comícios e do horário eleitoral, “sinal de democracia”, publicadas nos dias 24 e 28 de setembro. No dia 27, foi publicada

também uma nota de capa que anunciava a edição especial de um guia de eleições: “Gazeta publica guia de eleições em Curitiba”.

Assim, a análise dos assuntos e gêneros jornalísticos que fizeram parte da cobertura das eleições municipais de 2000, na capa do jornal Gazeta do Povo, demonstrou que o conteúdo opinativo teve uma importância significativa, totalizando 8 chamadas de capa. Entre as reportagens jornalísticas, destacaram-se as matérias que trataram dos preparativos da eleição (4), dos julgamentos das candidaturas irregulares pela Justiça Eleitoral (3) e dos resultados das pesquisas de intenção de voto realizadas pelos institutos especializados (2).

Outra característica da cobertura das eleições municipais de 2000, realizada pelo jornal Gazeta do Povo, chamou atenção nesta análise. Trata-se da distribuição das manchetes e chamadas de capa ao longo do período observado. Conforme pode ser observado na tabela abaixo, cerca de 76% de todo o conteúdo sobre as eleições encontrada na primeira página do jornal foi publicado durante a última semana da campanha eleitoral, entre os dias 24 de setembro e 1 de outubro.

Tabela 4 – Distribuição das chamadas de capa sobre as eleições municipais	
Semana	Quantidade
Semana 1 (1 a 9 de setembro)	1
Semana 2 (10 a 16 de setembro)	2
Semana 3 (17 a 23 de setembro)	2
Semana 4 (24 de setembro a 1 de outubro)	16

Foram 16 chamadas de capas publicadas na última semana de campanha, enquanto as outras três semanas analisadas concentraram apenas cinco manchetes. Ainda, as 21 chamadas de capa que abordaram o tema das eleições municipais foram publicadas ao longo de 12 edições. Ou seja, das 31 edições analisadas, apenas 12 (38,7%) possuíam algum conteúdo sobre as eleições veiculado nas primeiras páginas.

6. ANÁLISE QUANTITATIVA DA COBERTURA DAS ELEIÇÕES DE 2008

6.1 Manchetes centrais

Durante a primeira etapa da pesquisa quantitativa analisou-se, conforme citado anteriormente, os destaques centrais das capas de cada edição publicada no período delimitado entre o dia 5 de setembro e 5 de outubro de 2008. Verificou-se que as manchetes das 31 capas analisadas, tratavam de temas variados, com abrangência nacional, regional e local. Notou-se que, assim como nas eleições de 2000, os temas de repercussão nacional foram mais freqüentes nas manchetes centrais de capa, repetindo-se 14 vezes. Dois assuntos repetiram-se com mais freqüência entre as manchetes de abrangência nacional. O primeiro deles foi economia, com destaque para a crise econômica norte-americana, com nove capas. Em segundo lugar aparecem as manchetes relacionadas com o escândalo dos grampos telefônicos desencadeado pela Polícia Federal, com quatro capas.

Para a cobertura de temas regionais foram destinadas 10 capas, nas quais os assuntos tratados foram: violência e criminalidade (4 capas), nepotismo (3), educação (1), eleições (1), trabalho, emprego e renda (1). Como critério de análise definiu-se como temas de repercussão regional aquelas notícias referentes a acontecimentos do Estado do Paraná e de cidades do Estado, com exceção de Curitiba.

Dessa forma, os temas de abrangência local foram repercutidos em apenas 6 capas como manchetes centrais. Os assuntos tratados foram transporte público e trânsito (3), segurança pública e criminalidade (2) e eleições (1).

Esses dados revelam um padrão de cobertura que priorizou durante os últimos 31 dias do período eleitoral os acontecimentos de repercussão nacional, relegando o debate local ao último pano. A Gazeta do Povo é um jornal que circula em Curitiba e em todo o interior do Paraná, com uma tiragem média de exemplares (em 2008). Durante o período analisado cerca de 57% das suas manchetes principais repercutiram temas nacionais, enquanto cerca de 33% foram dedicadas a temas regionais e 20% trataram de temas locais. Ainda, dentro

desses 20%, apenas uma manchete principal de capa foi utilizada para tratar das eleições em Curitiba: a do dia 5 de outubro de 2008, dia do pleito eleitoral.

Além do critério da abrangência, as manchetes centrais também foram classificadas conforme os temas que abordam. Conforme a tabela abaixo, verificou-se a predominância das manchetes relacionadas à Economia, com nove capas dedicadas ao tema, e à Violência e Segurança Pública, com seis capas.

Temas	Quantidades
Economia	9
Violência e Segurança Pública	6
Escândalo dos grampos	4
Nepotismo	3
Trânsito e Transporte Público	3
Eleições	2
Emprego	2
Sistema Penitenciário	1
Educação	1

Para entender a relevância atribuída aos dois temas é preciso recordar brevemente o contexto social e econômico que demarcaram o período. No mês de setembro, a crise econômica norte americana, iniciada em 2007 com as hipotecas *subprimes*, passou por um de seus momentos mais críticos. Ainda na primeira quinzena do mês, o quarto maior banco de negócios dos Estados Unidos, o Lehman Brothers, declarou-se sem condições de cumprir com seus compromissos e decretou concordata. O terceiro maior banco do país, Merrill Lynch, também teve de ser vendido em caráter emergencial para o Bank of America por US\$ 50 bilhões. Para além das sucessivas quebras dos bancos e da instabilidade das Bolsas de Valores em todo mundo, o governo norte-americano, presidido por George W. Bush, passou a ser mais duramente cobrado para que criasse um

pacote de medidas econômicas que pudesse conter a crise econômica¹⁹. Essa foi a conjuntura que justificou as nove capas dedicadas ao tema: “Bolsas desabam no mundo. É o novo 11 de Setembro”, “Depois do pânico, bolsas no Brasil e EUA fecham em alta”, “Crise derruba ações na Bovespa, e mercado teme novos abalos”, “Pacote de Bush anima mercado; Bovespa tem maior alta em 9 anos”, “Congresso dos EUA chega a acordo para pacote anticrise”, “Plano de Bush fracassa e provoca o caos nas bolsas”, “Senado atende Bush e vota hoje o pacote anticrise”, “Senado dos EUA aprova pacote anticrise de US\$ 700 bilhões” e “Bush baixa pacote; lobistas já pressionam pelos US\$ 700 bilhões”, publicadas respectivamente nos dias 16, 17, 18, 20, 29 e 30 de setembro e 1, 2 e 4 de outubro de 2008.

Já o eixo temático do qual fazem parte a violência, criminalidade e segurança pública é assunto recorrente nos jornais, sejam eles de circulação nacional ou local, por ser vivenciado diariamente nas grandes cidades. Em Curitiba, o tema tornou-se ainda mais polêmico após a divulgação do Mapa da Violência dos Municípios Brasileiros, pesquisa realizada pela Rede de Informação Tecnológica Latino-Americana (Ritla) e publicada em janeiro de 2008, na Gazeta do Povo. Conforme os resultados do estudo, Curitiba apresentou, entre os anos 2002 e 2006, um crescimento do número de homicídios de 53,1%. Na comparação com a média de homicídios de outras capitais, Curitiba ficou em oitavo. No ranking da relação entre o número de homicídios e o número de habitantes dessas cidades, Curitiba ficou uma posição na frente de São Paulo e uma atrás do Rio de Janeiro.

As manchetes centrais sobre o tema, verificadas no período, referiram-se ao sistema prisional da Colônia Penal de Piraquara (1), ao número de pessoas desaparecidas no Estado e a chacina realizada na cidade de Guaíra por uma quadrilha envolvida com o tráfico de drogas e armas (4): “Guerra do tráfico promove chacina com 15 mortos em Guaíra”, “Quem chegava era levado para o paiol e eles iam matando”, “Narcotraficante deu a ordem para a chacina em

¹⁹FOLHA DE SÃO PAULO, 2008. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u621429.shtml>

Guaíra, diz polícia” “Região da chacina tem 40 quadrilhas”, publicadas respectivamente nos dias 13, 21, 23, 24, 25 e 28 de setembro. A chacina, que resultou na morte de quinze pessoas, teria sido cometida por homens encapuzados que invadiram a favela de Vila Santa Clara, próxima ao lago de Itaipu. Dessa forma, o acontecimento recebeu destaque no jornal Gazeta do Povo, tendo sido destacadas a brutalidade da chacina, o envolvimento com o contrabando e a ineficácia do policiamento na região.

A cobertura do jornal Gazeta do Povo também priorizou, no período, o relato do escândalo envolvendo as escutas ilegais realizadas por servidores da Polícia Federal durante a Operação Satiagraha, que resultou na criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito, a CPI do Grampo. Foram quatro capas dedicadas ao tema: “Ninguém está seguro na Grampolândia”, “STJ anula condenação que usou grampo como prova no caso Sundown”, “Decisão do STJ sobre grampo prolongado vai breçar 50 investigações”, “PF na corda bamba”, publicadas nos dias 7, 10, 11, 14 de setembro, respectivamente.

Outro tema que se repetiu no conteúdo das manchetes principais referiu-se a medida judicial que vetou a prática do nepotismo nos três poderes. No final de agosto (21), o Supremo Tribunal Federal aprovou a súmula vinculante que proíbe a contratação de parentes em até 3º grau e cônjuges, nos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário do país. A medida foi motivo de polêmica no Estado visto que vários políticos influentes mantinham parentes em cargos públicos, incluindo o atual governador do Estado, Roberto Requião (PMDB). Foram três manchetes produzidos sobre o tema: “Requião promove irmão a secretário dos Transportes”, “Justiça suspende nomeação de Eduardo, irmão de Requião”, “STF cassa liminar e devolve cargo de secretário a Eduardo Requião”, publicadas nos dias 5, 12 e 26 de setembro de 2008. Todas as três citaram diretamente o nome da família Requião.

Transporte público e o trânsito em Curitiba também receberam três manchetes principais: “Aumenta em 30% número de motoristas com carteira suspensa”, “Solução para ônibus lotado ainda demora; Ippuc prevê só paliativos” e “Curitiba virou a capital com mais carros por habitante” publicadas nos dias 15, 22

e 27 de setembro. O trânsito curitibano tem sido alvo de constante preocupação devido ao aumento significativo do número de carros por habitante – segundo dados do Departamento de Trânsito do Paraná (Detran) são 1 milhão de veículos e uma população de 1,8 milhões – e pelo sistema de transporte público da cidade ter apresentado sinais de insuficiência perante o aumento da população nos últimos anos.

Quanto às eleições, apenas duas manchetes principais foram destinadas ao tema: “TRE cassa a candidatura de Belinati em Londrina”, do dia 6 de setembro, e “Os desafios para o próximo prefeito” publicada em 5 de outubro, dia das eleições municipais. A reportagem dedicava-se a relatar os temas urbanos e sociais tratados pelo jornal durante o primeiro turno do período eleitoral. Entre julho e setembro de 2008, a Gazeta do Povo produziu uma série de reportagens especiais intitulada *Retratos de Curitiba*, que trouxe a opinião de especialistas e moradores sobre os problemas da cidade. A série teve como objetivo abordar dez grandes temas: habitação popular, política de segurança alimentar, proteção à infância e adolescência, transporte público, relação com a região metropolitana, saúde, meio ambiente, segurança pública, políticas de geração de oportunidades para a juventude, participação popular e lazer e cultura.

A análise quantitativa dos temas tratados nas manchetes principais das capas da Gazeta do Povo, no período compreendido entre os dias 5 de setembro e 5 de outubro, demonstrou que as eleições municipais de Curitiba receberam pouco destaque no espaço privilegiado dedicado a reportagem mais importante de cada edição. Ainda assim, a matéria de capa do dia 5 de outubro procurou abordar os problemas da cidade, reafirmando a prioridade de nove eixos temáticos supracitados.

6.2 Análise quantitativa de todas as manchetes e chamadas de capa

Além do estudo das manchetes principais de cada edição, procurou-se nesta pesquisa analisar também os temas tratados em todas as chamadas de capa, independentemente da posição e do tamanho. O objetivo dessa etapa da pesquisa vou quantificar os demais assuntos abordados durante o período eleitoral, de forma a tornar possível estabelecer um paralelo entre a cobertura das

eleições e a cobertura dos demais temas. Dessa forma, foram analisadas quantitativamente 243 manchetes ou chamadas das 31 capas publicadas entre os dias 5 de setembro de 2008 e 5 de outubro de 2008.

Diferentemente do que foi averiguado na análise das manchetes principais, nesta segunda etapa da pesquisa percebeu-se que a temática das eleições configurou-se como um dos principais eixos temáticos, totalizando 35 chamadas de capa. A tabela abaixo sistematiza os 10 principais assuntos tratados nas primeiras páginas das edições publicadas no período.

