

Artigo
Corpo Docente

Palavras-chave

Mídia e Eleições
política regional
meios de comunicação do
Paraná

Keywords

Media and Elections
regional politics
medias it Paraná.

Biografia

* Professor do curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas do Brasil (UniBrasil) e doutorando em Ciência Política pelo Instituto Universitários de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ).

** Professor titular do departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Mídia Impressa e Eleições no Paraná para Governador do Paraná em 2002

Emerson Urizzi Cervi *

Mario Fuks**

Resumo

O presente artigo analisa a cobertura da mídia impressa nas eleições de 2002, centrando-se na disputa pelo Governo do Paraná. A partir de dados coletados em três dos principais jornais do Estado (Gazeta do Povo, Estado do Paraná e Folha de Londrina), foram analisadas as matérias que se referem aos candidatos durante o processo eleitoral. O objetivo do trabalho é identificar a diferença entre os padrões de cobertura. O trabalho explora essas variações a partir de um fator exógeno à cobertura jornalística: o envolvimento político-eleitoral dos proprietários dos jornais investigados. Enquanto que, de um lado, o proprietário do "Estado do Paraná" foi candidato ao Senado Federal e apoiou declaradamente uma das candidaturas ao governo, de outro, os proprietários da "Folha de Londrina" e da "Gazeta do Povo" não manifestaram apoio a nenhum candidato ao Governo do Estado. A investigação inicia-se com a cobertura geral da eleição, levando-se em conta as variações por quinzena, turno e por jornal. Na última parte, a análise tem como foco a visibilidade e a valência dos candidatos.

Abstract

The present article analyzes the covering of the media printed in the 2002 elections, centering itself in the dispute for the Government of the Paraná. From data collected in three of main periodicals of the State (Gazeta do Povo, Estado do Paraná and Folha de Londrina), the substances had been

analyzed that if they relate to the candidates during the electoral process. The objective of the work is to identify the difference enters the covering standards. The work explores these variations from a external factor to the journalistic covering: the politician-electoral involvement of the proprietors of investigated periodicals. While, of a side, the proprietor of the journal *Estado do Paraná* was candidate to the Federal Senate and declared supported

one of the candidacies to the government, another one, the proprietors of the *Folha de Londrina* and of the *Gazeta do Povo* they had not revealed support to no candidate to the government of the state. The inquiry initiates with the general covering of the election, taking itself in account the variations per fortnight, turn and for periodical. In the last part, the analysis has as focus the visibility and the valence of the candidates.

Introdução

Um dos momentos mais importante nas democracias modernas é o das eleições, sejam elas nacionais, regionais ou locais, onde os cidadãos/eleitores se apresentam para o debate das questões públicas e para a escolha das propostas que deverão ser implementadas nos próximos anos. Nos processos eleitorais ganham destaque as campanhas, que são os espaços onde os alinhamentos políticos anteriores podem ser mantidos ou modificados, através de realinhamentos eleitorais. Os alinhamentos ou realinhamentos eleitorais são formados em três momentos distintos: primeiro, eles se dão nas relações entre os principais grupos políticos através das alianças eleitorais; depois, na forma de cobertura que a mídia faz das campanhas, influenciando o debate político; e o terceiro momento é o da formação das preferências dos eleitores em uma eleição específica. Se houver manutenção dos alinhamentos anteriores nessas três esferas, pode-se dizer que a eleição presidencial é do tipo “mantenedora”, caso contrário – se é possível perceber uma redistribuição dos apoios das elites políticas, mudanças na forma de cobertura da mídia e das preferências históri-

cas dos eleitores – teremos uma eleição do tipo de “desalinhamento” ou “restauradora”. (*Campbell et alli, 1966*).

A análise da cobertura da mídia nos períodos próximos às campanhas eleitorais justifica-se pelo fato de que estudos têm demonstrado que a mídia é capaz de reposicionar os problemas sociais na esfera política (*Fuller & Myers, 1941; Rubington & Weinberg, 1989*). Em outras palavras, a mídia tem a capacidade de legitimar a problemática das eleições, definindo questões sociais que devem ser enfrentadas (*Blumer, 1971*). Essa capacidade é importante para que uma eleição seja definida como mantenedora ou como de realinhamento. A função da mídia na esfera política vai além dos efeitos nas campanhas eleitorais. Desde o início do século XX, a mídia como um todo, inclusive a imprensa, tem participado do outorgamento de cidadania às massas urbanas. Antes desse período, os jornais não eram acessíveis a públicos não letrados. Foi a explosão comercial da imprensa que fez com que ela deixasse os círculos letrados e passasse a ser um dos meios de comunicação de maior influência nas sociedades de massa, direta ou indiretamente. Mesmo massificada,

a imprensa sempre refletiu diferenças culturais e políticas, não somente graças à necessidade de distinção, mas por corresponder ao modelo liberal da busca de expressão para a pluralidade que compõe a sociedade civil. (Martín-Barbero, 2001).

A mídia pode influenciar decisivamente na transformação de um problema tópico em uma situação problemática, tanto em nível individual quando societal. A literatura internacional tem encontrado uma relação direta entre a construção midiática de problemas sociais e econômicos e a construção cognitiva que o público faz desses mesmos problemas. Para isso, a maior parte dos estudos de cobertura da mídia em campanhas presidenciais tem utilizado os conceitos da tradição de *agenda-setting* do conteúdo da mídia (McCombs & Shaw, 1972) para interpretar as influências que os meios de comunicação podem ter em uma disputa eleitoral. De acordo com essa tradição, a mídia não tem o poder de controlar ou determinar as vontades dos eleitores, mas pode influenciar as ações dos indivíduos no debate público. Isso porque mais do que determinar o que pensar, a mídia consegue definir sobre o que se deve pensar. Sendo assim, percebe-se uma influência indireta, pois, dependendo dos *issues* apresentados pelos meios de comunicação, haverá melhores condições para uma eleição “alinhada” ou para uma “desalinhada”.

No Brasil, estudos de cobertura da mídia em eleições têm ganho importância em vários centros acadêmicos, com destaque para o Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ).

O estudo dos veículos de comunicação impressa em um país notadamente de poucos leitores como o Brasil justifica-se por dois motivos: os jornais de circulação nacional são fontes de notícias para rádios e emissoras de tevê em todo o País, gerando uma influência indireta dos conteúdos da mídia impressa mesmo para aqueles que não lêem jornais. Em segundo lugar, e talvez mais importante, os estudos pioneiros de *McCombs & Shaw* (1972) demonstraram que o poder de agenda dos veículos de comunicação impressa é maior que o dos eletrônicos. Isso está relacionado à alta fragmentação dos conteúdos nos meios eletrônicos e a menor capacidade que o rádio e a tevê têm de aprofundar os debates em relação aos meios impressos.

