

Artigo
Corpo Docente

Palavras-chave

Jornalismo
Eleição
Política
Imprensa
Paraná

Keywords

Journalism
Election
Policy
Press
Paraná

Biografia

* Este artigo é resultado do trabalho realizado no primeiro semestre de 2003 pelo grupo de estudos de Leitura Crítica de Jornais e do qual participaram os acadêmicos Carla Priscila de Andrade, Carla Sisto, Glênio de Souza Semprebon, Leticia Richter, Marianna Camargo e Thiago I. da Silva.

** Jornalista, mestre em Letras pela UFPR e professor das disciplinas de Redação Jornalística (texto informativo) e Planejamento Gráfico e Editorial na UniBrasil.

As Eleições Gerais de 2002 nos Jornais do Paraná Análise do Espaço Ocupado pela Política nas Primeiras Páginas*

João Augusto Moliani**

Resumo

A realidade é construída cotidianamente através dos contatos com outras pessoas, parentes e amigos e, em um nível mais amplo, também pela relação que mantemos com os meios de comunicação. Essas relações interagem e o que a imprensa evidencia passa a ser debatido como parte da agenda social. Nesse contexto é muito importante analisar qual foi a prioridade para a imprensa na cobertura das eleições gerais de 2002. Através da medição do conteúdo noticioso e de sua análise, é possível demonstrar como os jornais do Paraná se posicionaram na disputa para os cargos eletivos.

Abstract

The social and political reality is daily constructed by the inter-subjective relations (people in general, and particularly relatives and friends), so deep in thought is fundamental to consider the media influence. As these relations are interactive, the subject chosen, published and broadcasting by the media demands considerable discussions on the social agenda. In this connection is very important to analyse what was the priority for press on the cover of the brazilian general election in 2002. Through the careful measurement and analysis of the contents published, it is possible to demonstrate how the newspapers of Paraná were positioned during the election dispute.

As Eleições Gerais de 2002 nos Jornais Paranaenses

As notícias veiculadas pelos meios de comunicação jornalísticos – impressos ou eletrônicos, em qualquer uma de suas vertentes – ocupam papel preponderante na formação da consciência dos cidadãos, sejam eles radiouvintes, telespectadores ou leitores de jornais ou revistas. É através dos noticiários e da repercussão das informações neles veiculados que os fatos ocorridos nos mais diversos lugares tornam-se significativos à grande parte da população, contribuindo para a interpretação do mundo atual.

É esse produto jornalístico que provoca a reação das pessoas ao longo da história. *A imprensa é formadora da opinião pública, isto é, do conjunto de opiniões, juízos, conceitos, apreciações, pontos de vista que a respeito de diferentes aspectos da vida do povo e do Estado imperam nas variadas classes sociais*, defende AMARAL (1982, p.24). Essa influência é exercida através da veiculação noticiosa em que pesam seus vários aspectos como notícias, comentários, fotografias, opiniões, artigos, charges, etc. Segundo o autor, entretanto, *as características de liderança da imprensa – objetividade, neutralismo, preocupação com a propaganda e a circulação – garantem a prioridade de informação sobre a liderança de opinião* (ibid).

Essencialmente, o exercício do jornalismo emana da relação com a sociedade, da qual recebe inspiração e sobre a qual influi fazendo com que as idéias e pensamentos circulem e se desenvolvam, formando ou fundamentando correntes de opinião sobre os acontecimentos eleitos. As notícias publicadas em meios impressos – ou transmitidas por meios eletrônicos – têm função (re)criadora, pois o jornalista reconta¹ os fatos do mundo com o objetivo de *interpretar la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla*, como especifica GOMIS² (1991:35).