Tabela 6– Tema total manchetes e chamadas de capa	
Temas	Quantidade
Eleições	35
Arte, TV e entretenimento	35
Segurança Pública e Violência	29
Transporte público e trânsito	29
Economia	24
Política externa e Relações Internacionais	22
Esporte	21
Educação	19
Indústria e comércio	19
Saúde	19

Como pode ser observado na tabela acima, os dois eixos temáticos encontrados com mais frequência nas chamadas de capa da Gazeta do Povo foram as Eleições municipais e as matérias sobre arte e entretenimento (cinema, música, teatro, literatura, TV), ambas com 35 aparições.

Segurança Pública e Violência e *Transporte Público e Trânsito* também foram temas bastante frequentes entre todos os conteúdos verificados nas capas. Cada um dos dois eixos temáticos recebeu 29 chamadas na primeira página durante o período analisado, configurando-se como os segundos colocados no número de aparições. A prioridade desses dois temas sobre outros tradicionais eixos do debate público, como educação e saúde (19 chamadas cada um), pode ser entendida como uma característica interessante da agenda midiática. Ainda, no que se refere à importância atribuída ao tema da violência, pode-se perceber uma consonância entre a agenda da mídia e as pesquisas de opinião pública.

Segundo estudo realizado pelo Instituto Ibope, encomendada pelo grupo RPC/Gazeta do Povo, e divulgada em 12 de agosto de 2008, a segurança pública ficou em primeiro lugar na lista das áreas que enfrentam mais problemas na capital, com 66% dos votos.

Já a preponderância da temática do transporte público tende a ser associada à realidade já citada sobre o crescimento do número de carros, os sinais de obsolescência verificados no sistema de transporte público e a discussão sobre a construção do metrô, além da própria história do planejamento urbano da cidade e das tarefas tradicionais atribuídas a prefeitura municipal nessa área.

Economia (24 chamadas), Política Externa e Relações Internacionais (22), Esportes (21), Educação (19), Indústria e Comércio (19) e Saúde (19) foram os demais temas encontrados com maior frequência nas primeiras páginas da Gazeta do Povo durante o período analisado.

6.3 Eleições na capa da Gazeta do Povo

Entre as 35 manchetes que fizeram referência às eleições municipais destacam-se chamadas para reportagens de diferentes enfoques, como especificado na tabela. Como pode ser observado, as entrevistas realizadas com os candidatos sobre vários assuntos – prática conhecida como sabatina e utilizada em eleições anteriores por jornais de circulação nacional, como Folha de S. Paulo e Estadão – concentrou a maior parte das manchetes. Das 35 chamadas de capa sobre as eleições municipais, oito delas trataram das sabinas.

Todos os oito candidatos à prefeitura de Curitiba foram entrevistados nas sabinas realizadas pela equipe do jornal Gazeta do Povo. As matérias foram publicadas na terceira semana de setembro, entre os dias 10 e 17, todas com destaque de capa. As chamadas correspondentes às matérias produzidas sobre as sabinas foram publicadas sempre na mesma posição, localizada abaixo da dobra do periódico, espaço menos privilegiado do que a primeira metade, como pode ser observado na imagem abaixo.



O texto das manchetes procurava destacar um aspecto considerado característico do candidato, de sua campanha, imagem ou plataforma política. Assim, a manchete da sabatina de Gleisi Hoffmann (PT), “Gleisi levanta a bandeira do 2.º turno”, destacou o apelo que a candidata fazia para que os eleitores garantissem a realização de segundo turno, onde ela e Richa teriam tempos iguais no Horário Eleitoral Gratuito. Essa foi uma das estratégias de campanha de Hoffmann durante as semanas que antecederam o pleito.

A chamada da entrevista realizada com Carlos Moreira (PMDB), “Moreira defende transparência na prefeitura”, ressaltou a acusação feita pelo candidato, durante a campanha eleitoral, de que a prefeitura mantinha as contas de vários setores escondidas. Moreira denunciava a falta de transparência, utilizando inclusive “caixas-pretas” feitas de caixas de papelão estilizadas que simbolizam as áreas das quais a administração municipal supostamente não divulgaria as contas.

Na manchete dedicada à sabatina de Beto Richa (PSDB), “Não tenho compromissos para 2010”, o texto referiu-se a uma citação do prefeito na qual ele declarou que não tinha nenhuma decisão ou acordo definido com relação às eleições para o governo do Estado, em 2010. Richa foi constantemente acusado pelos adversários políticos de ter disputado as eleições para a prefeitura de Curitiba já planejando abandonar o cargo em dois anos para concorrer ao governo do estado.

Já na chamada de capa que tratou da entrevista realizada com Fabio Camargo (PTB), “O projeto do metrô é estúpido”, a caracterização fica mais implícita. Durante toda a campanha, Fábio Camargo procurou se diferenciar da atual gestão se apresentando como o “prefeito dos bairros”, fez várias críticas ao modelo de administração centralizado e prometia dar mais autonomia e destaque para os bairros da cidade. Assim, Camargo acabou se destacando como o candidato que acusava a técnica utilizada nos projetos e modelo de gestão da administração, enquanto Hoffmann criticava a pouca importância dada ao social e Moreira, a falta de transparência.

A manchete da sabatina realizada com Lauro Rodrigues (PTdoB), “Garanto o meu voto”, destacou o pequeno índice de intenção de voto do candidato, enquanto a de Bruno Meirinho (PSOL), “Defendo o aumento de impostos”, valorizou a política tributária, a de Mauricio Furtado (PV), “Sem carro no centro”, a política ambiental do partido e a de Ricardo Gommyde (PCdoB), “Culpa é da oposição”, a realização da Copa de 2014 em Curitiba.

Conforme pode ser observado na tabela abaixo, as reportagens que relataram as sabinas com os candidatos somaram oito manchetes de capa, configurando-se como o tipo de cobertura sobre as eleições que recebeu repercussão na capa com mais frequência.

Tabela 7 – Chamadas de capa sobre as eleições municipais	
Temas	Quantidade
Sabatinas	8
Propostas	5
Corrida eleitoral	5
Curiosidades	4
Pesquisas de opinião	3
Funcionamento das eleições	2
Denúncias contra Beto Richa	2
Justiça Eleitoral	2
Marketing	1
Financiamento de campanha	1
Voto facultativo	1

Em segundo lugar, destacaram-se as matérias que procuraram relacionar os problemas da cidade com aquilo que os candidatos propunham para cada área. As manchetes com esse caráter totalizaram cinco aparições, com os temas educação, lazer, terceira idade, segurança, além da matéria publicada no dia do pleito municipal, que sistematizou os oito temas trabalhados na série Retratos de Curitiba. As manchetes foram “Povo ignora educação na hora de votar”, “Fazer áreas de lazer ajuda, mas não significa o fim da violência”, “Para candidatos, Polícia Civil virou personagem da campanha no estado”, “Aos idosos, calçadas sem armadilhas e mais saúde”, “10 sugestões para o próximo prefeito”, publicadas nos dias 14, 15, 24 de setembro e 2 e 5 de outubro.

As reportagens que cobriram a agenda de campanha dos candidatos e aqueles eventos e acontecimentos referentes à corrida eleitoral também somaram cinco chamadas de capa. As manchetes “Infidelidade em público”, “Richa passa a pedir votos para seus aliados na RM de Curitiba”, “Lula e Requião desfalcam a reta final da campanha em Curitiba”, “Ausência ‘reprova’ sete vereadores em Curitiba” e “Chuva atrapalha campanha”, publicadas nos dias 19, 27, 30 de setembro e 4 e 5 de outubro, repercutiram a dinâmica da campanha eleitoral nos dias que antecederam o pleito.

Também receberam destaque de capa as reportagens que trataram de características e acontecimentos curiosos, excêntricos, da campanha eleitoral. As manchetes “Chocolate com pimenta”, sobre a candidata a vereadora mais jovem de Curitiba, “Eleição reúne Os Trapalhões, Chucky e até o Pinóquio”, sobre os nomes de urna engraçados utilizados pelos candidatos, “Patrimônio se concentra na mão de poucos candidatos” e “Brigas e mortes marcam a campanha no interior”, publicadas nos dias 15, 21, 22 e 1 de outubro, tem como foco abordar uma característica supostamente exterior à dinâmica eleitoral propriamente dita, já que não se referem às propostas e planos de governo dos candidatos ou a relação entre as forças eleitorais na cidade.

Destacaram-se também as matérias que trataram das pesquisas de opinião, com 3 chamadas de capa: “Datafolha: em Curitiba, só o que cresce é a rejeição”, “Só a metade dos curitibanos sabe em quem votará para vereador” e

“Ibope mostra que Curitiba decidirá eleição no 1 turno”, publicadas nos dias 7 , 25 e 26 de setembro. O resultado demonstra que as pesquisas realizadas pelos institutos de estatísticas configuraram-se como uma fonte importante de notícias, somando três manchetes.

As manchetes de capa do jornal Gazeta do Povo que abordaram o tema das eleições municipais também puderam ser divididas entre aquelas que se referiram ao funcionamento técnico do pleito, “Associação sugere venda antecipada para garantir bebida na eleição” e “Curitiba pode ser a 1.^a a conhecer o novo prefeito”, as que trataram dos débitos dos candidatos com a Justiça Eleitoral, “TRE cassa a candidatura de Belinati em Londrina” e “Impugnação ainda mantém 100 candidatos na expectativa”, e entre aquelas manchetes que abordaram as denúncias feitas contra o prefeito Beto Richa, “Denúncia sobre fantasmas altera o clima eleitoral em Curitiba” e “Justiça arquiva investigação de denúncia contra Beto Richa. O candidato foi acusado de manter três funcionários contratados na Assembleia Legislativa, quando era deputado estadual, entre os anos de 1995 e 2000, apenas para receberem a remuneração, ou seja, sem que estivessem efetivamente trabalhando na casa. A contratação dos chamados funcionários “fantasmas” corresponde à prática de desvio de dinheiro público (peculato). Entretanto, como uma das manchetes anunciou, o processo de investigação das denúncias contra Beto Richa foi arquivado visto que o prefeito contava com foro privilegiado e não poderia ser investigado pela justiça comum.

As demais manchetes de capa que trataram das eleições municipais foram: “Marketing não elege candidato ruim”, “Voto facultativo não empolga adolescentes” e “Doadores de campanha costumam manter negócios com o poder público”, publicadas nos dias 12 e 29 de setembro e 3 de outubro, respectivamente.

Assim, a análise das manchetes que trataram das eleições municipais de 2008 tornou possível compreender que a cobertura realizada pelo jornal Gazeta do Povo deu prioridade ao debate sobre as posições defendidas pelos candidatos, através das sabatinas, e à vinculação das propostas de campanha aos problemas da cidade, por meio das reportagens da série Retratos de Curitiba. Também foram

importantes na cobertura as matérias sobre a corrida eleitoral, curiosidades do processo eleitoral e pesquisas de opinião. Interessante destacar ainda que as denúncias contra Beto Richa receberam apenas dois destaques de capa, um noticiando o início do inquérito e outro, seu fim.

Quanto à distribuição das manchetes ao longo das edições publicadas durante o período eleitoral, verificou-se uma produção mais uniforme e freqüente do que a das eleições de 2000. Conforme pode ser observado na tabela abaixo, a maior parte das 35 manchetes e chamadas de capas verificadas durante a análise estiveram concentradas na última semana da campanha eleitoral.

Tabela 8 – Distribuição das chamadas de capa sobre as eleições municipais	
SEMANA	Quantidade
Primeira (5 a 13 de setembro)	7
Segunda (14 a 20 de setembro)	10
Terceira (21 a 27 de setembro)	6
Quarta (28 a 5 de outubro)	12

Foram 12 chamadas publicadas na última semana, o que representa 38,71% do total. Na primeira semana, foram 7 manchetes (22,6%), na segunda, 10 (32,6%) e na terceira semana foram contabilizadas seis chamadas de capa (19,35%). Outra característica importante quanto à distribuição das manchetes refere-se a veiculação ao longo das edições. As 35 chamadas de capa que abordaram o tema das eleições municipais foram publicadas ao longo de 27 edições. Logo, das 31 edições analisadas, 27 (cerca de 87%) possuíam algum conteúdo relacionado às eleições municipais na primeira página.

7. ANÁLISE QUALITATIVA: ELEIÇÕES DE 2000

Nesta etapa da pesquisa foram selecionadas dentre as reportagens, colunas e editoriais com chamada de capa, aquelas que fariam parte da amostragem para a análise qualitativa. Foram selecionadas uma matéria representativa de cada semana, totalizando um corpus de quatro matérias para cada eleição analisada. Em relação à cobertura da Gazeta do Povo nas eleições municipais de 2000, foram analisadas uma coluna de opinião, duas reportagens jornalísticas e um editorial: “Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba”, “Pesquisa aponta para 2º turno”, “Cássio, 44%; oposição 42%, diz ibope” e “As eleições de hoje”, publicados respectivamente nos dias 10, 13, 22 e 1 de outubro.