Para *Mauro Wolf* (1987), os critérios de noticiabilidade estão diretamente relacionados a processos de rotinização das práticas produtivas dos meios de comunicação e não exclusivamente nas características do fato social. Sendo assim, a definição de noticiabilidade está ligada à capacidade de dar respostas que o órgão de informação possui. Que fatos cotidianos são importantes e devem virar notícia depende das condições específicas de cada meio de comunicação. De acordo com essa definição, os critérios de noticiabilidade ultrapassam as restrições meramente técnicas. *Wolf*, contrariando a idéia de que o jornalismo apenas retrata a realidade, defende que notícia é tudo aquilo que os jornalistas definem como tal. Ela é produto de um processo que depende de uma perspectiva prática dos acontecimentos. Para o autor, o que define a noticiabilidade é uma orientação pragmática e está sempre limitada pelas condições objetivas do profissional e do meio de comunicação. A noticiabilidade constitui um elemento da distorção involuntária.

Isso significa que os critérios de relevância são flexíveis e possuem parâmetros variáveis. Esses critérios devem ser considerados em relação à forma de operar dos meios informativos (Oliveira e Camargos, 2001).

As análises da realidade comunicacional do país partem do princípio de que o jornalismo moderno brasileiro tem como modelo ser independente, assim como a imprensa norte-americana, e seus valores básicos declarados são a objetividade, neutralidade, imparcialidade, compromisso com os fatos, com o leitor e com a prestação de serviço público. Sabemos, no entanto, que esses valores declarados não evitam a presença de constrangimentos, como aqueles exercidos pelos interesses e preferências individuais dos proprietários das empresas jornalísticas.

Este artigo tem por objetivo analisar o tipo de cobertura da mídia impressa paranaense a respeito das eleições estaduais de 2002. Dos três jornais analisados aqui, os dois da capital, *Gazeta do Povo* e *Estado do Paraná*, foram fundados na primeira metade do século XX. A *Gazeta* em 1919 e o *Estado* nos anos 50. A *Folha de Londrina* surge como principal veículo de comunicação da maior cidade do interior do Estado no final dos anos 50. Nos anos 60, os dois principais jornais da capital passavam por sérios problemas financeiros e foram vendidos aos seus atuais proprietários.

No caso da *Gazeta do Povo*, os novos proprietários não tinham vínculos diretos com nenhum grupo político. Já o *Estado do Paraná* foi adquirido pelo então ex-governador Paulo Pimentel (1960-1965), sendo a motivação política historicamente identificada

com esse jornal. Nas eleições de 2002, Paulo Pimentel foi candidato a senador pelo PMDB, tendo ficado em terceiro lugar na votação. O PMDB, com Roberto Requião, é o partido do governador eleito naquele ano. Já a *Folha de Londrina* foi fundada por um empresário do setor agropecuário de Londrina, sem vínculo direto a nenhum grupo político. Atualmente, um dos sócios da empresa é o ex-ministro e ex-senador do Paraná, José Eduardo de Andrade Vieira, que ocupa o cargo de diretor-presidente do jornal.

Uma das questões que norteiam este trabalho é identificar se as diferentes origens e relações entre os proprietários dos veículos de comunicação podem ser indicadores do padrão de cobertura dos candidatos. Até que ponto é possível pensar num padrão homogêneo de cobertura entre veículos de comunicação com perfis distintos? O fato de o proprietário do *Estado do Paraná* pertencer ao PMDB e ser candidato a senador em 2002 poderia ter gerado um viés na cobertura dos concorrentes ao governo do Estado? A *Folha de Londrina*, principal jornal do interior do Estado, pode ter apresentado um padrão de cobertura diferente dos jornais da capital? O presente texto não oferece respostas definitivas a essas questões, mas é suficiente para apontar diferenças na cobertura entre os jornais analisados.

Para lidar com essas questões, inicialmente, apresentamos o contexto político da eleição, identificando os principais partidos e candidatos envolvidos no processo eleitoral. Em seguida, apresentaremos os dados empíricos referentes à cobertura geral dos principais candidatos ao governo do Paraná em 2002 pelos três principais jor-

nais diários do Estado: Gazeta do Povo, Folha de Londrina e Estado do Paraná. Por último, consideramos o tratamento dispensado pelos jornais aos quatro principais candidatos ao governo do Paraná (Roberto Requião, Álvaro Dias, Beto Richa e Padre Roque), analisados em termos do volume das aparições, da valência e da qualidade da visibilidade dos candidatos.

1 Contexto Político da Eleição

A campanha eleitoral para o Governo do Paraná em 2002 começou estruturalmente confusa. Partidos que eram históricos aliados eleitorais no Estado poderiam ter que entrar na disputa em campos diferentes. Isso porque a chamada verticalização das campanhas eleitorais, ao invés de dirimir dúvidas sobre o posicionamento dos partidos políticos nos Estados, manteve muitas candidaturas estaduais indefinidas até muito próximo do início da disputa. O fato de, na prática, existirem formas dos partidos “driblarem” a interpretação da lei feita pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), através de apoios informais ou acordos de não confronto, manteve-se o suspense sobre as candidaturas aos governos regionais até o fim do período das convenções oficiais – em junho de 2002. Até então, alianças corriam o risco de serem substituídas por novos acordos e surgirem candidatos “laranjas” que poderia deixar as campanhas regionais em conformidade com a interpretação do TSE. Tudo em sintonia com o princípio pragmático que predomina na política regional brasileira. Por exemplo, o PMDB do Paraná e o PT sempre foram dois partidos muito próximos eleitoralmente, mas a direção nacional do PMDB decidiu apoiar a candi-

datura de oposição ao PT e os peemedebistas tiveram que se afastar dos petistas no Estado. Ambos lançaram candidaturas próprias e no segundo turno o PT apoiou o candidato do PMDB, Roberto Requião, ao governo do Paraná. Outro exemplo é o do PSB no Paraná, constante aliado do PFL. Aquele já havia integrado coligações majoritárias e proporcionais às disputas de deputado estadual e até à prefeitura da capital do Estado, Curitiba. No entanto, por conta da verticalização e da existência de um candidato do partido à presidência da república, o PSB do Paraná teve que lançar candidato ao governo para oferecer “palanque” a Anthony Garotinho no Estado.

Até o final de maio de 2002 havia quatro pré-candidatos para a disputa do Governo do Estado: O ex-governador Álvaro Dias, pelo PDT, que era o candidato mais forte nas intenções de voto daquele momento; o deputado federal Padre Roque, pelo PT, escolhido em prévias realizadas no mês de março; o vice-prefeito de Curitiba, Beto Richa, pelo PSDB;¹ e o senador Roberto Requião, pelo PMDB. Requião foi praticamente o último pré-candidato a ser incorporado à disputa pela elite política local. Depois de reeleger o governador Jaime Lerner em 1998, o PFL decidiu não lançar candidato próprio ao governo

¹ Uma das principais marcas da política paranaense foi preservada em 2002: baixa renovação de candidatos. Se considerarmos que quatro dos principais partidos políticos do Estado apresentaram candidatos próprios, PDT, PSDB, PMDB e PT, a disputa deu-se entre dois ex-governadores, um filho de ex-governador (José Richa) e um deputado federal no segundo mandato. Desses, Álvaro Dias, que era o primeiro colocado nas intenções de voto já havia concorrido ao governo do Paraná uma vez, em 1994, após o encerramento de seu mandato em 1990.

em 2002. O partido optou por apoiar a candidatura de Beto Richa pelo PSDB.