A interpretação da realidade social é realizada diariamente por profissionais preparados – de acordo com os critérios de cada veículo – para determinar o que é ou não noticiável.³ Esses veículos funcionam como refletores, jogando luz sobre os acontecimentos que consideram importantes, mas também como refratores, uma vez que eliminam ou minimizam a repercussão de todos os outros acontecimentos. Conforme afirma BELTRÃO (1960, p. 78), *“Diante do fato ocorrido, o jornalista terá que examinar a sua importância e o caráter, o interesse que despertará, as repercussões de sua divulgação e se informar sobre ele. O simples fato de*

¹ Acreditamos que a utilização do verbo recontar é a mais apropriada para definirmos a atividade do jornalista, uma vez que o repórter prepara seu relato embasado no que as testemunhas lhe contam a respeito do ocorrido.

² Lorenzo Gomis, que é utilizado como uma das principais referências sobre teoria da comunicação neste trabalho, é catedrático de Jornalismo da Universidade Autônoma de Barcelona e autor dos livros *El medio media (la función política de la prensa)* (1974, 1987) e *Teoria dels gèneres periodístics* (1989), além do *Teoria del periodisme* (1991), no qual nos embasamos. Gomis também é coordenador editorial do diário *La Vanguardia* de Barcelona.

³ Vários autores alegam que devem existir elementos para uma seleção mais criteriosa do que é ou não publicável nas páginas dos jornais. Entre os mais difundidos estão atualidade, veracidade, oportunidade, interesse humano, raridade, curiosidade, importância e conseqüências para a comunidade / público leitor.

destacá-lo e publicá-lo expressa o resultado de uma interpretação, que consiste no ato de submeter os dados recolhidos a uma seleção crítica, transmitindo ao público, apenas, os que são realmente significativos”.

Ao reconhecer as notícias como emitidas por uma fonte considerada confiável, o cidadão as incorpora e as adota nas relações cotidianas, influenciando seus círculos de relacionamento. A repercussão é, portanto, o elo fundamental da cadeia que permite ao jornalismo intervir no cotidiano da sociedade ou de determinado grupo. Com base nisso, podemos afirmar que os meios de comunicação não apenas transmitem notícias, mas preparam, elaboram e apresentam uma versão de realidade construída a partir do texto jornalístico.

É bom ressaltar que não consideramos o leitor, espectador ou público como uma esponja que absorve inadvertidamente qualquer líquido. Acreditamos que esse público escolhe, em primeiro lugar, o veículo que lhe transmita maior fidedignidade, ou seja, adequado a seus interesses. Em segundo lugar, as próprias notícias passam por esse processo de interpretação e escolha. Não obstante, se pensarmos que determinados elementos das notícias são repetidos em diversos meios e círculos de relacionamentos, há um enfraquecimento desse filtro e uma disposição a aceitar o que está sendo apresentado pela imprensa.

Mas é preciso analisar constantemente a imprensa para que ela seja realmente um instrumento de representação dos interesses da sociedade. Para DINES (1986, p. 48), o jornal impresso diário é o veículo ideal de informação. Defende que *“o jornal é amplo e universal. Naquele pequeno espaço, sem os percalços do tempo, ele*

retrata a vida em todos os seus aspectos”. Isso pode ser observado tanto na leitura rápida da primeira página quanto no tempo que cada um dispõe para acompanhar os assuntos internos.

O jornal para ser analisado precisa, no entanto, ser considerado como um processo e não apenas aquele exemplar estático no tempo e no espaço. *“A edição isolada não é um produto em si, o conjunto das edições – e sua unidade – é que compõe o produto”* (ibid). É por esse motivo que a análise de qualquer veículo, quando se deseja conhecer seu posicionamento editorial, deve ser feita ao longo de um período e não apenas reproduzir o que se encontra em materiais internos ou manuais de redação.

1 A Primeira Página

Um dos espaços onde a influência do jornal é exercida com maior visibilidade é a primeira página. Esse espaço é reconhecido como a apresentação de qualquer periódico de comunicação impresso, onde se colocam os resumos das informações mais importantes que se pretendem transmitir ao leitor daquela edição.