A coluna de opinião de Fábio Campana, “Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba” publicada no dia 10 de setembro de 2000, teve como enfoque central a divulgação dos resultados da pesquisa de opinião realizada pelo Instituto Datafolha no dia 5 de setembro. Conforme a pesquisa, o candidato Cassio Taniguchi teria passado de 57% das intenções de voto, na pesquisa realizada no dia 24 de agosto, para 53%, o que representa uma queda de quatro pontos percentuais. Enquanto isso, seus oponentes tiveram crescimento nas pesquisas. Angelo Vanhoni (PT) foi de 12% para 14%, Mauricio Requião foi de 11% para 14% e Forte Neto, de 2% para 5%²⁰. Conforme pode ser observado ao longo da coluna, o tom preponderante da argumentação é a ironia. Em diversos trechos, Campana utilizou as técnicas argumentativas de *Contradição e Incompatibilidade e da Ridicularização* para satirizar as informações que entravam em conflito com uma opinião aceita, destacando o caráter contraditório dessas afirmações.

Ao longo de todo o texto principal da coluna, fica evidente a utilização das duas técnicas combinadas com o objetivo argumentativo de convencer que a queda da intenção de voto de Taniguchi e o aumento da dos oponentes não

²⁰ Instituto Datafolha, 5 de setembro de 2000. Disponível em http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=152

representam nenhuma alteração no quadro eleitoral da cidade. No trecho abaixo, o primeiro parágrafo da coluna, pode-se observar a utilização do recurso de ridicularização da oposição, que teria se enchido de “enormes esperanças”.

Para quem está habituado a subir sem encontrar obstáculos, qualquer escorregão representa bom susto. No Datafolha publicado na quinta-feira, Taniguchi derrapou, perdeu quatro pontos, desceu de 57% para os 53% de hoje e encheu a rapaziada das oposições de enormes esperanças. Houve até quem quase arriscasse a novas profecias, que não faltam profetas e adivinhos também à esquerda. (CAMPANA, 2008)²¹

O recurso de ridicularização tende a combater as opiniões e afirmações que estejam em conflito com o que é aceito naturalmente. Assim, no trecho acima a argumentação destaca o absurdo de se esperar uma mudança no quadro eleitoral apenas por causa dos quatro pontos percentuais perdidos. A argumentação do colunista continua no mesmo tom e com a mesma estratégia argumentativa, utilizando de ironia para confrontar as opiniões divergentes. No texto foram criticadas tanto as reações supostamente exageradas da situação, quanto da oposição.

O colunista utilizou também a técnica de *Contradição e Incompatibilidade* para demonstrar a solidez da taxa de intenção de voto de Cássio Taniguchi, afirmando que poucos candidatos estariam em uma situação tão confortável. Como pode ser visto no trecho abaixo, a argumentação utilizou o próprio resultado da pesquisa divulgada pelo Datafolha para demonstrar a diferença existente entre o total de votos do prefeito e total dos seis candidatos de oposição.

Nem há para tanta preocupação e nem para tanta esperança. Olhando friamente os números do Datafolha, vemos que Cássio Taniguchi tem 53% dos votos em Curitiba. São 17% a mais do que a soma dos seis candidatos adversários, 36%, segundo a pesquisa. É grande a diferença e o prefeito mantém assoalhadas as expectativas de vencer ainda no primeiro turno. Nenhum outro candidato a reeleição nas capitais, com exceção de Antonio Imbassahy, em Salvador, vive situação tão confortável. (CAMPANA, 2008)²²

No trecho acima fica evidente o apelo à lógica formal e ao argumento de *Contradição e Incompatibilidade*. A argumentação apresentada para combater a

²¹ CAMPANA, Fábio. *Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 10 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 10.

²² Idem.

tese de que a pesquisa demonstra uma tendência de queda que poderia alterar o resultado das eleições é a de que existe uma diferença significativa entre o total de votos de Cássio Taniguchi e dos outros candidatos que conferiria às eleições uma estabilidade permanente. Ao público cabe escolher entre uma delas, já que são formalmente contraditórias e antagônicas.

Foi possível verificar a utilização do recurso de ridicularização em outros trechos da coluna de Fábio Campana, todos eles aliados ao uso de ironia, como é típico desse gênero jornalístico. No caso abaixo, trecho final da coluna, Campana ironiza novamente o alarde dado aos resultados da pesquisas de opinião, ressaltando que os quatro pontos percentuais poderiam ser enquadrados dentro da margem de erro da pesquisa.

De bobagens também vive a política e seus atores nestas paragens úmidas do planeta. Na falta de algo melhor, testemunhamos essa pachorrenta campanha eleitoral que não provoca emoções, não modifica opiniões, e só ganha tostões de emoção quando a pesquisa faz oscilar o favorito dentro da curta margem de erro. Haja engov. (CAMPANA, 2008)²³

No fechamento do texto central da coluna, o orador ironiza também a ritmo lento (pachorrento) da campanha eleitoral, que seria entediante, “não provoca emoções” e despolitizada, “não modifica opiniões”. Essa construção textual reforça sobremaneira a argumentação central de Campana, desenvolvida ao longo do texto, de que é uma atitude ridícula e equivocada, interpretar o resultado da pesquisa do dia 5 de setembro como uma tendência que alteraria a dinâmica eleitoral na cidade. A argumentação destacou o ridículo dessa suposição na última frase da coluna, onde afirmou-se, de modo extremamente irônico, que e a eleição havia sido tão monótona que apenas parecia minimamente emocionante devido a pequena oscilação da pesquisa de opinião, que, ainda assim, poderia estar classificada dentro da margem de erro estabelecida para esses recursos estatísticos.

Nas notas políticas apresentadas no fim da coluna, Fabio Campana dedicou ainda duas delas à eleição municipal em Curitiba. Na primeira, o autor relatou a

²³ CAMPANA, Fábio. *Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 10 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 10.

crítica irônica do então senador Roberto Requião (PMDB) ao prefeito Cássio Taniguchi, que não teria cumprido a promessa de realizar as obras de urbanização da BR-116. Conforme pode ser observado no trecho abaixo, a apresentação da crítica também se baseou na utilização da técnica argumentativa do *Ridículo*.

O senador Roberto Requião, do PMDB, continua a cobrar as obras de urbanização da BR -116 prometidas pelo prefeito Cássio Taniguchi na eleição anterior. “Com tantas promessas e vendendo tantos sonhos irrealizáveis eles se parecem com Alice no País das Maravilhas”. (CAMPANA, 2008)²⁴

Acima, observa-se o tom de ironia e o recurso da ridicularização na comparação feita entre as promessas políticas do prefeito e os “sonhos irrealizáveis” típicos dos contos de fada. Ao relatar a crítica, Campana amplifica a abrangência e poder argumentativo do recurso da ridicularização, tanto por veiculá-la em um jornal de circulação estadual, quanto por atribuir ao comentário o seu prestígio político.

Outra nota publicada na coluna no mesmo dia tratou do tema metrô curitibano, dando espaço para uma declaração do prefeito Cássio Taniguchi. Dessa vez, verificou-se a utilização da técnica argumentativa de *Direção*.

O metrô de Curitiba sai, garantem os assessores de Cássio Taniguchi, lembrando que há recursos a juros quase negativos oferecidos pelo Japão para viabilizar a obra. “Será um metrô inovador. Mais barato na construção, mais eficiente no uso, melhor em todos os sentidos para os curitibanos”, diz o próprio prefeito e candidato a reeleição. (CAMPANA, 2008)²⁵

O trecho acima pode ser compreendido como um apelo à técnica argumentativa de *Direção*, visto que destaca a projeção de uma meta para o futuro. Essa técnica é extremamente freqüente no discurso político-eleitoral já a apresentação de propostas, metas e projetos, que serão cumpridos caso o candidato seja eleito, configuram-se como um dos pilares das plataformas políticas.

²⁴ CAMPANA, Fábio. *Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 10 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 10.

²⁵ Idem.

As duas matérias jornalísticas analisadas têm como enfoque a cobertura dos resultados das pesquisas de intenção de voto dos Institutos Datafolha e Ibope, divulgados nos dias 12 e 21 de setembro. Em nenhuma das duas são colhidos depoimentos dos candidatos sobre a alteração dos resultados ou trazidos especialistas para analisarem as repercussões nas campanhas. Apesar das matérias estarem focadas no resultado das pesquisas de opinião, elas foram escolhidas para a amostragem por serem as únicas matérias da segunda e terceira semana analisada que trataram especificamente das eleições municipais em Curitiba.

A primeira delas, “Pesquisa aponta para 2º turno” publicada no dia 13 de setembro, teve como enfoque a cobertura da primeira pesquisa de opinião na qual foi indicado a realização do segundo turno na capital. A pesquisa realizada pelo Instituto Ibope, em parceria com a Rede Globo e TV Paranaense, demonstrou que a taxa de intenção de voto de Cássio Taniguchi diminuiu quatro pontos percentuais em duas semanas, passando de 53% para 49%. A mesma pesquisa garantia a Ângelo Vanhoni o segundo lugar, com 16% das intenções de voto, seguido de Mauricio Requião, com 13%, Forte Neto, com 5% e Eduardo Requião, com 2%.

Ao longo da matéria, os resultados são descritos e comparados com dados de pesquisas anteriores. Assim, a reportagem demonstrou a tendência de crescimento da oposição, destacando a probabilidade de a disputa ser estendida para o segundo turno. A interpretação dos dados de modo a valorizar a possibilidade de o prefeito não ser escolhido no primeiro turno pode ser compreendida como uma utilização da técnica argumentativa de *Probabilidade*. A argumentação é construída ao longo de toda a reportagem, mas o trecho abaixo sistematiza de forma adequada a utilização.

A tendência de queda, já exibida pelo Datafolha/GP dia 7 último, colocou de vez em alerta a coligação *Movimento Curitiba sempre com você*, sobretudo porque Ângelo Vanhoni cresceu 6% no mesmo intervalo, Mauricio Requião mais 2% e Forte Neto outros 3%, o suficiente para acirrar a disputa e fazer ressurgir a realização de 2º turno. A diferença de votos para Cássio, no comparativo com

os demais postulantes juntos caiu pela metade, para 13%. (GAZETA DO POVO, 2000).²⁶

Como pode ser observado nesse trecho, o relato e análise dos dados fornecidos pela pesquisa de opinião destacaram a probabilidade de realização de segundo turno na escolha do prefeito de Curitiba. Até a data da publicação dessa pesquisa, a vitória de Cássio Taniguchi era dada como certa logo no primeiro turno, tendo por isso motivado uma campanha considerada monótona e pouco propositiva.

A segunda reportagem jornalística analisada nesta etapa da pesquisa “Cássio, 44%; oposição 42%, diz Ibope”, publicada no dia 22 de setembro, tratou da cobertura dos resultados da pesquisa de opinião realizada pelo Instituto Ibope, entre os dias 18 e 20 de setembro. Conforme os resultados da pesquisa, a taxa de intenção de voto de Cássio Taniguchi caiu mais cinco pontos percentuais, passando de 49% para 44%. Ângelo Vanhoni ocupava o segundo lugar, com 17%, seguido de Mauricio Requião (14%), Luis Forte Neto (8%), Eduardo Requião (2%), Jamil Nakad (1%) e Diego Studze, que atingiu 1% das intenções de voto

A reportagem deu destaque para a liderança de Cássio Taniguchi na disputa, apresentando a possibilidade de segundo turno apenas no final do texto. No lead da matéria, o uso da técnica argumentativa de *Probabilidade* destacou apenas a alta taxa de intenção de voto do prefeito, o que sugere que ele deveria ser o candidato eleito.

O prefeito Cássio Taniguchi (PFL) continua liderando as intenções de voto em Curitiba. É o que mostra a pesquisa do Ibope divulgada ontem pela TV Paranaense. Na sondagem do último dia 12, ele tinha 49% das intenções dos eleitores. Agora tem 44%. Já Ângelo Vanhoni (PT) que tinha 16% passou para 17%. O candidato do PMDB, Mauricio Requião, que aparece em terceiro lugar passou de 13%, para 14% (GAZETA DO POVO, 2000).²⁷

No trecho acima, verificou-se que a redação abordou a queda da intenção de voto de Cássio Taniguchi sem alarde, destacando a continuidade da liderança

²⁶ REDAÇÃO GAZETA DO POVO. *Pesquisa aponta para 2º turno*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 13 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 13.