Ainda no primeiro semestre de 2002, o governador Lerner declarou preferir que seu partido não apresente candidato à disputa. Ele foi o primeiro a defender o apoio à candidatura de Beto Richa. Se o PSDB nacional tivesse optado por manter a coligação com o PFL, provavelmente Lerner teria oficializado seu apoio a Beto Richa antes, com o governador indicando o candidato a vice-governador na chapa. Como isso não aconteceu, ele teve que esperar o posicionamento oficial do PFL nacional e as convenções estaduais para confirmar o apoio ao candidato do PSDB. Ao contrário do diretório nacional, uma minoria de pefelistas do Paraná não queria coligar-se com o PSDB e preferia lançar candidatura própria. Nesse caso, o candidato seria o deputado federal Rafael Greca. O desgaste sofrido por Lerner ao final de oito anos de governo foi o principal argumento contrário à candidatura própria.² Deputados estaduais do partido acreditavam que um candidato identificado diretamente

com o partido de Lerner teria poucas chances de vitória, com riscos de redução no tamanho da bancada na Assembléia Legislativa. Por todos esses motivos prevaleceu a proposta de uma campanha eleitoral sem candidato governista declarado.

A melhor alternativa para o governador Lerner foi o apoio à candidatura do PSDB. O pré-candidato do PSDB ao governo, Beto Richa, que foi deputado estadual por dois mandatos e desde 2001 é vice-prefeito de Curitiba.³ Ele é filho do ex-governador do Paraná, José Richa, um dos fundadores do PSDB nacional. Em 2001, quando Álvaro Dias se desfilou do PSDB, Beto Richa retornou à sigla e ficou à frente da reorganização do partido no Estado. O pai do candidato, José Richa, fez a ligação da pré-candidatura do filho com a campanha nacional do PSDB.

Apesar da hereditariedade do candidato, da forte estrutura do PSDB no Paraná⁴ e do possível apoio do Governo do Estado, Richa enfrentou como principal problema o

² Segundo o ranking dos governadores do Instituto Datafolha de julho de 2001, Jaime Lerner passou de sétimo para nono colocado nacional. Sua nota média à época era de 5,0 pontos. Cerca de um terço dos entrevistados, 32%, reprovava seu desempenho, para 37% é regular e 27% o aprovam. Desde o início de seu segundo mandato, Lerner apresentou quedas na popularidade. Em junho de 99 era aprovado por 52%. Em dezembro do mesmo ano essa taxa caiu para 46%. Em junho de 2000, oscilou para 44%, caindo para 35% em dezembro deste ano e agora chega a 27%, o menor índice desde que assumiu o governo pela primeira vez em 1995 (dados do site Instituto Datafolha). Depois do último levantamento do Datafolha, Lerner sofreu um desgaste ainda maior, durante o segundo semestre de 2001, ao propor a privatização da Companhia Paranaense de Energia Elétrica (Copel).

³ Beto Richa foi deputado estadual pelo PSDB até 1997, quando o governador Jaime Lerner tentou se filiar ao partido, mas foi "barrado" pela executiva estadual que era dirigida pelo então ex-governador Álvaro Dias. Como os Richa, tanto pais quanto filho, eram os principais defensores da filiação de Lerner no PSDB, após a derrota no diretório estadual e o silêncio do diretório nacional, eles resolveram se desfiliar do PSDB como forma de protesto. Lerner se filiou ao PFL. Com a saída de Álvaro Dias do PSDB em 2001, os Richa (pai e filho) voltaram para o partido e têm significativa representação no diretório estadual.

⁴ Nas eleições municipais de 2000, apesar de ser oposição ao governo estadual, o PSDB conseguiu eleger o maior número de prefeitos no Estado, com 95 prefeituras ou 23,8%, enquanto o PFL, partido do Governo do Estado, conseguiu eleger 86 prefeitos ou 21,6%.

fato de ter entrado em sua primeira disputa majoritária estadual em 2002, concorrendo com dois ex-governadores. Isso fez com que ele iniciasse a campanha em desvantagem na preferência eleitoral quando comparado aos outros candidatos. Apesar disso, Beto Richa contou com a maior coligação partidária – oficial e “branca” – das eleições estaduais no Paraná em 2002. Sua campanha foi voltada principalmente para a formação da imagem do candidato que representa a renovação na política estadual – mesmo sendo filho de um ex-governador. Para contar apenas com o bônus do apoio do governo, sem arcar com o ônus, o PSDB fez uma campanha independente da máquina administrativa do governo Lerner.⁵

Do outro lado, o maior partido de oposição ao governo Lerner, o PMDB, atrasou a definição de seu candidato. Apesar do senador Roberto Requião ter afirmado publicamente que concorreria ao governo desde o início de 2002, as bases do partido – incluindo a bancada estadual – não confiava plenamente nessa alternativa. Aqueles que defendiam candidatura própria apostavam no nome de Requião, principal liderança do PMDB no Estado. Porém, o fato do mandato de Requião no Senado Federal terminar em 2002 teria um peso fundamental na decisão dele. Com uma reeleição praticamente garantida ao senado, Requião poderia estar trocando mais oito anos de mandato por uma difícil disputa ao governo do Paraná.

De qualquer maneira, uma ala do PMDB paranaense defendeu desde o início a candidatura própria do partido, como forma de manter a representação regional. Um dos candidatos alternativos ao governo pelo PMDB poderia ser o empresário do setor de comunicações e ex-governador do Paraná, Paulo Pimentel,⁶ que já pertenceu ao PFL, mas desde 2001 estava filiado ao PMDB. Pimentel entrou no partido como pré-candidato a uma das duas vagas do partido à disputa pelo Senado Federal. Cargo que disputou e perdeu, tendo ficado em terceiro lugar na eleição para o senado em 2002.

Assim que oficializou sua candidatura ao governo do Paraná em julho, Requião passou a ser o principal candidato da oposição a Lerner. Além de ter feito críticas a Jaime Lerner durante os oito anos de mandato, Requião também havia disputado o governo em 1998, como opositor do governador que foi então reeleito. Além disso, a candidatura de Requião para o governo foi casada com a de Luis Inácio Lula da Silva (PT) para a presidência, como já havia acontecido em 1998. Isso facilitou a formação da imagem de opositor ao governo Lerner por parte do PMDB do Paraná. Os principais motes da campanha de Requião foram o combate à corrupção na política estadual – identificada com o governo Lerner – e o fim da cobrança de pedágio em rodovias federais e estaduais concessionadas à iniciativa privada durante o governo Lerner. Foi assim que Requião, mes-

⁵ Em 2001, quando o PSDB estava sendo reorganizando no Estado, alguns Secretários estaduais tentaram se filiar ao partido, mas foram “barrados” pela nova direção. A exigência era que, para se filiar ao PSDB, eles deixassem o governo para evitar vinculações diretas por parte do eleitorado.