A página número um do jornal deve apresentar um resumo do que há de mais relevante acontecendo no mundo, no país e na cidade do leitor para que ele, em pouco tempo, possa saber dos fatos mais importantes que aconteceram no dia anterior e que terão repercussão na vida dos cidadãos. Vários autores apontam a primeira página como um retrato – ou o espelho – do mundo em um dia, tanto que alguns historiadores buscam nessas páginas o que ocorreu de mais relevante em determinada época.

Para FRIAS FILHO (2002, p.07), “*por meio delas ficamos conhecendo tanto sobre a realidade objetiva, exterior, que procuram focalizar, quanto sobre o recorte humano – suas idiosincrasias, hábitos e ilusões – que determinam a escolba entre o que “vale” e o que “não vale” estar na primeira página*”. É uma luta entre notícias vencedoras que passaram pela primeira seleção, foram escolhidas para compor a edição do jornal e venceram a segunda etapa que é ser selecionada para representar quais, na visão dos jornalistas, foram os fatos mais marcantes do dia. Pode ser que a história demonstre que o que saiu na primeira página não represente os principais acontecimentos de um determinado dia na história da população. Mas devemos lembrar que a edição sempre é feita para o leitor do dia seguinte e não para o de um futuro distante. “*De um lado, é, sobretudo na Primeira Página que o jornalismo interpela a posteridade, apresentando-se como rascunho da História. Daí a gravidade dramática de certas páginas, que percorremos hoje quase como um calafrio, ao trazerem de volta um dia que nos acostumamos a ver como crucial, decisivo, espantoso*”. (ibid)

Mesmo sendo um documento histórico, a sua importância para o momento em que ela foi publicada não pode ser contestada e, por isso, optamos por analisar primeiramente as primeiras páginas de alguns dos principais jornais do Paraná que circulam em Curitiba. Além disso, há também um embasamento cultural que é o hábito dos habitantes locais lerem essas páginas que ficam em exposição nas bancas de revista da cidade.

O ideal é que os assuntos constantes nesse espaço sejam pautados a partir da ótica do leitor e não de notícias que são de interesse do jornal enquanto grupo editorial, político ou ideológico. Isso normalmente acontece e

podemos verificar em uma mesma página a notícia de uma partida de futebol, da prisão de um ditador ou de novas medidas econômicas e ações políticas.

Não obstante, é possível perceber, muitas vezes, certa distorção principalmente no noticiário político entre o que é de interesse do leitor e o que interessa ao grupo que comanda o veículo de comunicação. Não é o caso de fazer nenhuma caça às bruxas, mas podemos citar como exemplos a campanha pelas eleições diretas – Diretas Já – em 1984, o movimento pelo impeachment do ex-presidente Fernando Collor de Melo em 1992 e a eleição do presidente Fernando Henrique Cardoso, com toda a superexposição do Real, em 1994.

Segundo ALBUQUERQUE (1998), “*o emprego do paradigma da “manipulação da notícia” à realidade brasileira não é, por certo, despropositado. Ele se adequa à evidência de que a cobertura jornalística da política no país é influenciada em um grau imenso por fatores de cunho extra-jornalístico, tais como interesses políticos e econômicos das empresas noticiosas*”.

No início deste século, o Brasil passou por um momento de grande envergadura e realizou uma das principais eleições de sua história. Estavam em disputa os mandatos de deputados estaduais e federais, senadores, governadores e para presidente da República. É, por isso, de fundamental importância que se estude a participação dos jornais nesse processo que, supõe-se, deveria ter grande destaque na imprensa tanto nacional quanto regional.

O discurso sobre a importância do pleito para o processo democrático e para o País exigiria uma longa explanação que não cabe

ser feita neste momento. Porém, apenas para ressaltar a percepção dos veículos sobre o tema, destacamos a maneira como eles representaram o dia da eleição.

Para o Jornal do Estado, que só circulou na data anterior, o final do processo eleitoral culminava com o ideal democrático e ele estampou a manchete em caixas altas:⁴ “*amanhã é dia da democracia*”. O tema ocupou toda a parte superior do veículo e indicava que na parte interna estavam publicadas mais cinco páginas sobre as eleições.