²⁷ REDAÇÃO GAZETA DO POVO. *Cássio, 44%; oposição 42%, diz Ibope*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 22 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 10.

e não a diminuição do número de votos. Tal opção argumentativa demonstrou apenas que a probabilidade de que Taniguchi fosse eleito era muito maior do que a dos outros candidatos. No final da reportagem é informado, de forma sucinta, que a soma da intenção de voto de todos os candidatos de oposição totalizava 42%: “Com esses resultados, os candidatos da oposição têm juntos 42%, o que poderia forçar um segundo turno. Na sondagem anterior, os opositoristas somavam 26%”.

O último conteúdo analisado foi o editorial “As eleições de amanhã”, publicado no dia 1 de outubro. Ao longo do texto foram abordadas as características e diferenças das eleições realizadas naquele dia. Uma característica importante citada logo no início do texto foi a utilização das urnas eletrônicas pela primeira vez, em todo o país, nas eleições daquele ano. Como pode ser observado no trecho abaixo, a implementação das urnas eletrônicas foi apresentada como uma inovação tecnológica importante que colocaria o Brasil em posição de destaque perante os outros países

O Brasil, com efeito, é o primeiro país em todo o mundo a recorrer maciçamente à urna informatizada, para a qual saltou diretamente do voto manual, sem passar pelo sistema intermediário da máquina mecânica de votar utilizado em nações como os Estados Unidos. É que entre nós a multiplicidade de partidos e de candidatos tornava desaconselhável instalar mecanismos para o leitor escolher entre dezenas de postulantes. (GAZETA DO POVO, 2000. p 22)

No trecho acima, verificou-se a utilização da técnica argumentativa de *Superação* no tratamento dado a implementação das urnas eletrônicas nas eleições. Tal técnica consiste em demonstrar a relação entre duas situações sucessivas, destacando os aspectos bem-sucedidos e vitoriosos da segunda em relação à primeira. No caso acima, essa segunda situação referiu-se ao processo de informatização das eleições, destacando-se a liderança brasileira e a superação em relação a todos os outros países.

A relevância do tema no editorial pode ser explicada devido ao fato de que as eleições de 2000 foram as primeiras em que a votação foi inteiramente realizada através das urnas eletrônicas. A novidade exigia esclarecimentos sobre o funcionamento do processo e os eleitores tinham de aprender como usar a urna.

As eleições de 2000 também contaram com mais uma novidade. Foram as primeiras eleições municipais em que os prefeitos puderam se candidatar a reeleição, sem terem que se afastarem do cargo no período anterior. A característica também foi abordada no editorial, com destaque para as conseqüências dessa forma de disputa. A construção textual, desse modo, pode ser entendida como um recurso a técnica argumentativa de *Vinculo Causal*.

No caso dos prefeitos, ainda, a introdução da sistemática da reeleição sem afastamento do cargo trouxe uma realidade nova, em que o ocupante atual da cadeira submete seu desempenho a um verdadeiro referendo, mas enfrenta a restrição de polarizar contra seu nome todos os demais candidatos, numa disputa que se acirra à medida que fica próximo o dia da decisão. (GAZETA DO POVO, 2000. p 22)²⁸

No trecho acima, o editorial aponta duas conseqüências da mudança no formato das eleições que passaram a permitir aos ocupantes de cargos executivos que concorressem ao mesmo cargo, sem se afastarem do poder. A primeira delas foi a realização de uma eleição plebiscitária, no modelo dos referendos, em que a decisão fica focada no sim ou no não, ou seja, os eleitores decidem pela continuidade ou não do prefeito. A segunda conseqüência teria sido a polarização de todos os candidatos contra aquele que tenta a reeleição.

Outra característica do editorial que mereceu destaque nesta análise referiu-se ao trecho final do texto, em que são abordados os eixos comuns nas plataformas políticas dos candidatos à prefeitura. Conforme o editorial, todos os candidatos de maior visibilidade teriam proposto descentralização do poder da prefeitura e distribuição desse entre as unidades regionais e a criação de modelos de autogestão, como o orçamento participativo.

As eleições municipais tradicionalmente giram em torno de temas locais, embora os analistas tentem deduzir a partir delas tendências gerais. O que o eleitor tem em mente, quando deposita o seu voto, é quem será o administrador do espaço público de sua cidade no período dos próximos quatro anos. (...) Ao cargo central de prefeito os candidatos de maior visibilidade registraram plataformas todas de um núcleo semelhante, com matizes ao centro ou mais à esquerda conforme sua extração partidária. Assim, todos se propõem a conferir mais democracia ao sistema, distribuindo poder para os bairros via fortalecimentos das unidades regionais como autênticas subprefeituras, e reforçando o compromisso com modelos de autogestão tal o orçamento participativo. (GAZETA DO POVO, 2000. p 22)

²⁸ “Cássio, 44%; oposição 42%, diz ibope”

O trecho acima pode ser classificado enquanto um uso da técnica argumentativa de *Direção*, visto que os eixos consensuais entre os candidatos foram apresentados enquanto propostas para a cidade, que deveriam ser implementadas independentemente de quem fosse eleito. Destacou-se como um elemento intrigante a defesa de uma gestão descentralizada e com destaque para participação popular, por meio de mecanismos de autogestão devido a essas serem pautas tradicionais dos movimentos populares e dos partidos de esquerda, principalmente do Partido dos Trabalhadores (PT). A primeira iniciativa de Orçamento Participativo, com esse nome e características, teria sido implementada por na prefeitura petista de Porto Alegre, em 1989²⁹.

O argumento de *Direção* aplicou-se também no trecho dedicado a tratar do tema da segurança pública, apresentado pelo Jornal Gazeta do Povo como principal problema dos curitibanos naquela eleição. Foram apresentadas, de forma sucinta, as principais propostas dos candidatos para diminuir a violência na cidade.

Também reconhecem a demanda coletiva por segurança, enfrentando a questão com propostas que vão desde a recriação da Secretaria Municipal de Segurança, passando pela colocação da Guarda Municipal no policiamento efetivo até apoio à estrutura atual de segurança: construção de núcleos integrados pelas forças policiais, mais serviços de resgate social e de remoção de vítimas emergenciais. Tudo temperado por participação popular, vitalizando os Conselhos Comunitários de Segurança. (GAZETA DO POVO, 2000. p 22).

A apresentação das principais propostas dos candidatos para o tema da violência – recriação da Secretaria Municipal de Segurança (Mauricio Requião), colocação da Guarda Municipal no policiamento efetivo (Luis Forte Neto) construção de núcleos integrados (Cássio Taniguchi), mais serviços de resgate social e de remoção de vítimas emergenciais (Cássio Taniguchi) e revitalização dos Conselhos Comunitários de Segurança (Ângelo Vanhoni) – pode ser compreendida como um recurso ao argumento de *Direção*, pois destacou a importância de cada uma das metas propostas para diminuir o problema da violência e garantir mais segurança aos moradores.

²⁹ PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. Disponível em http://www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?p_secao=1

A preocupação com o tema da violência foi verificado também em outra reportagem da edição publicada no dia 1 de outubro de 2000. Na reportagem “Muitos desafios esperam a nova administração municipal”³⁰, que não recebeu chamada de capa, o tema é apresentado como a maior queixa da população. Segundo a reportagem “a questão da violência é vista como a mais séria para o curitibano e que deve merecer prioridade da nova administração para os próximos quatro anos”. A reportagem também cita os problemas das ocupações irregulares, saneamento básico, poluição ambiental, saturação do trânsito, com reflexos no transporte coletivo, e integração com municípios da Região Metropolitana de Curitiba.

³⁰REDAÇÃO GAZETA DO POVO, *Muitos desafios esperam a nova administração municipal*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 1 de outubro de 2000. Paraná. Caderno 1. p12.

8. ANÁLISE QUALITATIVA 2008

Na etapa qualitativa da pesquisa foram analisadas mais profundamente as matérias e reportagens cujas manchetes fizeram referência direta à temática das eleições municipais em Curitiba. Para que a análise pudesse ser mais criteriosa, optou-se pela seleção de uma amostragem entre as matérias publicadas no período. Foram selecionadas uma reportagem representativa de cada semana, totalizando um corpus de quatro matérias para cada eleição analisada. Em relação à cobertura da Gazeta do Povo, em 2008, foram analisadas as reportagens das manchetes: “Datafolha: em Curitiba, só o que cresce é a rejeição”, “Não tenho compromissos para 2010”, “Denúncia sobre fantasmas altera o clima eleitoral em Curitiba”, “Os desafios para o próximo prefeito”, publicadas nos dias 7, 12, 18 de setembro e 5 de outubro, respectivamente.

O objetivo desta etapa da pesquisa é analisar as características da cobertura, os padrões do texto jornalístico, a forma de tratamento dado aos temas e acontecimentos durante as eleições. Por isso optou-se por analisar mais exaustivamente um conjunto menor de textos. Para auxiliar essa etapa da pesquisa, foi utilizada como ferramenta metodológica a classificação das técnicas argumentativas, com base na Teoria da Argumentação, de Chaim Perelman e Lucie Olbrecht-Tyteca (1996).

A primeira matéria analisada, “Datafolha: em Curitiba, só o que cresce é a rejeição”, publicada no dia 7 de setembro de 2008, abordou o resultado da pesquisa de intenção de voto realizada pelo Instituto Datafolha, encomendada pela Rede Paranaense de Comunicação (RPC) e pela Gazeta do Povo, divulgada no dia anterior. Conforme a pesquisa, Beto Richa (PSDB) mantinha a liderança isolada com 71% das intenções de voto, enquanto Gleisi Hoffmann (PT) continuava em segundo lugar, com 15%³¹. Os dois candidatos mantiveram

³¹ Instituto Datafolha, 6 de setembro de 2008. Disponível em http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=717

exatamente os mesmos índices de intenção de votos (71% e 15%) verificados na pesquisa anterior, realizada pelo Instituto nos dias 23 e 24 de agosto.

Assim, a divulgação apenas dos resultados principais da pesquisa não resultaria em uma informação nova para o público. A reportagem analisada, entretanto, deu destaque para a rejeição aos candidatos, pegando como gancho o aumento de quatro pontos percentuais no índice de rejeição de Gleisi Hoffmann (PT), Carlos Moreira Júnior (PMDB), Maurício Furtado (PV) e Ricardo Gomyde (PCdoB) verificados na pesquisa do Datafolha. Esse conteúdo da pesquisa é apresentado logo no início da matéria, no local dedicado ao lead: “O cenário eleitoral em Curitiba continua inalterado, a menos de um mês das eleições municipais. Mas o que mais chama atenção é o aumento do índice de rejeição dos candidatos de oposição à reeleição do prefeito Beto Richa(...)”. (DEDA e RUPP, 2008)³². Conforme o resultado da pesquisa, a rejeição de Hoffman era de 24%, em 6 de setembro. Bruno Meirinho (PSOL) e Fabio Camargo (PTB) teriam 23%, Carlos Moreira Junior (22%), Lauro Rodrigues (17%), Maurício Furtado (16%) e Ricardo Gomyde (14%). Beto Richa seria o candidato com menor índice de rejeição, com os mesmos 7% da pesquisa anterior.

Ao longo da reportagem são apresentados os depoimentos do diretor do Instituto Paraná Pesquisas, Murilo Hidalgo e dos candidatos Fabio Camargo, Carlos Moreira, Ricardo Gommyde e Beto Richa. No trecho abaixo, é possível verificar a utilização da técnica argumentativa de *Vínculo Causal e Fins Meios* junto ao depoimento de Hidalgo.

Segundo o diretor do Instituto Paraná Pesquisas, Murilo Hidalgo, o fato de não aumentar a rejeição do prefeito, apesar do aumento das críticas dos adversários na propaganda eleitoral gratuita de rádio e televisão, deve levar a uma nova fase da campanha eleitoral: “A partir de agora, depois do feriado, acredito que os adversários do prefeito devem deixar a crítica e partir para a denúncia, a fim de tentar aumentar a rejeição do prefeito”, afirmou Hidalgo. “O resultado mostra que as críticas não têm atingido o prefeito.” (DEDA e RUPP, 2008)³³

³² DEDA, Rhodrigo e RUPP, Isadora. Rejeição de opositores aumenta e Beto mantém folga nas pesquisas. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 7 de setembro de 2008..

³³ DEDA, Rhodrigo e RUPP, Isadora. “Rejeição de opositores aumenta e Beto mantém folga nas pesquisas”. In Gazeta do Povo, 2008.