⁶ Paulo Pimentel foi governador do Paraná entre 1965 e 1970.

mo sem uma coligação política forte (já que o PMDB não estava oficialmente coligado a nenhum outro partido), conseguiu manter um crescimento contínuo das intenções de voto, o que o posicionou na segunda colocação após a votação em primeiro turno, permitindo que disputasse o segundo turno com Álvaro Dias. Já no segundo turno, o cenário político se alterou, pois a maior parte dos partidos fortes no Estado que ficaram de fora da disputa apoiaram o candidato do PMDB, tais como o PT e o PPS. Assim, Requião conseguiu ultrapassar Álvaro Dias durante as três semanas que separavam o primeiro e o segundo turno em 2002. Vale lembrar que essa foi a primeira disputa ao governo do Paraná decidida no segundo turno.

O pré-candidato com maior intenção de voto do eleitorado no início da campanha era Álvaro Dias⁷ do PDT. Em pesquisas realizadas pelo Instituto Datafolha no Estado no mês de abril, o índice de intenção de votos para Dias variava entre 38% e 41%, dependendo dos cenários apresentados. Como essa vantagem inicial poderia ser revertida durante a campanha, entre os candidatos no início da disputa a situação mais delicada era a do próprio Dias, pois lhe faltava apoio efetivo de partidos fortes para formar uma coligação consistente do ponto de vista eleitoral. Depois que deixou o PSDB em 2001, o senador Álvaro Dias e seu irmão, o também senador Osmar Dias, entraram no PDT com a garantia de que a legenda seria deles para a disputa

regional desse ano. A dificuldade que Álvaro Dias encontrou desde então foi a de formar uma coligação que desse sustentação durante a campanha, principalmente no que diz respeito ao tempo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). A coligação com partidos nanicos garantia a Dias cerca de três minutos no horário eleitoral, quatro vezes menos do que o candidato do PSDB.

A formação da Aliança Trabalhista, reunindo PDT e PTB – modificada na última semana de abril com a exclusão do PPS – na esfera federal para apoiar o pré-candidato à presidência Ciro Gomes, somada a verticalização das candidaturas, daria a Dias um fôlego maior, pois o PTB teria que se ligar com o PDT na disputa estadual, caso não lançasse candidato próprio. O problema é que o PTB paranaense fazia parte da coligação de partidos que apoiava o governo Lerner. A bancada de deputados estaduais petebistas foi leal ao governador durante todo o seu mandato; até 2001 o líder do governador na Assembléia era o deputado Valdir Rossoni do PTB, além do partido ocupar várias secretarias estaduais. A proximidade do PTB paranaense ao governo Lerner e o apoio do governador ao candidato do PSDB criaram constrangimentos para a ligação dos petebistas a Álvaro Dias, que pretendia ser o principal candidato de oposição ao Governo Lerner. Uma ala do PTB estadual defendia uma posição de independência oficial em relação aos candidatos ao governo, pois assim os deputados poderiam fazer campanha em suas bases sem se preocupar em defender candidatos da disputa majoritária. Na prática, haveria grandes possibilidades disso resultar em apoio “branco” ao candidato do governo. Outra ala,

⁷ Em 1994, Álvaro Dias foi candidato ao governo do Paraná pelo PP (Partido Progressista), tendo sido derrotado por Jaime Lerner, então do PDT.

também governista do PTB, propunha o lançamento de candidato próprio ao Governo do Estado, uma espécie de candidato “laranja” para não ter que apoiar o candidato de oposição, Álvaro Dias. O problema para os governistas do PTB é que o presidente nacional do partido, que está participando diretamente das negociações para a coligação com o PDT nacional, era o deputado federal paranaense José Carlos Martinez. Em nome da coerência necessária para manter a Frente Trabalhista viva na esfera federal, Martinez teve que defender a coligação oficial entre o seu partido e o PDT no Estado para a disputa do governo. Assim foi que o PTB coligou-se oficialmente com o PDT para apoiar a candidatura de Álvaro Dias ao governo, dando-lhe maior espaço no HGPE; porém, tirando-lhe a possibilidade de formar uma imagem de forte opositor ao governo Lerner.

Com relação ao PPS, também integrante da Aliança Trabalhista, para dar sustentação à candidatura de Ciro Gomes, não houve muita polêmica sobre a coligação no Paraná, pois o partido decidiu lançar candidato próprio ao governo, o deputado federal Rubens Bueno. Assim, Ciro Gomes conseguiu ter dois candidatos oficiais a governador do Paraná, Álvaro Dias e Rubens Bueno.

A candidatura ao governo do Paraná que pode ser considerada mais próxima de uma novidade em 2002, entre as viáveis eleitoralmente, foi a do deputado federal Padre Roque pelo PT. Escolhido pelas prévias do partido em março de 2002, Padre Roque não era considerado o melhor candidato do partido do ponto de vista eleitoral. A única eleição majoritária que disputou foi para a prefeitura do município de Ponta Grossa – de

porte médio do interior do Estado em 1992, quando ficou em terceiro lugar. Depois disso, foi eleito deputado federal em 1994 e reeleito em 1998 com a maioria dos votos vindos dos pequenos municípios de base econômica agrícola do interior do Estado.

Por outro lado, nas eleições municipais de 2000 o PT foi o partido que apresentou o maior avanço eleitoral no Estado. Venceu a disputa na prefeitura de Londrina, Maringá e Ponta Grossa, três grandes centros regionais do interior do Estado, e foi para o segundo turno na disputa pela prefeitura de Curitiba. Em função desse avanço eleitoral na capital do Estado, uma ala do partido preferia a candidatura de Ângelo Vanhoni, segundo deputado estadual mais votado em Curitiba em 1998 e segundo colocado na disputa pela prefeitura de Curitiba em 2000. Acontece que por uma opção pessoal, Vanhoni abriu mão da disputa pelo governo do Paraná, preferindo uma candidatura à reeleição de deputado estadual, sedimentando o caminho para uma possível candidatura à prefeitura de Curitiba em 2004.

Outra característica marcante da disputa para o governo do Paraná em 2002 foi o grande número de candidatos. Ao todo foram 12 concorrentes. Porém, sete deles terminaram abaixo de 1% dos votos válidos, mostrando-se inviáveis eleitoralmente, como mostra a tabela a seguir.