Também a Folha do Paraná, já no dia 06 de outubro, ressaltou a importância do pleito, dedicando-lhe toda a parte superior da primeira página e informando que a eleição decidia o futuro do país. Abaixo do chapéu,⁵ “*Brasil vai às urnas*”, a manchete em caixa alta, “*o país nas mãos do eleitor*”, demonstrava quem era o responsável pelos rumos do Brasil. Na parte interna, foram produzidas também mais sete páginas sobre o tema.

Tanto a Gazeta do Povo quanto O Estado do Paraná não dedicaram tanto espaço às eleições em suas primeiras páginas e neste, nem nas páginas internas. Entretanto, percebe-se claramente a importância do fato no texto das suas manchetes. O primeiro seguiu a mesma linha da Folha do Paraná e buscou relacionar, pelo uso da metonímia – uma figura de linguagem da língua portuguesa – o

⁴ Caixa Alta era a denominação usada pelos tipógrafos da prensa de tipos móveis para indicar onde ficavam os caracteres maiúsculos, enquanto caixa baixa indicava os caracteres minúsculos.

⁵ Chapéu é o termo utilizado no jargão jornalístico para designar um assunto, normalmente é uma palavra ou expressão colocada sobre o título.

processo eleitoral e o eleitor com o destino nacional “*Brasil deposita futuro nas urnas*”. Publicou também 19 páginas internas sobre o processo eleitoral. O segundo veículo pautou-se por critérios mais objetivos para noticiar a eleição ao usar como parâmetro os elementos quantitativos que marcaram o pleito “*Brasileiros vão às urnas para a maior eleição da histórica*”. Entretanto, o jornal dedicou apenas duas páginas internas ao assunto. Ambos utilizaram caixa alta e baixa.

Para verificar, então, qual é o ponto de vista da imprensa paranaense sobre as eleições, a sua representatividade para a sociedade e o que foi praticado jornalisticamente com relação a isso, buscou-se realizar um levantamento da importância dada às notícias políticas veiculadas na semana que antecedeu o primeiro turno. Constatamos que a cobertura jornalística pelos principais veículos impressos do Paraná, em termos de disponibilização de espaço na capa, e, sem considerar o percentual de notícias produzidas a partir de pesquisas eleitorais, demonstrou, dado o interesse e a importância dos cargos em disputa, que o jornalismo político paranaense ainda tem um longo caminho a trilhar para que o leitor possa utilizar-se dos jornais para fazer a escolha de seu voto.

No caso da disputa parlamentar, por exemplo, dois jornais, a Gazeta do Povo e a Folha de Londrina, não dedicaram sequer uma linha nas suas primeiras páginas ao assunto, tanto na disputa para a Assembléia Legislativa quanto para a Câmara Federal e Senado. O Jornal do Estado publicou apenas 2,4 cm/col, o que não representa nem 10% do pouco que publicou sobre as eleições. A maior cobertura foi realizada pelo O Estado do Paraná (36,5 cm/col) que dedicou aos candidatos

parlamentares 41,7% da área destinada às eleições. Infelizmente, conforme afirmamos anteriormente, as chamadas foram restritas à disputa pelo Senado, na qual estava envolvido o diretor-presidente licenciado do jornal.

Por outro lado, O Estado do Paraná praticamente ignorou a campanha pelo governo do Estado do Paraná, dedicando-lhe apenas 7,7 cm/col (8,8%). No entanto, esse número foi melhor que o da Gazeta do Povo que não noticiou na primeira página uma linha sequer sobre isso, exceto quando o motivo era a divulgação de pesquisas por qualquer instituto. O embate para chegar ao Palácio Iguacu teve o maior espaço dedicado pela Folha de Londrina com 32,5 cm/col (38,2%), mas foi o Jornal do Estado com 20,2 cm/col (75%) que garantiu o maior percentual a esse tópico dentro do assunto Eleições 2002.