Fica evidente, no trecho acima, a valorização de uma relação de sucessão entre dois fatos distintos: 1) a divulgação do baixo índice de rejeição do prefeito e 2) uma suposta mudança de atitude por parte dos adversários de Beto Richa, que passariam a adotar uma postura mais agressiva durante a campanha. Os dois fatos são apresentados como submetidos a uma relação de causa-efeito, é a constatação de que as críticas não surtiram efeito (visto que Beto Richa manteve-se com o mesmo índice de intenção de voto e de rejeição da última pesquisa) que motiva e influencia a provável mudança de comportamento. Além do argumento baseado no *Vínculo Causal*, o trecho acima também se apóia na técnica de *Fins e Meios*, visto que a mudança de posição dos adversários teria como finalidade “tentar aumentar a rejeição do prefeito”. De certa forma, essa argumentação evidencia que as ações dos opositores de Beto Richa são apenas um meio para se conquistar determinado objetivo, que é diminuir o número de votos do candidato, aumentando as chances de levar a disputa para o segundo turno e reverter o favoritismo de Richa.

Foi possível verificar também a utilização da técnica argumentativa de *Contradição e Compatibilidade* quando a reportagem tratou da confiabilidade das pesquisas eleitorais. Esse foi um questionamento comum dos adversários políticos de Beto Richa, que explicavam os altos índices de aprovação do prefeito com a possibilidade de manipulação dos resultados. A utilização da técnica de *Contradição e Incompatibilidade*, baseada na categoria dos Argumentos Quase lógicos, que tem como princípio a demonstração de que a tese do adversário é incompatível com a realidade. Assim, a técnica consiste em opor duas teses como contraditórias e inconciliáveis, entre as quais caberá ao auditório escolher apenas uma.

Muito embora a pesquisa use de métodos científicos, os candidatos Fabio Camargo e Carlos Moreira acreditam que ela não demonstra a realidade. Para o peemedebista, a margem de erro é muito grande e o número de entrevistados, pequeno. “Diariamente durante a campanha percebo a receptividade das pessoas quanto as minhas propostas e insatisfação com relação a atual administração. Tenho certeza de que o meu porcentual de

aprovação é muito maior do que o apresentado”, disse Moreira, por meio de sua assessoria. (DEDA e RUPP, 2008)³⁴

No exemplo acima, é possível identificar o uso da técnica visto que estão contrapostas duas argumentações contraditórias: ao auditório cabe optar por aceitar como verdadeiro e confiável os “métodos científicos” utilizado nas pesquisas ou confiar na percepção de Carlos Moreira. O apoio a uma das teses, invalida formalmente a possibilidade de apoiar a outra visto que a lógica formal desse tipo de técnica baseia-se na exclusão do incoerente.

Na mesma matéria a técnica de *Contradição e Incompatibilidade* é utilizada novamente quando é apresentado o depoimento do candidato Fábio Camargo. Neste trecho o uso da técnica fica ainda mais evidente visto que o candidato argumenta que a pesquisa é insatisfatória devido ao pequeno número de eleitores entrevistado (814).

Já Camargo afirmou, também por meio de sua assessoria de imprensa, que não considera o levantamento uma pesquisa, e sim uma enquete, por conta do número baixo da amostragem. O candidato do PTB afirma que já visitou cerca de 180 mil residências. Para Camargo, o índice real dele deve ser de 5%.(DEDA e RUPP, 2008)³⁵

Desse modo, Camargo crítica a eficiência da pesquisa, comparando-a com uma enquete, e opõe o resultado obtido através da amostragem realizada com 814 eleitores (da pesquisa oficial) com a percepção do apoio recebido nas 180 mil residências que teria visitado. A força discursiva do trecho selecionado procura demonstrar a impossibilidade lógica de se aceitar o resultado da pesquisa como verdadeiro, tendo ela uma amostragem pequena e que se confirma no apoio recebido durante a campanha.

Gommyde e Richa também são entrevistados pela reportagem. Para o candidato do PCdoB, “ser o segundo com menos rejeição é um dado a comemorar”. Já o prefeito declarou que o resultado é consequência do bom

³⁴ DEDA, Rhodrigo e RUPP, Isadora. “Rejeição de opositores aumenta e Beto mantém folga nas pesquisas”. In Gazeta do Povo, 2008.

³⁵ DEDA, Rhodrigo e RUPP, Isadora. “Rejeição de opositores aumenta e Beto mantém folga nas pesquisas”. In Gazeta do Povo, 2008.

trabalho desempenhado e que será um incentivo para “toda equipe trabalhar ainda mais”, estabelecendo-se assim o uso da técnica de *Vinculo Causal*.

O tucano Beto Richa avaliou que o resultado da pesquisa é reflexo do trabalho “transparente” feito pela prefeitura, e que os curitibanos acompanham as transformações da gestão no dia-a-dia. “Recebemos com muita humildade, é um estímulo para nós e toda a equipe trabalhar ainda mais. Foi uma injeção de ânimo”, disse o prefeito. Cauteloso, Richa afirmou não estar de salto alto. “Estamos trabalhando para ganhar a eleição.” (DEDA e RUPP, 2008)³⁶

Pode-se perceber no trecho acima o destaque dado à relação entre os acontecimentos, apresentada como submetida a uma ligação de causalidade. O “trabalho ‘transparente’ feito pela prefeitura” e as “transformações da gestão” são apresentados como causa do alto índice de aprovação de Beto Richa, enquanto o resultado da pesquisa também é entendido como um fato que trará uma consequência: toda equipe trabalhar ainda mais.

A segunda reportagem analisada, “Não tenho compromissos para 2010”, publicada no dia 12 de setembro, tratou da sabatina realizada com Beto Richa pelos jornalistas da Gazeta do Povo. Pode-se perceber o destaque dado a alguns temas do debate eleitoral. Logo no lead da matéria é citada a eleição de 2010 para o governo do Estado, na qual o candidato não destacaria participar. “O prefeito garante que não teria obrigação de apoiar o senador Osmar Dias para governador”. Durante a campanha, Richa foi constantemente acusado pela oposição de que, se caso eleito, largaria o cargo de prefeito em dois anos para disputar e se eleger governador do estado, o que era apontado como uma falta de compromisso com o eleitorado.

No dia 12 de setembro, Richa possuía um índice de intenção de voto de 74% e a aprovação popular do seu primeiro mandato estava em 82%. Entre os temas destacados na entrevista estiveram os resultados das pesquisas de opinião, as eleições de 2010 para o governo do Estado, caso dos funcionários fantasmas na Assembleia Legislativa, a proibição do nepotismo, transparência das contas da prefeitura, doadores e financiamento da campanha, relações com o governador do estado, obras em ano eleitoral, projeto do metrô curitibano, Linha verde, transporte

³⁶ DEDA, Rhodrigo e RUPP, Isadora. “Rejeição de opositores aumenta e Beto mantém folga nas pesquisas”. In Gazeta do Povo, 2008.

coletivo, radares, gastos com publicidade, creches e Região Metropolitana de Curitiba. A sabatina realizada com Beto Richa contou com a participação de nove jornalistas e teve duração de 2h30. Nos trechos selecionados da entrevista pela redação da Gazeta do Povo como as que melhor representam e sistematizam as respostas do candidato alternam-se posturas defensivas e propositivas.

Nas questões que exigiam dele uma postura mais defensiva, Richa utilizou com frequência a técnica argumentativa da *contradição e incompatibilidade*, forma de demonstrar o equívoco da crítica utilizando uma postura mais racional do que a acusação mútua. A utilização dessa estratégia argumentativa pode ser vista na resposta a pergunta sobre o caso dos funcionários fantasmas da Assembleia Legislativa, do qual Richa foi acusado de envolvimento.

Esse caso aconteceu na Assembleia Legislativa, com outra pessoa. Nem cheguei a ser intimado pelo Ministério Público para depor (falando sobre as denúncias de que seu ex-chefe de gabinete Ezequias Moreira Rodrigues manteria a sogra empregada na Assembleia, sem ela ter trabalhado na Casa realmente). Nunca tive indícios de que isso pudesse ocorrer. O Ezequias sempre teve conduta ilibada. Esse foi seu único deslize. (ALVES e LEITÓLES, 2008)³⁷.

No exemplo acima, Richa não rebate a acusação em si, mas esforça-se em demonstrar que o princípio no qual ela se baseia é incompatível com a realidade dos fatos. Afirmar que não sabia que o ex-chefe de gabinete Ezequias Moreira Rodrigues mantinha a sogra empregada na Assembleia invalida formalmente a acusação de envolvimento no esquema e torna desnecessário qualquer outro tipo de argumentação enquanto a acusação não apresentar provas.

O argumento se repetiu quando Richa foi questionado sobre as eleições de 2010, nepotismo, transparência, doadores e financiamento da campanha. Em todos os casos em que o candidato precisou se defender, o trecho escolhido pela redação da Gazeta do Povo para sistematizar a resposta do prefeito apresentou o argumento de *contradição e compatibilidade*. Como pode ser observado do

³⁷ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

trecho abaixo, quando Richa é questionado sobre se irá concorrer ou não ao cargo de governador em 2010:

Era de se esperar que, com os altos índices de aprovação e de intenção de votos e o baixo índice de rejeição, despertássemos a atenção não só do estado, mas do Brasil. Fui considerado o melhor prefeito do Brasil. Mas faço política para servir, não tenho obsessão por cargos. No caso da reeleição, sempre disse que o povo iria dizer se eu concorreria ou não. Hoje, digo que estou concorrendo à reeleição, ao mandato de quatro anos. Não avalio a possibilidade de disputar o governo (do estado em 2010). Não apóio ninguém, nem (o senador do PDT e pré-candidato ao governo estadual) Osmar Dias. Não tenho compromissos para 2010. Ainda está distante. (ALVES LEITÓLES, 2008)³⁸.

Neste exemplo pode ser observada a utilização de duas estratégias para invalidar a crítica. Inicialmente, Richa argumenta que são os bons índices de aprovação e de intenção de votos que o fizeram ser acusado de disputar um mandato que não pretendia cumprir integralmente. Dessa forma, demonstrou a incompatibilidade de seus acusadores que supostamente o criticariam por fazer um bom trabalho. No segundo momento, o candidato destacou a distância entre as duas eleições e a sua falta de compromisso firmado com relação à disputa em 2010. Apesar de a eleição municipal em Curitiba ser costumeiramente apontada como uma prévia que mede a força dos partidos e grupos políticos que concorrem à eleição do governo do Estado, Richa se esforçou em apresentar os eventos como isolados e distantes um do outro.

Outro exemplo do uso da técnica de *contradição e compatibilidade* que deve ser destacado nesta análise refere-se ao trecho selecionado da resposta de Beto Richa a pergunta sobre nepotismo. Como foi observado na análise quantitativa das manchetes centrais, nepotismo configurou-se como um tema importante na cobertura do jornal Gazeta do Povo durante o mês de setembro após a decisão do Supremo Tribunal Federal que tornou ilegal a contratação de parentes em até 3º grau e cônjuges. O tema recebeu repercussão em três manchetes principais, todas elas com referência direta ao nome do governador Roberto Requião, que mantinha a esposa Maristela e os irmãos Eduardo e

³⁸ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

Mauricio Requião em cargos do poder executivo estadual. Assim como Requião, Beto Richa também mantinha a esposa e o irmão em cargos públicos. Fernanda Richa é diretora da Fundação de Ação Social (FAS) e José Richa Filho é secretário municipal de Administração.

Sou contra o nepotismo, que para mim é (o político) usar de suas prerrogativas para arrumar um encosto para parentes, para que tenham um salário no fim do mês. Meu irmão era secretário, mas foi testado e atestado no cargo. Quanto à Fernanda (Richa, sua esposa), é tradição no país a primeira dama ocupar a função social. Não avaliei se voltarão (depois das eleições, preenchendo cargos de secretários). Eles estão afastados, cuidando da campanha. Mas quero dizer que respeito a lei e que não terei dificuldade para decidir. Minha família não está atrás de emprego. Ainda falta tempo para a eleição. Depois pensarei na equipe. (ALVES LEITÓLES, 2008)³⁹.

No trecho acima fica evidente o uso da técnica de *contradição e incompatibilidade*. Richa se posiciona contra o nepotismo, definindo-o como “encosto para parentes, para que tenham um salário no fim do mês”, enquanto defende a competência da esposa e do irmão e argumenta que a “família não está atrás de emprego”. Dessa forma, a argumentação tende a procurar convencer de que, como os familiares são competentes e não precisam do salário, a prática do nepotismo seria incompatível com o trabalho desempenhado pelos dois.

Tenho obras em toda cidade, não podem me acusar (de serem eleitoreiras), porque estão sendo feitas desde o primeiro ano de mandato. O governo do estado nos cortou R\$ 64 milhões em financiamentos e por isso algumas ficaram para depois. Não faço questão de ter meu nome (ligado a uma obra específica). Faço questão de atender pessoas. Muitos me perguntam se não vou deixar uma grande obra para que lembrem do meu mandato e eu digo que isso não é necessário. (ALVES LEITÓLES, 2008)⁴⁰.