TABELA 1 – RESULTADO DAS ELEIÇÕES PARA GOVERNADOR DO PR 2002

Candidato	Partido	Votos 1º turno	%votos 1º turno	Votos 2º turno	%votos 2º turno
ÁLVARO FERNANDES DIAS	PDT	1.615.954	31,40	2.180.922	44,85
ROBERTO REQUIÃO DE MELLO E SILVA	PMDB	1.347.289	26,18	2.681.611	55,15
CARLOS ALBERTO RICHA	PSDB	888.796	17,27		
ROQUE ZIMMERMANN	PT	842.328	16,37		
RUBENS BUENO	PPS	362.446	7,04		
SEVERINO NUNES DE ARAÚJO	PSB	47.897	0,93		
GIOVANI GIONEDIS	PSC	26.556	0,52		
CLAUDEMIR FIGUEIREDO PESSOA	PSTU	5.517	0,11		
CIRUS ITIBERE DA CUNHA	PSD	3.351	0,07		
JAMIL NAKAD	PRTB	2.870	0,06		
JOSÉ GLADSTON BISPO	PRONA	1.814	0,04		
ABRAHÃO BARBOSA EMILIO JUNIOR	PTC	1.495	0,03		

Fonte: TRE-Paraná

Como podemos perceber, os arranjos pré-eleitorais para a eleição ao Governo do Paraná em 2002 formaram um quadro no mínimo curioso. Além do grande número de candidatos nanicos, o PFL, partido do governador, não lançou candidato próprio e optou por participar da coligação encabeçada pelo PSDB, com o PFL indicando o candidato a vice-governador e o PPB um candidato ao senado. O pré-candidato com melhor desempenho nas preferências eleitorais, Álvaro Dias, pretendia ser o representante das oposições ao governo Lerner, mas terminou contando com o apoio de partidos políticos que faziam parte do governo como, por exemplo, o PTB, gerando efeitos diretos no perfil da campanha de Álvaro Dias. Padre Roque, do PT, poderia representar a principal força de oposição no Estado, desde que o crescimento eleitoral do partido nas eleições municipais de 2000 fosse mantido em 2002, o que não aconteceu. O último candidato a

entrar na disputa, Roberto Requião, conseguiu identificar sua campanha como sendo genuinamente opositora a Lerner e ao governo Fernando Henrique Cardoso.

No segundo turno, a disputa entre Requião e Álvaro Dias foi federalizada. Requião, que historicamente se identificava com Lula no Estado, conseguiu a transferência de votos dos eleitores dos candidatos do PT e do PPS no primeiro turno, duplicando o percentual de votos que havia obtido no primeiro turno. Álvaro Dias, que saíra do PSDB pouco mais de um ano antes da campanha, não apoiou José Serra. Álvaro Dias tentou vincular sua imagem à de Lula, sem sucesso, e acabou cedendo espaço para a eleição de Requião, pois eleitoralmente apresentou um crescimento de apenas 25 pontos percentuais na participação de votos obtida no primeiro turno.

A seguir apresentaremos os dados empíricos referentes à cobertura dos principais candidatos ao governo do Paraná em 2002 pelos três principais jornais diários do Estado: Gazeta do Povo, Folha de Londrina e Estado do Paraná.

2 Análise da Cobertura Geral em 2002

No que diz respeito à cobertura aos candidatos ao governo do Paraná, feita pelos três jornais pesquisados, pode-se perceber que

a imprensa regional não segue o mesmo padrão da nacional. Nos jornais de circulação nacional, há um predomínio dos formatos informativos, principalmente reportagens. Como mostra a tabela a seguir, reportagens e chamadas de 1ª página (reconhecidamente informativos) são responsáveis por pouco mais de um terço da cobertura (34,9%, somados). O principal gênero jornalístico da cobertura para governador do Paraná em 2002 pelos jornais locais foi a coluna assinada,⁸ representando pouco mais da metade do total (52,9%).

TABELA 2 – FREQUÊNCIA DOS FORMATOS DE ENTRADAS

formato da entrada

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	reportagem	2136	32,0	32,0	32,0
	artigo assinado	67	1,0	1,0	33,0
	editorial	79	1,2	1,2	34,2
	coluna assinada	3532	52,9	52,9	87,1
	charge/foto/fotográfico	670	10,0	10,0	97,1
	chamada 1ª página	192	2,9	2,9	100,0
	Total	6676	100,0	100,0	

Quando analisamos os jornais de maneira separada, é possível perceber nuances de cobertura, como na tabela a seguir. A Folha de Londrina é a mais informativa, com 37,1% de sua cobertura feita por reportagens, enquanto a Gazeta do Povo apresenta o menor volume proporcional de reportagens na cobertura (27,5%). O Estado do Paraná fica muito próximo da média da cobertura dos três jornais, com 33,1% de suas entradas em forma de reportagens.

⁸ É importante observar que esse número é bem maior do que a quantidade de colunas assinadas presentes em cada jornal, pois, na coleta de dados, muitas delas foram fragmentadas em função da multiplicidade de assuntos abordados numa mesma coluna.

TABELA 3—FREQUÊNCIA DAS ENTRADAS POR JORNAL⁹

formato da entrada

nome do jornal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
EP	Valid	reportagem	626	33,1	33,1	33,1
		artigo assinado	11	,6	,6	33,7
		editorial	5	,3	,3	33,9
		coluna assinada	967	51,1	51,1	85,0
		charge/foto/infográfico	199	10,5	10,5	95,5
		chamada 1ª página	85	4,5	4,5	100,0
		Total	1893	100,0	100,0	
FL	Valid	reportagem	746	37,1	37,1	37,1
		artigo assinado	10	,5	,5	37,6
		editorial	8	,4	,4	38,0
		coluna assinada	939	46,7	46,7	84,8
		charge/foto/infográfico	247	12,3	12,3	97,1
		chamada 1ª página	59	2,9	2,9	100,0
		Total	2009	100,0	100,0	
GP	Valid	reportagem	764	27,5	27,5	27,5
		artigo assinado	46	1,7	1,7	29,2
		editorial	66	2,4	2,4	31,6
		coluna assinada	1626	58,6	58,6	90,2
		charge/foto/infográfico	224	8,1	8,1	98,3
		chamada 1ª página	48	1,7	1,7	100,0
		Total	2774	100,0	100,0	

Comparando os diferentes momentos da campanha, percebe-se que a cobertura informativa tendeu a aumentar conforme se aproximava o dia da votação. As reportagens e chamadas de 1ª página cresceram percentualmente entre o período pré-eleitoral, com 27,2% para 33,9% no primeiro tur-

no e 34% no segundo turno; enquanto as colunas assinadas apresentaram quedas constantes de participação de 57,3% no período pré-eleitoral para 51,8% no primeiro turno e 48,7% no segundo turno.