Da mesma forma que O Estado do Paraná ignorou o pleito estadual, o Jornal do Estado também não tomou conhecimento da disputa para a Presidência da República (01 cm/col), enquanto o volume noticioso dos outros jornais foi semelhante. A Gazeta do Povo dedicou 29,6 cm/col aos presidenciais, o que correspondeu a 74,9% de sua cobertura eleitoral. O Estado do Paraná ficou com o segundo maior espaço, com 28,2 cm/col (32,2%), e a Folha de Londrina teve 25,2 cm/col, em média, na primeira página, dedicados aos candidatos à presidência, representando 29,6% do espaço para eleições.

Os dados esmiuçados acima representam o espaço dedicado pelos jornais, sem considerar o noticiário motivado por pesquisas de opinião, que foram responsáveis por 17,1% das chamadas de primeira página rela-

cionadas às Eleições 2002 em O Estado do Paraná, por um quarto delas (24,9%) na Gazeta do Povo, um pouco menos (22,7%) na Folha de Londrina e apenas 11,1% no Jornal do Estado. Esses dados demonstram a dependência que os veículos têm de tal instrumento, deixando em segundo plano a investigação jornalística e o esclarecimento público que serve para orientar o eleitor no processo de decisão do voto.

Os Critérios

Para realizar este trabalho, o primeiro passo foi a definição dos veículos que comporiam a amostra. Optou-se pelos principais jornais de Curitiba (Jornal do Estado, O Estado do Paraná e Gazeta do Povo) e pelo de maior tiragem do interior do Estado (Folha de Londrina).⁶

Depois da seleção dos veículos, há duas outras etapas, já previamente definidas, que deveriam ser seguidas: a quantificação das chamadas sobre o assunto, incluindo até as que se referiam a colonistas sobre as eleições, e a mensuração do espaço dedicado ao conteúdo político. Com isso, seria possível descre-

⁶ O Jornal do Estado circula de segunda-feira a sábado com média de 28 páginas e tiragem de 14 mil exemplares. O Estado do Paraná circula de terça-feira a domingo com tiragem de 20 mil em dias úteis uma média de 28 páginas. Além disso, 30 mil nos domingos e uma média de 60 páginas. A Gazeta do Povo circula diariamente com tiragem de 55 mil nos dias úteis e 110 mil aos domingos, tendo, respectivamente, 40 e 100 páginas em média. A Folha do Paraná também circula diariamente com tiragem de 30 mil nos dias úteis (36 páginas) e de 40 mil aos domingos (76 páginas). Fonte: CIRANDA – Central de notícias dos Direitos da Infância e da Adolescência. Rede ANDI. Curitiba 2002.

ver a diversidade de notícias e o destaque dado a elas com relação ao restante das notícias da primeira página, denotando a importância dada ao assunto pelos jornais.

Como o objetivo do trabalho é verificar a qual aspecto ou segmento das eleições gerais de 2002 foi dado maior destaque pela mídia impressa paranaense, foram selecionados cinco quesitos que deveriam ser analisados: a. Notícias políticas em geral, isto é, que não estavam relacionadas diretamente à disputa por cargos eletivos; b. Matérias sobre os candidatos à Presidência da República; c. Matérias sobre os candidatos ao governo do Paraná; d. Outras informações sobre as eleições, que podem ser desde a disputa para o Legislativo até as campanhas em outros Estados, e e. notícias produzidas a partir de pesquisas de opinião, permitindo verificar a importância desse instrumento de consulta no noticiário político eleitoral. Na análise das notícias sobre pesquisas não foram levados em conta os candidatos pesquisados, mas simplesmente o uso dessa ferramenta como subsídio para a geração de notícias.

Os Números

Com esses cinco critérios definidos, a equipe passou a contar as chamadas veiculadas nas capas da Gazeta do Povo, Folha de Londrina e O Estado do Paraná na semana que antecedeu o pleito, mais precisamente nos dias 29 de setembro (domingo), 02 de outubro (quarta-feira), 04 de outubro (sexta-feira) e 06 de outubro (domingo). O Jornal do Estado também foi analisado durante esse período, mas, como não circula aos domingos, a equipe mediu os exemplares dos dias 28 de setembro e 05 de outubro (sábados).