Destacou-se também a prioridade dada durante a redação da reportagem sobre a sabatina ao tema do *Trânsito e Transporte Público*, no qual o atual prefeito assumiu um tom mais propositivo, baseado no argumento de *Direção*. Entre os trechos dedicados a questão do transporte o argumento dominante foi

³⁹ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

⁴⁰ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

sempre o de direção, mesmo quando o candidato procurava combater as críticas feitas pelos adversários políticos. No trecho abaixo, Richa defendeu o projeto do metrô apresentando-o como uma meta a ser realizada em breve, já com prazos estabelecidos.

O metrô é inadiável. A necessidade de um transporte de massa como o metrô, que será subterrâneo, é evidente e será feito com ou sem o governo federal. Vários órgãos internacionais se mostraram com vontade de financiá-lo, como Banco Interamericano de Desenvolvimento, o BID. As obras começam em 2010, mas a partir do ano que vem será iniciada a execução do projeto. (ALVES LEITÓLES, 2008)⁴¹.

A força argumentativa do trecho reside na projeção para o futuro de uma situação apontada como melhor do que o presente e na qual a intervenção do orador é fundamental para a conquista dessa melhoria. No discurso eleitoral, essa técnica costuma ser associada à apresentação de propostas de ações de governo que serão concretizadas caso o candidato seja eleito. Também foi possível identificar a utilização prioritária dessa técnica nas respostas sobre a construção da Linha Verde, projeto que unirá a cidade no trecho urbano da antiga BR-116, tornando mais rápido o trânsito na cidade.

O que deu para fazer foi isso e está muito bom. Estão previstas duas trincheiras, mas talvez sejam necessárias mais no futuro, mas daí será mais fácil. Esse primeiro trecho ficará pronto em um mês e pouco. Para a construção dos outros trechos serão necessários mais financiamentos, mas o BID já sinalizou que irá financiar. Para a finalização até o Atuba, serão mais dois anos. (ALVES LEITÓLES, 2008)⁴².

No trecho acima, Richa rebate as críticas de que o projeto da Linha Verde não possui trincheiras e viadutos suficientes e de que o projeto tem demorado demais para ficar pronto. Apesar de a defesa ficar clara na argumentação, Richa não assumiu um tom defensivo, mas sim propositivo a respeito do tema, argumentando que “o que deu para fazer foi isso e está muito bom” e colocando os prazos em que as etapas da obras ficarão prontas. O uso da técnica de *Direção*, utilizando como argumento não só o que será feito, mas também em que

⁴¹ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

⁴² ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

prazo foi uma estratégia bastante interessante já que torna mais concreto e tangível o objeto sobre o qual se argumenta.

A mesma forma de argumentação se repete nas respostas sobre transporte coletivo, quando Richa é questionado sobre a implantação dos radares na cidade e sobre as licitações e o preço da tarifa do transporte público de Curitiba. No primeiro caso, Richa mantém o mesmo tipo de argumentação, firmado em um tom propositivo e técnico, com as datas em que suas metas serão alcançadas.

Este ano sairá a licitação, com certeza, para definir quem fará a gestão total. Há previsão de novos radares, em razão dos novos binários, sem necessidade de arrecadação e sim de prevenção de acidentes. O dinheiro arrecadado com as multas é investido em melhorias e em educação de trânsito. (ALVES e LEITÓLES, 2008)⁴³.

No segundo caso, entretanto, a seleção escolhida pela redação do Jornal Gazeta do Povo apresenta uma diferença. No trecho abaixo é possível perceber uma valorização argumentativa da imagem de Beto Richa. É ele quem “garante” que a licitação do transporte coletivo sairia em 2008, assim como é a confiança e a força argumentativa da imagem do prefeito que sustenta a argumentação de que o eleitor deve esperar por uma tarifa do transporte público “justa e acessível”. Na Teoria da Argumentação, o apelo argumentativo da imagem do orador, quando seus atos, juízos e crenças são utilizados como prova ou validação da tese defendida, é uma técnica argumentativa conhecida como *Pessoa e Seus Atos*.

O metrô é uma obra de longo prazo, mas nos demais eixos são necessárias intervenções pequenas. A licitação do transporte coletivo sairá ainda nesse ano, garanto. (A demora se deve ao fato de que) nunca houve uma licitação desse tipo aqui. Não podemos errar. E não há nenhum tipo de conversa com ninguém nem com os Bertoldi sobre isso (respondendo à pergunta sobre o fato de Osmar Bertoldi ter renunciado à disputa da prefeitura não poderia ser recompensada com favorecimento na licitação, conforme foram feitas insinuações. A família Bertoldi é dona de uma das empresas que explora o transporte coletivo em Curitiba). Quanto à tarifa, pretendo mantê-la no preço que está até quando puder. O eleitor pode esperar que seja dado o mesmo

⁴³ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

tratamento que se deu até agora, o de ter uma tarifa justa e acessível, nem que seja preciso subsidiá-la. (ALVES e LEITÓLES, 2008)⁴⁴.

A terceira matéria analisada, “Denúncia sobre fantasmas altera o clima eleitoral em Curitiba”, publicada no dia 18 de setembro, tratou das denúncias realizadas contra Beto Richa a respeito da existência de supostos funcionários “fantasmas” no gabinete do prefeito quando ele era deputado estadual (1995 a 2000). A expressão funcionários fantasmas refere-se à prática de desvio de dinheiro público realizada por meio da inclusão de pessoas na folha de pagamento, sem que essas estejam realmente trabalhando no local. De acordo com os documentos apresentados pelo advogado Guilherme Gehlen, que denunciou Richa a Polícia Civil do Paraná, três pessoas – Ivo Ferreira de Oliveira, Divair Antônia de Almeida Cardoso e Maria Margarete Ribas Nalovaike – teriam sido mantidas como funcionários fantasmas no gabinete de Richa.

Percebeu-se ao longo de toda a reportagem uma utilização massiva da técnica argumentativa de *Contradição e Incompatibilidade*, identificadas principalmente quando as informações verificadas eram contrapostas aos depoimentos dos envolvidos. No caso abaixo, a técnica é utilizada para destacar o caráter político das denúncias contra o atual prefeito, que poderiam levar a um escândalo que prejudicaria sua vitória nas eleições.

“Um amigo meu me trouxe os documentos e resolvi encarar a situação. Não acho plausível o prefeito ser carimbado com essa aprovação sem passar pelo crivo desse caso. Analisei os dados e vi que eram fortes. Por isso, encaminhei à polícia. Para que apurassem melhor”, disse Gehlen, garantindo saber que a origem da denúncia levada a ele é política. “Mas não tenho vínculo com partido nenhum.” Ele, porém, admitiu que no início da carreira trabalhou em um escritório de advocacia que tinha o PT, que faz oposição a Richa, entre os clientes. “Mas isso faz tempo.” (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁴⁵

Como pode ser observado no trecho acima, a redação da reportagem evidenciou a contradição existente entre a denúncia ter um caráter político (e um potencial eleitoral muito forte) e o denunciante ter trabalhado para o PT no início

⁴⁴ ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. “Não tenho compromissos para 2010”. IN Gazeta do Povo, p 12.

⁴⁵ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In Gazeta do Povo, 2008. P 16.

da carreira, o que é apresentado como um envolvimento político-partidário no caso. A contradição tem como base, exatamente, a falta de isenção do acusador.

Entretanto, a técnica de Contradição e Incompatibilidade não foi utilizada apenas para demonstrar que os candidatos de oposição a Beto Richa tinham interesses político-eleitorais no andamento do processo, como forma de desgastar a candidatura do prefeito. A técnica também foi usada nos trechos que apresentaram os depoimentos dos acusados e do advogado de defesa, Jorge Miguel Piloto Netto. No exemplo abaixo, pode-se averiguar a utilização da técnica voltada a contradizer o depoimento da acusada Divair Antônia de Almeida Cardoso, que afirmou ter trabalhado com Beto Richa na Assembléia Legislativa apenas nos anos de 1995 e 1996, apesar de seu nome ser citado em um ato de nomeação de 1997.

Divair Antônia de Almeida Cardoso, que foi uma das citadas como fantasma, disse à polícia que trabalhou com Richa na Assembléia Legislativa nos anos de 1995 e 1996. Porém, o Ato 140/97 da Comissão Executiva do Legislativo revela que ela foi nomeada para o gabinete de Beto Richa no dia 1º de abril de 1997. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁴⁶

O uso da técnica de *Contradição* apóia-se sempre na lógica formal e no raciocínio matemático, tendo como base a impossibilidade racional de se apoiar duas afirmações contraditórias sobre um mesmo tema, o que torna necessário optar por uma delas ou pela rejeição a ambas. No exemplo acima, entretanto, além da própria lógica formal imanente ao tipo de argumento, verificou-se um apelo maior ao raciocínio formal visto que a tese apresentada como contraponto ao depoimento de Cardoso é um documento jurídico, uma prova institucional, que invalida a tese defendida pela acusada.

O mesmo uso argumentativo se repete na reportagem quando é apresentado o depoimento dado a polícia pela outra acusada, Maria Margarete Ribas Nalovaike, que teria afirmado que nunca trabalhou na Assembléia Legislativa, apesar de seu nome constar em um ato de nomeação.

⁴⁶ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In *Gazeta do Povo*, 2008. P 16.

A outra denunciada, Maria Margarete Ribas Nalovaike, afirmou ao delegado que nunca trabalhou na Assembléia Legislativa. A nomeação dela ocorreu no mesmo ato que nomeou Divair. De acordo com Margarete, quem trabalhou efetivamente para Beto Richa, como motorista, foi o seu falecido marido, Rodolfo Spengler Filho. Segundo ela, seu marido também foi motorista do ex-governador e pai de Beto Richa, José Richa. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁴⁷

Acima, fica evidente o uso da técnica de *Contradição e Incompatibilidade* na frase “A nomeação dela ocorreu no mesmo ato que nomeou Divair”, que demonstrou que a acusada esteve na lista dos funcionários nomeados para trabalharem na Assembléia Legislativa em 1997 apesar de em seu depoimento a polícia ter afirmado que nunca trabalhou para Beto Richa.

O último exemplo do uso de Contradição e Incompatibilidade na reportagem “Denúncia sobre fantasmas altera o clima eleitoral em Curitiba” refere-se às declarações do advogado de defesa, Jorge Miguel Piloto Netto, sobre o caso. O advogado já teria trabalhado para o PSDB, partido ao qual Beto Richa é filiado.

“São acusações vagas. Elas trabalharam para o Beto Richa”, afirmou Netto, alegando desconhecer o ato de nomeação de Divair em 1997. Quanto às declarações de Margarete à polícia, o advogado disse que o depoimento foi “floreado”, pois ela não teria dito o que está no documento e se apresentou ao delegado sem a presença dele. Ele afirmou que vai tomar as medidas cabíveis. Netto garantiu ainda que, atualmente, não está trabalhando para Beto Richa. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁴⁸

No trecho acima, fica evidente a utilização da técnica de *Contradição e Incompatibilidade*. A declaração de Piloto procura argumentar que o depoimento de Maria Margarete Ribas Nalovaike à polícia teria sido adaptado “pois ela não teria dito o que está no documento”. Esse é um argumento que serve para contradizer tanto a atuação da polícia no caso, quanto a culpa da acusada visto que ela não teria, de fato, declarado o que a polícia divulgou a imprensa.

No dia seguinte a publicação da reportagem, o processo movido contra Beto Richa foi encerrado devido ao fato de que o prefeito tem direito a foro privilegiado e só pode ser julgado por autoridade policial competente. Assim, os

⁴⁷ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In Gazeta do Povo, 2008. P 16.

⁴⁸ Idem.

três depoimentos colhidos foram considerados nulos e foram suspensos os interrogatórios. O caso não voltou a ser investigado após o período eleitoral.

A última matéria analisada foi a reportagem de capa “Os desafios para o próximo prefeito”, publicada em 5 de outubro de 2008, dia em que as eleições municipais foram realizadas em todas as cidades do país. Ao longo do texto, que tinha como foco relatar os principais temas urbanos e sociais tratados pelo jornal durante as reportagens da série *Retratos de Curitiba*, são apresentados em um tom propositivo quais deveriam ser as principais ações tomadas pelo candidato eleito em Curitiba para o mandato de 2009 - 2012. Entre julho e setembro de 2008, a Gazeta do Povo produziu uma série de reportagens intitulada *Retratos de Curitiba*, que trouxe a opinião de especialistas e moradores sobre os problemas da cidade. Os principais temas abordados durante a série foram sistematizados e apresentados na reportagem do dia 5 de setembro: habitação popular, política de segurança alimentar, proteção à infância e adolescência, transporte público, relação com a região metropolitana, saúde, meio ambiente, segurança pública, políticas de geração de oportunidades para a juventude, participação popular e lazer e cultura.