Com relação aos temas abordados pelos jornais, questões menos ligadas aos programas e informações cotidianas sobre o desenvolvimento das campanhas dominaram a cobertura. Nesse ponto, a cobertura dos jor-

⁹ Para efeitos de identificação das tabelas, os nomes dos jornais analisados foram abreviados da seguinte forma: Estado do Paraná (EP), Folha de Londrina (FL) e Gazeta do Povo (GP).

nais regionais se equipara às dos jornais nacionais que privilegiam mais a transmissão de informações sobre o desenrolar das campanhas e menos sobre o debate substantivo das propostas apresentadas pelos candidatos. O tema

“campanha eleitoral” que retrata as informações sobre o dia a dia das campanhas foi responsável por 84,2% das entradas. Temas substantivos como economia, violência, infra-estrutura e outros somaram 5% do total.

TABELA 4 – FREQUÊNCIA DOS TEMAS DE CAMPANHA

Tema geral

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	campanha eleitoral	5043	75,5	84,2	84,2
	político-institucional	254	3,8	4,2	88,4
	economia	61	9	1,0	89,4
	social	66	1,0	1,1	90,5
	infra-estrutura e meio-ambiente	48	7	8	91,3
	violência e segurança	46	7	8	92,1
	ético-moral	53	8	9	93,0
	política internacional	8	1	1	93,1
	outros	11	2	2	93,3
	variedades	402	6,0	6,7	100,0
	Total	5992	89,8	100,0	
Missing	System	684	10,2		
Total		6676	100,0		

A análise por jornais mostra que o tema Campanha Eleitoral ocupou 90% da cobertura feita pela Gazeta do Povo, somando 84% em O Estado do Paraná e 75,4% na Folha de Londrina. Os percentuais de temas ligados a propostas políticas na cobertura dos três jornais é bastante reduzido. Se agregarmos os assuntos substantivos de política pública (economia, social, infra-estrutura, meio ambiente

e violência), temos 6,2% do total da cobertura em O Estado do Paraná, 3,4% da Folha de Londrina e 2,2% da Gazeta do Povo.

Comparando os dados sobre Tema Geral e Formato da cobertura, é possível dizer que o Estado do Paraná deu uma atenção maior às propostas dos candidatos. Já a Folha de Londrina foi o jornal com maior volume

de informação, embora a sua cobertura tenha se concentrado, em grande medida, na cobertura das campanhas dos candidatos e em temas sem substância (“variedades”). A Gazeta

do Povo, que lastreou sua cobertura em colunas assinadas, dedicou sua atenção quase que exclusivamente aos assuntos vinculados ao desenvolvimento das campanhas.

TABELA 5 – FREQUÊNCIA DOS TEMAS DE CAMPANHA POR JORNAL

		Tema geral					
nome do jornal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
EP	Valid	campanha eleitoral	1417	74,9	84,0	84,0	
		político-institucional	53	2,8	3,1	87,1	
		economia	32	1,7	1,9	89,0	
		social	30	1,6	1,8	90,8	
		infra-estrutura e meio-ambiente	25	1,3	1,5	92,3	
		violência e segurança	17	,9	1,0	93,3	
		ético-moral	23	1,2	1,4	94,7	
		política internacional	5	,3	,3	95,0	
		outros	8	,4	,5	95,4	
		variedades	77	4,1	4,6	100,0	
		Total		1687	89,1	100,0	
		Missing System	206	10,9			
	Total	1893	100,0				
FL	Valid	campanha eleitoral	1320	65,7	75,8	75,8	
		político-institucional	104	5,2	6,0	81,7	
		economia	14	,7	,8	82,5	
		social	17	,8	1,0	83,5	
		infra-estrutura e meio-ambiente	18	,9	1,0	84,6	
		violência e segurança	10	,5	,6	85,1	
		ético-moral	28	1,4	1,6	86,7	
		variedades	231	11,5	13,3	100,0	
		Total		1742	86,7	100,0	
			Missing System	267	13,3		
			Total	2009	100,0		
	GP	Valid	campanha eleitoral	2306	83,1	90,0	90,0
político-institucional			97	3,5	3,8	93,8	

economia	15	5	6	94,3
social	19	7	7	95,1
infra-estrutura e meio-ambiente	5	2	2	95,3
violência e segurança	19	7	7	96,0
ético-moral	2	1	1	96,1
política internacional	3	1	1	96,2
outros	3	1	1	96,3
variedades	94	3,4	3,7	100,0
Total	2563	92,4	100,0	
Missing System	211	7,6		
Total	2774	100,0		

O enquadramento da cobertura geral, consistente com os temas mais constantes, indica uma predominância do tipo episódico (89%). Já o enquadramento temático ficou com 4,9%, muito próximo dos 5% referentes aos temas substantivos. O enquadramento personalista foi o menor da cobertura, com apenas 2,2%, e o tipo “corrida de cavalos” somou 3,9%. Isso pode ser explicado pelo fato de, na campanha para o governo do Paraná de 2002, ter havido um reduzido número de pesquisas com intenção de votos publicadas pelos jornais.

O enquadramento episódico na Gazeta do Povo apresentou o menor índice entre os três, com 86,9%, enquanto na Folha de Londrina ele foi de 90,2% e no Estado do Paraná 91,1%. A diferença é explicada pelo fato de na Gazeta do Povo o enquadramento corrido de cavalos ter representado proporcionalmente o dobro dos outros jornais, com 5,8%, contra 2,3% na Folha de Londrina e 2,7% no Estado do Paraná. Vale ressaltar que a Gazeta do Povo foi o único dos três jornais a contratar um instituto de pesquisas de

opinião para fazer avaliações do desempenho dos candidatos e de intenção de votos durante a campanha. Em relação ao enquadramento temático, a Gazeta do Povo apresentou menor índice com 4,2% de sua cobertura, contra 4,8% na Folha de Londrina e 5,8% no Estado do Paraná.

De maneira geral, é possível afirmar que a maior parte da cobertura dos jornais paranaenses da eleição para governo do Paraná em 2002 foi baseada em formatos jornalísticos opinativo ou interpretativo, sendo também uma parte significativa dessa cobertura apresentada em formatos de caráter mais informativo. Os veículos deram prioridade aos aspectos do cotidiano das campanhas, seja em relação aos temas, seja em relação ao tipo de enquadramento. Entre as coberturas dos três jornais, não há uma variação expressiva de padrão, embora a Folha de Londrina tenha revelado um padrão mais informativo e a Gazeta do Povo mais opinativo. Dos três jornais, foi o Estado do Paraná que mais deu ênfase aos temas substantivos de debate ao longo da campanha.

A seguir passamos a apresentar os resultados sobre o tratamento dispensado pelos jornais aos quatro principais candidatos ao governo do Paraná: Roberto Requião (PMDB), Álvaro Dias (PDT), Beto Richa (PSDB) e Padre Roque (PT).

3 Cobertura dos Candidatos

Nesta seção serão analisados o volume de aparições dos candidatos no total da cobertura e as valências dessas aparições, identificadas como positiva, negativa ou neutra.