A melhor relação entre notícias e política ficou com O Estado do Paraná que, dos 14,7 textos da capa, tinha 4 que abordavam o universo político (27,1%). Apesar de ser reconhecido por dedicar-se mais à cobertura política, um dos motivos pela ênfase maior nessa área durante as eleições é a participação do seu diretor-presidente, Paulo Cruz Pimentel, filiado ao PMDB, na disputa por uma das vagas ao Senado.

A segunda melhor relação entre o número de chamadas (12,3) e aquelas que tratam de política (3) foi obtida pelo Jornal do Estado com 24,5% do total geral. Apesar desse número, observa-se que o jornal enfatiza em suas capas os assuntos referentes à cidade de Curitiba e Região Metropolitana, deixando a cobertura política em segundo plano. Apenas uma manchete, a do dia 05 de outubro, véspera da eleição, teve relação com as eleições. O jornal anuncia na capa alguns de seus colonistas apenas e não tem o hábito de divulgar seu editorial.

A Gazeta do Povo, que é o mais tradicional diário do Estado, dedicou 16,8% das chamadas à política. O jornal teve a maior média de chamadas na primeira página, 20,7%, mas ficou com o segundo pior índice de notícias políticas com apenas 3,5%. O jornal também publica chamadas sobre a sua opinião, expressas nos editoriais e, no Domingo, também chama para a leitura de seus principais colonistas, o que contribuiu para aumentar o índice de chamadas relacionadas à política.

A Folha de Londrina, único jornal analisado do interior, foi o que teve o menor percentual, tanto de chamadas quanto de notícias políticas: publicou em média 9,7%

chamadas na primeira página e apenas 1,2% dessas tratava de Política, indicando um percentual de 12,8%. Esse jornal adota uma diagramação menos rígida, aproveitando espaços em branco para garantir a leveza estética, rompendo com a sisudez tradicional dos veículos diários. Há pelo menos uma grande foto ocupando a parte superior ou o meio da página, na maioria das vezes não relacionada à manchete textual principal que, nesses dias, referiu-se às áreas de economia ou po-

lítica. Diferentemente dos outros veículos, a Folha de Londrina não tem chamadas para seus editoriais, colunistas e/ou articulistas.

Os veículos publicaram, em média, 14,4% das chamadas nas suas primeiras páginas e dessas 2,9% foram sobre a área política, o que significa dizer que a editoria representou 20,2% dos assuntos mais relevantes nos dias analisados.

Nome do jornal	Média de chamadas	Chamadas políticas	Percentual
O Estado do Paraná	14,7	4	27,1%
Jornal do Estado	12,5	3	24,5%
Gazeta do Povo	20,7	3,5	16,8%
Folha de Londrina	9,7	1,2	12,8%

É importante frisar que a medida de cada veículo é diferente, tanto para a área impressa total da página quanto para o espaço destinado ao cabeçalho. A Gazeta do Povo, por exemplo, tem 312 cm/col,⁷ enquanto os outros diários variam. A Folha de Londrina tem 322 cm/col; O Estado do Paraná, 323 cm/col e o Jornal do Estado, 324

cm/col. O tamanho dos cabeçalhos, isto é, o espaço destinado ao nome do jornal (data, número da edição, local de publicação, ano, preço e, muitas vezes, o diretor responsável) também difere de um jornal para outro, o que acaba influenciando o espaço destinado às notícias e propagandas da primeira página.