A análise da reportagem demonstrou que os temas foram abordados de forma propositiva, indicando quais ações deveriam ser tomadas em cada área tratada. Essa forma de tratar os temas pode ser interpretada como um uso da técnica argumentativa de *Direção*, que é baseada em valorizar as metas a serem alcançadas e o rumo a ser tomado. No trecho abaixo, a redação analisa a política habitacional na cidade e argumenta que não se deve mais optar pela construção de conjuntos habitacionais na periferia. A direção a ser seguida, segundo a argumentação, seria a submissão ao Estatuto da cidade e a participação das comunidades, com poder de decisão, nos programas de regularização.

Nos dois últimos anos, a habitação popular saiu do limbo a que estava condenada. Os investimentos cresceram e com eles a visibilidade do drama da moradia. Apenas em Curitiba, mais de 200 mil habitantes vivem em favelas. Os tempos são outros. Não se resolve o déficit habitacional construindo imensos conjuntos em áreas distantes. A questão hoje é regida pelo Estatuto da Cidade, que oferece mecanismos para garantir o direito à casa. Um desses mecanismos é a participação das comunidades nos programas de regularização e reassentamentos. Se feito “de cima para baixo”,

projetos geram conjuntos novos já favelizados e terrenos recém-regularizados postos à venda. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁴⁹

Conforme analisado, o jornal se posiciona sobre o procedimento que deveria ser adotado como política municipal de habitação em Curitiba, o que se configurou como um argumento de *Direção*. Durante a argumentação, foi dado destaque central a participação popular das comunidades nos projetos de regularização e assentamento, única forma apresentada para evitar que os conjuntos já comecem favelizados ou que os terrenos sejam postos à venda.

Também foi tratado com destaque da política municipal de segurança alimentar e nutricional, entendida como um grande desafio da administração visto que em Curitiba garantir esse direito dependeria da retomada dos vínculos da cidade com a zona rural da região metropolitana e da recuperação de zonas de produção agrícola na cidade.

Uma das marcas dos anos 2000 é o incremento da cultura alimentar – um movimento mundial. No Brasil, o debate foi ajudado pelas campanhas de Betinho e pelo Fome Zero, do qual migrou para as classes médias. O desafio é tornar visível a cadeia alimentar e reafirmar o direito ao alimento seguro. Em Curitiba, esse movimento exige dose extra – é preciso retomar os vínculos da cidade com a zona rural da região metropolitana, de onde sai 30% da produção agropecuária do estado. E quem sabe salvar o que resta por aqui de vida campestre: a capital tem míseros 22 hectares de lavoura – o equivalente a mil e poucas hortas. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁵⁰

O destaque dado ao tema segurança alimentar, conforme foi defendido no texto acima, sofreu influência das campanhas de luta contra fome idealizadas pelo sociólogo Herbert José de Sousa (Betinho) e pelo programa do governo federal Fome Zero, criado em 2003. A solução apontada pelo jornal, entretanto, aponta a solução técnica do problema, destacando a necessidade de incentivar a produção

⁴⁹ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In *Gazeta do Povo*, 2008. P 16.

⁵⁰ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In *Gazeta do Povo*, 2008. P 16.

agropecuária em Curitiba e na região metropolitana, que produziria 30% de toda a produção do estado.

A ampliação dos Centros de Referência em Assistência Social (Cras), é a alternativa defendida pela redação do jornal Gazeta do Povo para ampliar a rede de proteção à infância, prevista no Estatuto da Criança e do Adolescente. Os Cras são unidades de assistência social, geridas pelos municípios e destinadas à prestação de serviços educativos e de convivência, acompanhamento familiar e encaminhamentos a políticas públicas de acesso à renda. Essas unidades estão localizadas em áreas com maiores índices de vulnerabilidade e risco social⁵¹.

Dezoito anos depois da aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), a rede de proteção à infância é uma realidade. Mas existe um ponto em estado de inércia – o das políticas públicas para as famílias. Drogadição, violência, abandono escolar – entre outros – são dilemas que principiam dentro das casas, por conta de pais e mães que foram um dia vítimas do abandono e maus-tratos, repetindo a dose. A “proteção integral à criança”, prevista no ECA, só pode ser plena com acompanhamento também dos pais vulneráveis. É um desafio. Mas a rede tem de ser ampliada. Um dos instrumentos para tanto é a ampliação dos Centros de Referência em Assistência Social, os Cras, que hoje atendem 44 mil famílias de baixa renda em Curitiba. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁵²

Assim, o trecho acima evidencia, mais uma vez, a utilização do argumento de *Direção* para embasar a defesa de uma proposta para a área social da cidade. O foco da solução sugerida é ampliar o acompanhamento das famílias que vivem em situação de vulnerabilidade social, destacando o caráter socioeconômico de problemas como o uso de drogas, violência e abandono escolar.

O tema do transporte público também foi citado entre os 10 principais problemas sociais e urbanos de Curitiba que demandariam uma ação do prefeito eleito no dia 5 de outubro. Verificou-se, entretanto, uma mudança no tom utilizado ao tratar da temática, mais enérgico e agressivo do que nos outros trechos. A redação deu também um destaque central à questão do transporte público, apresentando-o como “o melhor índice de saúde de uma cidade”. A

⁵¹ MINISTERIO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE A FOME, disponível em <http://www.mds.gov.br/programas/rede-suas/protecao-social-basica/paif>

⁵² LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In Gazeta do Povo, 2008. P 16.

argumentação, baseada na técnica de *Direção*, defendeu como solução para o problema a construção do metrô, investimento em ônibus mais seguros, criação de políticas de incentivo ao transporte alternativo, como a construção de ciclofaixas, e a centralização do planejamento urbano na cidade, que estaria descentralizado em vários órgãos.

O transporte público se tornou o melhor índice de saúde de uma cidade. A contar por ele, Curitiba não anda passando muito bem. Os serviços não atendem mais às necessidades da classe média – ilustre ausente no sistema de ônibus, o que redundou no aumento da frota de automóveis, hoje na casa dos 7,5% ao ano. Curitiba precisa de metrô, e de ônibus mais seguros. Gerenciando todo o sistema é preciso ter um homem-forte, que se responsabilize pelo transporte e pelo tráfego, centralizando decisões e planejamentos que hoje estão espalhados por vários órgãos. É preciso alternativa aos carros, já. E políticas de mobilidade mais agressivas e criativas. Por que não a ciclofaixa? (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁵³

Observou-se no trecho acima, a defesa de uma série de ações que têm como foco proporcionar um transporte coletivo mais rápido e seguro e diminuir o trânsito de automóveis nas ruas. A argumentação tem como ponto de partida a apresentação dos dados sobre a problemática na cidade – aumento da frota de automóveis em 7,5% ao ano – para então justificar a necessidade das propostas sugeridas. Destacou-se também a defesa de uma centralização maior dos projetos que tem como foco o planejamento urbano da cidade, o que de certa forma lembrou a forma de funcionamento do Instituto de Pesquisa e *Planejamento* Urbano de Curitiba (IPPUC) nos anos 70. A defesa feita no jornal reivindicou a necessidade de um “homem-forte” gerenciando todo o sistema, “que se responsabilize pelo transporte e pelo tráfego, centralizando decisões e planejamentos que hoje estão espalhados por vários órgãos”.

Sobre a questão da violência na cidade, a reportagem destacou as soluções destinadas a combater as causas do problema, focando a geração de emprego e lazer para as comunidades carentes, visto que “os locais onde mais ocorrem mortes são justamente os bairros com menor renda, onde as pessoas são menos assistidas”. Além dessa sugestão, a redação destacou também a

⁵³ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In *Gazeta do Povo*, 2008. P 16.

necessidade de criarem-se fóruns para discutir o tema: “Uma das saídas é aumentar os fóruns de discussão, tornando públicos os dados e as causas da sociedade do medo”. Todas as soluções sugeridas para a problemática trataram a violência como um problema social, descartando as soluções típicas para conter a criminalidade, como o aumento do policiamento ou construção de novos presídios.

A participação popular, mencionada indiretamente nas outras propostas, também foi tratada com destaque na reportagem. O argumento de *Direção* embasou a defesa de que o modelo participativo deve ser ampliado, contando também com outras instancias de decisão e debate prévios.

Nos últimos três anos, a cidade teve 235 audiências públicas. Para evitar o cunho eleitoreiro dos encontros com a população, audiências precisam ser regulamentadas: participantes têm o direito de saber se propostas serão acolhidas ou não. Outro desafio – que os encontros não virem assembléias de vozes solitárias, recheadas de propostas sem possibilidade de operação. Discussões devem abordar temas que hoje são decididos em quatro paredes, especialmente o planejamento urbano. Modelo participativo exige outras instâncias, como núcleos de debates prévios e garantias de que encontro não será cooptado por funcionários públicos e agregados do poder. (LIMA e KOHLBACH, 2008)⁵⁴

Assim, propôs-se a extensão do modelo participativo, ampliando as questões sobre as quais a comunidade deveria decidir (especialmente o planejamento urbano) e a realização de espaços de discussão anteriores, como forma de evitar o cunho eleitoreiro e o cooptação por funcionários.

A reportagem destacou também a necessidade de promover uma maior integração entre as cidades que compõem a região metropolitana de Curitiba, através de uma “administração regional mais forte”, construção de mais espaços de sociabilidade e lazer, como praças e parques. Ao tratar do tema do meio ambiente, a reportagem destacou a importância em se recuperar as vias fluviais e controlar as emissões atmosféricas, a qualidade do ar e a correta destinação do lixo. Também defendeu que os carrinheiros, “que hoje coletam quase 90% do lixo reciclável de toda a cidade”, fossem remunerados pela atividade. Sobre a saúde, defendeu-se a necessidade de “bom sistema de saúde” e de se erradicar as

⁵⁴ LIMA, Caio Castro e KOHLBACH, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquenta a reta final da campanha*. In Gazeta do Povo, 2008. P 16.

doenças causadas pela falta de estrutura, como falta de infra-estrutura, como leptospirose e hepatite A.

A análise qualitativa das quatro reportagens de 2008, cada uma com um enfoque e abordagem, tornou possível compreender algumas características peculiares da cobertura dessas eleições.

10. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÃO

Análise da cobertura realizada pelo jornal Gazeta do Povo durante as eleições de 2000 e 2008 demonstrou padrões de cobertura com algumas características semelhantes e outras bastante divergentes. Inicialmente, percebeu-se que nos dois períodos o tema das eleições não recebeu com frequência o destaque central de capa. Foram apenas duas manchetes principais dedicadas ao tema em cada ano: “Mais de quatro mil candidatos sobre ameaça da Justiça Eleitoral” e “Resultados das eleições em todo o Paraná saem hoje”, em 2000, e “TRE cassa a candidatura de Belinati em Londrina” e “Os desafios para o próximo prefeito”, em 2008.

Entre os temas abordados na manchete central de cada edição, *Economia* destacou-se como o eixo mais freqüente nos dois períodos analisados. Em 2000, foram sete destaques principais dedicados ao tema, ao longo das 31 edições analisadas, enquanto que em 2008 *Economia* totalizou nove inserções nas manchetes principais. Nos dois períodos, discutia-se as conseqüências de crises econômicas de proporções mundiais que se desenvolviam: crise do petróleo (2000) e crise do setor imobiliário (2008).

Quando se observou a abrangência dos temas tratados nessas chamadas centrais, descobriu-se que, nos dois períodos analisados, os acontecimentos e assuntos de repercussão nacional estiveram com mais freqüência na posição de destaque de capa do jornal. Esse fenômeno foi mais intenso em 2000 – quando das 31 manchetes centrais analisadas, 23 referiram-se a temas da esfera nacional – mas a tendência também foi verificada em 2008, quando foram publicadas 14 edições com a manchete de maior destaque tratando de algum acontecimento nacional. É necessário salientar que a Gazeta do Povo é um jornal de tiragem diária que circula em todo o estado do Paraná. Assim, a baixa freqüência dos temas locais nesse espaço de maior destaque pode evidenciar uma linha editorial que não privilegia os acontecimentos da capital, mas, sim, aqueles de abrangência nacional já tratados em outros meios de comunicação de circulação nacional.