TABELA 6—FREQUÊNCIA DAS APARIÇÕES DOS CANDIDATOS

Candidato	Frequency	Valid Percent
Álvaro Dias	2925	43,8%
Requião	2805	42,0%
Beto Richa	2091	31,3%
Padre Roque	1194	17,9%

No conjunto da cobertura dos três jornais, Dias é citado por pelo menos uma vez em 43,8% das entradas.¹⁰ É a maior aparição entre os principais concorrentes, embora tenha ficado muito próximo de Roberto Requião com 42% de aparição. A principal diferença se dá entre o terceiro e quarto colocados, pois Beto Richa, com 31,3%, fica com quase o dobro das aparições de Padre Roque na cobertura — 17,9%. A diferença de votos dos dois ficou em 1%.

Na comparação das aparições gerais por jornal, A Folha de Londrina aparece como

a responsável pelo maior volume de aparições de Álvaro Dias, com 36,8%, enquanto o Estado do Paraná representa 27,6% das aparições do candidato. Já Requião também aparece mais na Folha de Londrina, com 36,8%, exatamente a mesma proporção que Álvaro Dias, ficando a Gazeta do Povo com a menor participação nas aparições do candidato, com 29,1%. Já Beto Richa aparece mais na Gazeta do Povo, 36,9% do total, e menos no Estado do Paraná, com 28,8%; enquanto Padre Roque tem o maior volume de aparição na Gazeta do Povo, com 42,2%, e o menor no Estado do Paraná, com 23,5%.

¹⁰ Para a correta análise do peso dos jornais nas aparições dos candidatos, considerando que, em algumas datas, não foram coletados dados da cobertura do Estado do Paraná, nesta seção os números foram relativizados pelo peso da participação de cada periódico no universo da coleta.

TABELA 7 – FREQUÊNCIA (%) DAS APARIÇÕES POR JORNAL

Case Summaries

% of Total Sum

nome do jornal	categoria aparição Álvaro	categoria aparição Requião	categoria aparição Beto Richa	categoria aparição Padre Roque
EP	27,6%	34,1%	28,8%	23,5%
FL	36,8%	36,8%	34,2%	34,3%
GP	35,6%	29,1%	36,9%	42,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

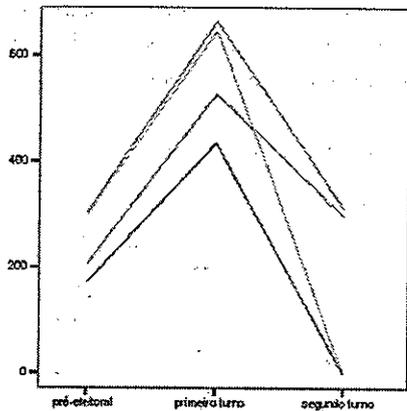
A Folha de Londrina foi o jornal mais equilibrado na distribuição das aparições dos quatro candidatos em análise, variando apenas em dois pontos percentuais entre eles. Já o Estado do Paraná representou maior peso nas aparições de Requião do que na dos demais candidatos, ocorrendo o oposto em relação à Gazeta do Povo que, sendo o jornal que menos colaborou para as aparições de Requião, teve um peso significativo nas aparições dos demais candidatos.

Distribuindo o total de aparições dos quatro principais candidatos em cada um dos

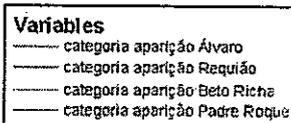
jornais analisados por período eleitoral (pré-eleitoral, 1º turno e 2º turno), fica evidente que a diferença da quantidade de cobertura entre os candidatos na Gazeta do Povo e Folha de Londrina foi apenas de intensidade, pois as curvas de todos os candidatos ficaram muito semelhantes (ver gráficos a seguir). Já no caso do Estado do Paraná, houve uma inversão na curva do candidato Álvaro Dias que ficou atrás de Padre Roque, sendo o quarto em volume de citações no jornal durante o primeiro turno das eleições.

GRÁFICO 1 – VOLUME DE COBERTURA DOS CANDIDATOS POR JORNALE E PERÍODO

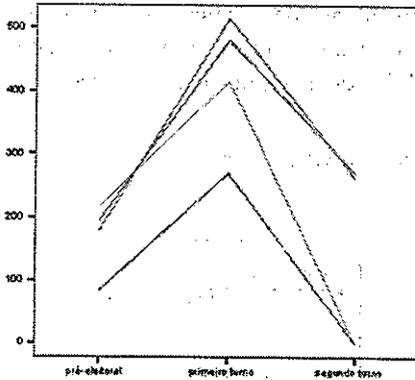
Statistics : Sum
nome do jornal : GP



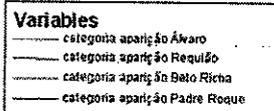
turno da eleição



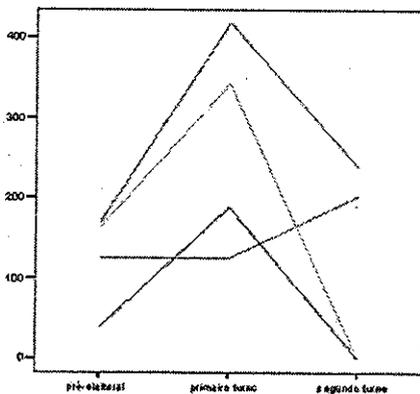
Statistics : Sum
nome do jornal : FL



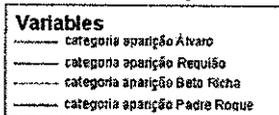
turno da eleição



Statistics : Sum
nome do jornal : EP



turno da eleição



A análise das distribuições das aparições dos dois principais candidatos acentua a diferença de tratamento entre eles no Estado do Paraná e na Gazeta do Povo. Álvaro Dias aparece em apenas 36% das matérias sobre os candidatos publicadas pelo Estado do Paraná, contra 43,7% de aparições para Requião. Já a

Gazeta do Povo inverte a relação, dando 46,3% de aparição sobre o total da cobertura para Álvaro Dias e 37,2% para Roberto Requião. Mais uma vez a Folha de Londrina é o jornal mais equilibrado, com a participação dos dois candidatos em 47% do total da cobertura, como mostram as tabelas a seguir.