Nome do jornal	Área impressa	Cabeçalho	Área editorial
Jornal do Estado	324 cm/col	25 cm/col	299 cm/col
O Estado do Paraná	323 cm/col	26 cm/col	297 cm/col
Folha de Londrina	322 cm/col	27 cm/col	295 cm/col
Gazeta do Povo	312 cm/col	30 cm/col	282 cm/col

Para verificar qual foi a área que os jornais destinaram ao jornalismo em geral e especificamente à cobertura das eleições, optou-se por não considerar a publicidade veiculada nas primeiras páginas dos veículos. Sendo assim, subtraiu-se o espaço comercial da área impressa para que fosse possível determinar apenas o espaço jornalístico. Para tanto, não

foi considerada a diferença entre anúncios institucionais ou de produtos do próprio veículo e outros, que poderiam ser tanto de empresas e organizações quanto de políticos, fato um tanto comum. Observe afrente, portanto, a evolução da ocupação publicitária da primeira página com a proximidade do pleito e o aumento significativo no dia da eleição.

⁷ O centímetro por coluna (cm/col) é a unidade de medida no jornalismo impresso. Utiliza-se multiplicando a altura da notícia ou área editorial a ser mensurada pelo número de colunas que ela ocupa.

Jornais	29/09	02/10	04/10	06/10	Total	Média
Jornal do Estado	36*	36	53	53**	178	44,5
O Estado do Paraná	08	08	26	57	99	24,7
Gazeta do Povo	12,5	8,5	09	65	95	23,7
Folha de Londrina	07	-	-	37,5	44,5	11,1

O Jornal do Estado é o que mais ocupou a primeira página com publicidade (14,8%) e, conseqüentemente, o que teve o menor espaço para notícias (254,5 cm/col). O Estado do Paraná dedicou 8,3% da área editorial para o setor comercial e ficou com 272,3 cm/col para as notícias. O percentual é semelhante ao utilizado pela Gazeta do Povo (8,4%), mas como o principal jornal paranaense imprime uma área editorial menor, sobraram 258,3 cm/col para as chamadas. A Folha do Paraná tem um índice muito pequeno de publicidade (3,7%) e a maior área de espaço jornalístico (283,9 cm/col).

Com a área média de espaço jornalístico da primeira página de cada veículo, foi possível verificar qual o espaço dedicado a cada um dos assuntos das edições estudadas. Nesse caso, optou-se por separar o que se referia à política em geral, isto é, que não estava relacionado diretamente à disputa por cargos eletivos, e o que era específico das Eleições 2002.

Dois jornais dedicaram, na semana que antecedeu às eleições, praticamente o mesmo percentual aos assuntos políticos. O Estado do Paraná publicou em média 40% das capas de suas edições sobre política, enquanto a Gazeta do Povo chegou a 39,5%. A diferença maior entre os dois veículos se dá no perfil da cobertura realizada. Enquanto o primeiro dedicou 32,1% às eleições, enfatizando as notícias relacionadas à eleição parlamentar federal e à disputa presidencial, e apenas 7,9% ao noticiário político sem relação direta com o pleito; o segundo dedicou 15,3% às Eleições 2002, também com ênfase na briga pela presi-

dência, mas sem qualquer referência ao pleito estadual ou parlamentar, e a maioria de seu espaço (24,2%) à política em geral. Foi o único veículo paranaense, dentre os analisados, em que a cobertura das eleições perdeu em termos de espaço para outros assuntos políticos na primeira página.

O Jornal do Estado dedicou 13,4% de seu espaço na capa para política e a quase totalidade dele (10,6%) para as eleições. O mesmo fez a Folha de Londrina, que destinou 30% de suas primeiras páginas para as eleições, com destaque para a disputa pelo executivo estadual e em seguida o nacional. Sobraram ainda 2,3% das capas para outros temas políticos.

É possível compreender por esses números, mesmo que careçam de uma análise mais aprofundada, os diferentes perfis da cobertura política nos jornais paranaenses. Podemos dividi-los em dois grupos, dada a prioridade que elegeram na cobertura – nacional ou estadual –, ficando no primeiro deles a Gazeta do Povo e O Estado do Paraná e, no segundo, a Folha de Londrina e o Jornal do Estado. Apesar das diferenças na cobertura, eles dedicaram, em média, 22% de suas primeiras páginas para as Eleições 2002.