Na análise do conjunto total das manchetes e chamadas de capa, entretanto, percebeu uma disparidade bastante grande entre a cobertura realizada

nos dois anos. Em 2000, apenas 21 chamadas de capa que abordaram o tema das eleições municipais foram publicadas ao longo de 12 edições. Ou seja, das 31 edições analisadas, apenas 12 (38,7%) possuíam algum conteúdo sobre as eleições veiculado na primeira página. Já em 2008, foram 35 chamadas de capa publicadas sobre o tema das eleições. Essas manchetes foram publicadas ao longo de 27 edições. Logo, das 31 edições analisadas, 27 (cerca de 87%) possuíam algum conteúdo relacionado às eleições municipais na primeira página. Apesar de as duas campanhas eleitorais serem de candidatos a reeleição com alta taxa de aprovação, em 2000 não foi realizada uma cobertura profunda sobre o tema, deixando-se de lado a discussão sobre as propostas e os problemas da cidade.

Entre os 10 principais assuntos tratados no conjunto total das manchetes de capa, durante os dois períodos pesquisados, foram identificados como temas comuns às duas coberturas analisadas as temáticas de Economia, Esporte, Política Externa, Violência, Transporte Público, Saúde e Eleições Municipais. É necessário destacar que, se observados apenas os temas de abrangência local, compreendidos como aqueles que interferem de modo direto na vida e no debate público da cidade, obter-se-á como eixos comuns a cobertura realizada nas eleições de 2000 e 2008 os temas que tratam de Violência, Transporte Público, Saúde. Conforme a Hipótese do Agendamento esses temas configurar-se-iam como a agenda da mídia no período. A prioridade dada pelos jornais a esses temas influenciaria na prioridade dada pelo público aos temas colocados em discussão, assim a hipótese coloca a possibilidade de os meios de comunicação influenciarem na escolha dos temas que serão tratados como importantes em uma eleição.

Esses temas podem ser compreendidos como típicos problemas de grandes cidades, causados sejam por falta de planejamento urbano adequado ou pelo crescimento acelerado do contingente populacional, mas também evidenciam a prioridade recebida por determinadas áreas. Em 2000 e 2008, reportagens publicadas na Gazeta do Povo destacaram a importância do tema Violência e Segurança Pública, destacada como “principal preocupação” dos curitibanos.

Já a prioridade atribuída à discussão sobre Trânsito e Transporte Público precisa ser avaliada em seu contexto histórico. Desde o Plano Agache (1943), os projetos de planejamento urbano de Curitiba têm como um dos eixos centrais, e legitimadores, a intervenção no trânsito da cidade e o investimento em transporte coletivo, configurando-se, assim, como uma discussão importante no histórico de Curitiba. Além disso, nos últimos 38 anos, todas as obras de grande impacto no trânsito da cidade foram promovidas por políticos ligados ao grupo do ex-governador Jaime Lerner: criação de vias estruturais com o sistema trinário (1971-1983), criação dos ônibus biarticulados e das estações tubo com design moderno (1988 -1992) e Linha Verde (2004-2012)⁵⁵.

Também é necessário enfatizar a permanência da discussão sobre a implementação do metrô em Curitiba, que nos anos de 2000 e 2008 recebeu manchetes de capa, dentro dos períodos analisados, e também foi alvo de muitas propostas de campanha por parte dos candidatos aos dois pleitos. De certo modo, pôde-se verificar a manutenção durante os oito anos e duas gestões municipais – o segundo mandato de Taniguchi e o primeiro de Beto Richa – do apelo midiático e eleitoral da apresentação da proposta de criação do metro.

A permanência dos temas Violência e Segurança Pública, Trânsito e Transporte Público e Saúde nas capas do Jornal Gazeta do Povo nas eleições de 2000 e 2008 também deve ser interpretada como o permanente agendamento de temas tradicionais do debate político, o que poderia favorecer candidatos que apresentem um perfil também tradicional, como os candidatos à reeleição Cássio Taniguchi e Beto Richa. Em paralelo, pode-se imaginar que o agendamento de temas setoriais, como meio ambiente ou políticas públicas para as mulheres, poderia influenciar o debate público e a agenda do público e ocasionar um ambiente mais propício para os candidatos que defendem pautas específicas e causas setorializadas, como fazem os candidatos do Partido Verde.

É importante destacar que a Hipótese do Agendamento não se baseia na definição de uma relação unilateral entre a agenda da mídia e a agenda do público ou a agenda dos políticos. Essa é uma relação de recíproca influência, como pode

⁵⁵ OLIVEIRA, 2000. p60.

ser observada na comparação com os resultados das pesquisas de opinião em 2008 e com a análise dos programas eleitorais dos candidatos a prefeitura no mesmo ano. Segundo estudo realizado pelo Instituto Ibope, encomendada pelo grupo RPC/Gazeta do Povo, e divulgada em 12 de agosto de 2008, a segurança pública ficou em primeiro lugar na lista das áreas que enfrentam mais problemas na capital, com 66% dos votos.

Conforme observado na pesquisa desenvolvida na Iniciação Científica, nos programas eleitorais dos dois principais candidatos a prefeitura em 2008, Beto Richa e Gleisi Hoffmann, os temas Saúde, Segurança Pública e Transporte também foram os mais frequentes (PANKE, IACOVONE, MENDONÇA, 2009).

Quanto à análise qualitativa, percebeu-se uma valorização crescente da preocupação com a participação popular e as áreas sociais. O editorial analisado em 2000, "As eleições de hoje" já destacava a importância de uma gestão descentralizada, com ênfase para participação popular por meio de mecanismos de autogestão, como o orçamento participativo. Em 2008, entretanto, a importância atribuída aos eixos sociais fica mais evidente. Na última reportagem analisada no período, "Os desafios para o próximo prefeito", publicada em 5 de outubro, a maior parte dos temas trabalhados são referentes a problemas sociais: habitação popular, política de segurança alimentar, proteção à infância e adolescência, políticas de geração de oportunidades para a juventude, participação popular e lazer e cultura. Ainda, nos temas mais tradicionais do debate público, como transporte público, saúde, meio ambiente e segurança pública, foram destacadas as soluções baseadas na participação popular, como fóruns de discussão e conselhos de moradores.

De certa forma, confirmou-se a análise realizada pelos autores abordados no quarto capítulo que compõe esse estudo. Conforme Cervi e Fuks (2003), o crescimento eleitoral do PT em 1996 e 2000, após a queda da participação do PMDB na cidade, fez com que temas antes preteridos em favor de um discurso mais técnico, tivessem de ser apresentados, ocasionando em uma mudança da postura e perfil dos candidatos próximos ao grupo de Jaime Lerner. "A imagem do político-técnico, capaz de resolver todos os problemas públicos, foi, em grande

parte, substituída pela imagem do político sensível aos reclames da sociedade e capaz de moldar seu programa de governo à realidade social” (CERVI, e FUKS, 2003. p58). Esse novo perfil passou a ser identificado tanto nos candidatos ligados ao grupo tradicionalmente associados à tecnocracia (OLIVEIRA, 2000. p58), quanto nos novos candidatos de oposição, que também adotaram apresentaram um perfil que destaca a competência técnica e a sensibilidade social.

Entre a análise das técnicas argumentativas utilizadas no discurso jornalístico, seja de maneira direta ou por amplificação dos argumentos utilizados pelas fontes, percebeu-se um predomínio das técnicas baseadas nos Fundamentos Quase-Lógicos (Probabilidade, Contradição e Incompatibilidade, Ridículo), o que evidencia uma forma mais formal de tratar o debate político visto que esse tipo de argumentação baseia-se no raciocínio matemático e na lógica formal. Também se verificou com alguma ênfase o uso daqueles Argumentos baseados na Estrutura do Real que baseiam-se em Ligações de Sucessão (Direção, Superação e Vinculo Causal). Essas técnicas foram utilizadas como forma estabelecer e destacar relações entre acontecimentos e situações diferentes.

A utilização da Teoria da Argumentação na análise qualitativa demonstrou-se um importante instrumento para compreender os raciocínios e lógicas discursivas utilizadas no discurso factual ao tratar das eleições. Aliado a apresentação e ranqueamento dos temas que poderiam pautar o debate público durante a campanha, também se observou a argumentação direcionada a defender a importância de temas e medidas apresentadas como prioritárias. A defesa de algumas propostas, como o foco observado na questão do transporte público, também pode ter como conseqüência o favorecimento de um determinado perfil de administração pública, especificamente aquele que prioriza a realização de grandes intervenções e planejamento na malha urbano.

Não apenas os temas, mas como eles são apresentados, podem, em longo prazo, influenciar na manutenção ou valorização das características e perfis do eleitorado curitibano. A argumentação da mídia factual e a escolha dos temas destinados ao debate público são peças fundamentais para entender a atuação da

imprensa dentro da relação de múltipla influencia entre produtores de conteúdo, público e políticos.

11. REFERÊNCIAS

ALVES, Flávia e LEITÓLES, Fernanda, 2008. "Não tenho compromissos para 2010". IN Gazeta do Povo, p 12.

BOBBIO, Norberto. Quais as alternativas para a democracia representativa. In: BOBBIO, Norberto et. Al. O marxismo e o Estado. Rio de Janeiro, Graal, 1979, 251p. Rio de Janeiro : Graal, 1991

BOBBIO, Norberto. Estado, governo, sociedade : para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1999

CAMPANA, Fábio. *Última rodada das pesquisas anima campanha em Curitiba*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 10 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 10.

CERVI, E. U. ; SOUZA, Nelson Rosário de . Imprensa e Eleições Municipais de Curitiba em 2000 e 2004: as coberturas da Folha do Paraná e Gazeta do Povo. Temas & matizes, Cascavel - Paraná, v. III, n. 6, p. 34-44, 2004.

CERVI, E. U. ; FUKS, Mário . A cobertura da mídia impressa nas eleições municipais de Curitiba 2000. In: Rejane Vasconcelos Accioly de Carvalho. (Org.). A produção da Política em Campanhas Eleitorais. Fortaleza: Pontes, 2003, v. , p. 39-68.

CERVI, E. U. . Eleições em Curitiba e Perfil dos Governantes Locais. In: Balanço das Eleições: Brasil e EUA, 2004, Curitiba, 2004.

COSTA, M. C. S e DIGIOVANI, R (1991). "Antropologia, espaço e cidade: um olhar sobre Curitiba". IN: Sá, Cristina (org.). Olhar urbano, olhar humano. São Paulo: IBRASA.

¹ DEDA, Rhodrigo e RUPP, Isadora. Rejeição de opositores aumenta e Beto mantém folga nas pesquisas. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 7 de setembro de 2008.

FOLHA DE SÃO PAULO, 2000. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/olimpiada2000/emcimadahora/outrosesportes/ult315u903.shtml>. Acessado em 12/09/2009.

FOLHA DE SÃO PAULO, 2008. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u621429.shtml>. Acessado em 12/09/2009.

INSTITUTO DATAFOLHA, 5 de setembro de 2000. Disponível em http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=152. Acessado em 12/09/2009.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo. São Paulo: Edusp, 2002.

LIMA, Caio Castro e KOHBACK, Karlos. *Denúncia contra Beto Richa esquentava a reta final da campanha*. In Gazeta do Povo, 2008. P 16.

MANHANELLI, Carlos. Eleições na Era da Televisão. IN Marketing Político do Comício a Internet. São Paulo: ABCOP: 2007.

MINISTERIO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE A FOME, disponível em <http://www.mds.gov.br/programas/rede-suas/protecao-social-basica/paif>

PERELMAN, Chaim. Tratado da argumentação – nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Comunicação e política. São Paulo: Hacker, 2000.

SANTOS, Antonio César de Almeida (1999). “Depoimentos da transformação urbana”. IN: SOLLER, Maria Angélica e MATOS, Maria Izilda S. (org). A cidade em Debate. São Paulo: Olho D’água.

SOUZA, Nelson Rosário (1999). Planejamento Urbano, saber e poder. O governo do espaço e da população em Curitiba. São Paulo, Tese (doutorado em sociologia). – USP.

SCHULZ, Rosângela. A crise de representação e o espaço da mídia na política. Especiaria (UESC), v. 9, p. 199-224, 2006.

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

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo. Florianópolis. Insular. 2004.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 2006.

REDAÇÃO GAZETA DO POVO. *Pesquisa aponta para 2º turno*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 13 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 13.

REDAÇÃO GAZETA DO POVO. *Cássio, 44%; oposição 42%, diz Ibope*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 13 de setembro de 2000. Política. Caderno Paraná. P 10.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. Disponível em http://www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?p_secao=1

REDAÇÃO GAZETA DO POVO, *Muitos desafios esperam a nova administração municipal*. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba, 1 de outubro de 2000. Paraná. Caderno 1. p12.

NERY, André Luis. *95% dos prefeitos candidatos se reelegem nas capitais*. Disponível em <http://g1.globo.com/eleicoes2008/0,,mul837736-15693,00-dos+prefeitos+candidatos+se+reelegem+nas+capitais.html> Acessado em 20/11/2008;