Ainda é pouco, dada a relevância que o pleito tinha para o País e para o Paraná, mas é um começo e, a cada nova eleição, renova-se a esperança de que a imprensa possa colaborar cada vez mais com o amadurecimento do debate político, com o esclarecimento e a informação da população a respeito daqueles que buscam cargos eletivos.

ANEXO I

BRASIL, 2010. Disponível em: <http://www.cpi.org.br>

Datas	Manchetes principais dos jornais no período analisado
O Estado do Paraná	
29/09	PTC e Tony punidos por tentar tapear a Justiça Candidato ao Senado e partido nanico tentam ludibriar o TRE
02/10	E Lula, com Serra ou Garotinho Três dos quatro principais candidato a Pres. Sobem em pesquisa do Ibope. Só Ciro cai.
04/10	Lula e Serra correm atrás dos indecisos Petista quer definir a eleição no primeiro turno. Serra luta para detê-lo
06/10	Brasileiros vão às urnas para a maior eleição da história Engenheiro questiona a idoneidade das urnas eletrônicas
Gazeta do Povo	
29/09	TRE lacra urnas para eleições Candidato e partidos entram na última semana de campanha com toda a força
02/10	Dólar cai de novo e fecha em R\$ 3,61 Banco Central intervém com força e investidores reconhecem que a atual cotação está superestimada
04/10	Candidatos usam debate para conquistar o voto de indecisos Segundo pesquisa espontânea do Ibope, 27% dos eleitores ainda não escolheram candidato
06/10	Brasil deposita futuro nas urnas Pleito informatizado permitirá a apuração de mais de 90% dos votos até meia-noite
Jornal do Estado	
28/09	Nova empresa gerará seis vezes mais empregos que a Chrysler Governo anuncia a instalação da TMT Motoco no terreno que era da montadora
02/10	Aumenta fiscalização contra gás de cozinha clandestino "Força-tarefa" visa reduzir pontos de venda irregular, que somam 80% das lojas de Curitiba.
04/10	Saco leiros de Curitiba preferem ficar no Paraguai a enfrentar a Receita Com medo de perder mercadorias na Operação Fim de Ano 2, eles estão "sitiados" em Cidade de Leste.
05/10	Amanhã é dia da democracia No Paraná, 6.663.384 eleitores vão às urnas e escolherão os novos deputados, senadores, governador e presidente TRE termina de organizar locais de votação hoje. Previsão é que resultado seja conhecido até a meia-noite de Domingo Para garantir tranquilidade, Polícia militar colocará nas ruas 9.176 homens a mais em todo o Paraná.
Folha de Londrina	
29/09	Dólar pára economia e indica Natal de escassez Comércio suspende encomendas e indústria desacelera produção. Perspectiva é de fim de ano com mais arrocho
02/10	Lula só precisa de dois pontos Ibope confirma pesquisa Datafolha: falta pouco para o PT conquistar a Presidência
04/10	Campanha agora é silenciosa Nos dois dias que antecederam a eleição ficam proibidas manifestações públicas de candidatos
06/10	O país nas mãos do eleitor Lula garante vitória no 1º turno ou vai para a disputa com Serra, Garotinho ou Ciro? No Paraná, Alvaro e Requião continuam na briga ou as urnas reservam alguma surpresa?

Referências Bibliográficas

- ALBUQUERQUE, Afonso, *Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política*, in RUBIM, Antonio A.C.; BENTZ, Ione M.G.; PINTO, Milton J. (orgs), *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*, Petrópolis, Vozes, 1998.
- AMARAL, Luiz, *Técnica de jornal e periódico*, Rio de Janeiro, Edições Tempo Brasileiro, 1982.
- BELTRÃO, L., *Iniciação à filosofia do jornalismo*, Rio de Janeiro, Agir, 1960.
- DINES, Alberto, *O papel do jornal*, São Paulo, Summus Editorial, 1996.
- FOLHA DE SÃO PAULO – *Primeiras Páginas*, São Paulo, Publifolha, 2002.
- GOMIS, L., *Teoría del periodismo – Como se forma el presente*, Barcelona, Paidós, 1991.