TABELA 8 – FREQUÊNCIA APARIÇÕES - ÁLVARO DIAS E ROBERTO REQUIÃO

categoria aparição Álvaro

nome do jornal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
EP	Valid	não aparece	1212	64,0	64,0	64,0
		aparece	681	36,0	36,0	100,0
		Total	1893	100,0	100,0	
FL	Valid	não aparece	1048	52,2	52,2	52,2
		aparece	961	47,8	47,8	100,0
		Total	2009	100,0	100,0	
GP	Valid	não aparece	1491	53,7	53,7	53,7
		aparece	1283	46,3	46,3	100,0
		Total	2774	100,0	100,0	

categoria aparição Requião

nome do jornal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
EP	Valid	não aparece	1066	56,3	56,3	56,3
		aparece	827	43,7	43,7	100,0
		Total	1893	100,0	100,0	
FL	Valid	não aparece	1063	52,9	52,9	52,9
		aparece	946	47,1	47,1	100,0
		Total	2009	100,0	100,0	
GP	Valid	não aparece	1742	62,8	62,8	62,8
		aparece	1032	37,2	37,2	100,0
		Total	2774	100,0	100,0	

A análise dos percentuais de aparições distribuídos nos três períodos eleitorais mostra um equilíbrio grande entre Requião e Álvaro Dias, ambos eleitos para o segundo turno. Já no caso dos outros dois

concorrentes, percebe-se que a cobertura de Beto Richa começou antes da de Padre Roque, pois o período pré-eleitoral representou 32,9% de suas aparições, contra apenas 24,3% de Padre Roque.

TABELA 9 – FREQUÊNCIA APARIÇÕES – BETO RICHA E PADRE ROQUE

Case Summaries

% of Total Sum

turno da eleição	categoria aparição Álvaro	categoria aparição Requião
pré-eleitoral	20,5%	20,5%
primeiro turno	52,5%	50,8%
segundo turno	27,0%	28,7%
Tota	100,0%	100,0%

Case Summaries

% of Total Sum

turno da eleição	categoria aparição Beto Richa	categoria aparição Padre Roque
pré-eleitoral	32,9%	24,3%
primeiro turno	67,1%	75,7%
segundo turno	,0%	,0%
Total	100,0%	100,0%

Valências das aparições

Nas distribuições gerais de valências, Requião é o candidato que apresenta o maior percentual de valência neutra, com 62,4%,

enquanto Beto Richa fica em primeiro lugar em valência negativa, com 15,7%, e também em positiva, com 32,5%.

TABELA 10 – FREQUÊNCIA (%) DE VALÊNCIAS DOS PRINCIPAIS CANDIDATOS

	Álvaro Dias	Roberto Requião	Beto Richa	Padre Roque
positivo	28,7%	26,5%	32,5%	29,6%
negativo	14,4%	11,1%	15,7%	13,3%
neutro	56,9%	62,4%	51,7%	57,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quando citado pelo menos uma vez, Dias aparece em 56,9% dos casos com valência neutra, 28,7% com valência positiva e 14,4% com valência negativa, o que indica um viés de cobertura positiva para Dias, visto que esse tipo de valência equivale ao dobro da negativa. Com relação às valências de Requião, o candidato seguiu o mesmo padrão apresentado por Álvaro Dias, com poucas variações percentuais. O fato é que a valência neutra de Requião representou quase dois terços do total, com 62,4%; as positivas ficaram em 26,5%, pouco mais que o dobro das negativas que tiveram 11,1%.

4 Qualidade da Visibilidade dos Candidatos

Uma das formas mais produtivas de análise de uma grande quantidade de dados, como no caso da cobertura da imprensa sobre a eleição para o governo do Paraná, é por meio de dados agregados. Aqui as informações dos jornais são agregadas em um índice que chamamos de Índice de Visibilidade das Matérias. O objetivo é evidenciar possíveis tendências gerais da cobertura.

O Índice de Visibilidade das Matérias é calculado para medir a ocorrência de tratamento diferenciado dos candidatos pelos jornais no que diz respeito a maior ou menor facilidade para encontrar textos jornalísticos que contenham os nomes dos concorrentes. As variáveis envolvidas no índice de visibilidade são: número da página, posição na página e formato de matéria.

Considerando que essas três variáveis juntas são capazes de tornar mais ou menos visíveis os textos em um jornal, os códigos de cada

uma delas receberam pesos que variam de um (1) a seis (6), tendo participação individual de 33,33% na formação do índice.

TABELA 11 – FREQUÊNCIA DA VISIBILIDADE DA COBERTURA GERAL

		índice visibilidade			
Valdi		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	muito baixa	80	1,2	1,2	1,2
	baixa	2645	39,6	39,6	40,8
	média	3071	46,0	46,0	86,8
	alta	877	13,1	13,1	100,0
	muito alta	3	,0	,0	100,0
	Total	6676	100,0	100,0	

Distribuindo o índice de visibilidade por candidato, percebe-se que, quando aparece Beto Richa, Requião e Dias, as matérias se situam em espaços de maior destaque. Em 62,6% das aparições de Beto Richa, elas ficaram entre média e muito alta.

No caso de Álvaro Dias, foram 60,5% das entradas entre visibilidade média e alta. Roberto Requião teve 62,3% entre visibilidades média e muito alta. No caso de Padre Roque, foram apenas 53,3% entre visibilidade média e muito alta.

TABELA 12 – FREQUÊNCIA DA VISIBILIDADE (%) POR CANDIDATO

índice visibilidade final	% of Total Sum			
	categoria aparição Álvaro	categoria aparição Requião	categoria aparição Beto Richa	categoria aparição Padre Roque
muito baixa	1,1%	,8%	,5%	,9%
baixa	38,4%	36,9%	36,9%	45,8%
média	49,2%	50,7%	50,5%	43,4%
alta	11,3%	11,6%	12,0%	9,9%
muito alta	,0%	,0%	,1%	,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quanto as aparições dos candidatos por jornal, Álvaro Dias tem aparição de maior destaque no Estado do Paraná, com 54,5% de entradas em visibilidade média. Na Folha de Londrina, o maior percentual fica também na visibilidade média, mas com

48%, e na Gazeta do Povo a aparição média reúne 44,3% do total. Nas aparições de Requião, no Estado do Paraná, foram 57,1% na visibilidade média; na Folha de Londrina foram 50,4% e na Gazeta do Povo ele ficou com 45,9%.

TABELA 13 – CRUZAMENTO ENTRE APARIÇÃO E ÍNDICE DE VISIBILIDADE (ÁLVARO DIAS E ROBERTO REQUIÃO)

% within categoria aparição Álvaro

nome do jornal		categoria aparição Álvaro		Total	
		não aparece	aparece		
EP	índice	muito baixa	,4%	,3%	,4%
	visibilidade final	baixa	25,2%	21,0%	23,7%
		média	51,3%	60,1%	54,5%
		alta	23,1%	18,6%	21,5%
	Total		100,0%	100,0%	100,0%
FL	índice	muito baixa	2,1%	,6%	1,4%
	visibilidade final	baixa	53,0%	47,5%	50,3%
		média	41,6%	48,0%	44,6%
		alta	3,3%	4,0%	3,6%
	Total		100,0%	100,0%	100,0%
GP	índice	muito baixa	1,4%	1,9%	1,6%
	visibilidade final	baixa	44,4%	40,8%	42,8%
		média	38,5%	44,3%	41,2%
		alta	15,5%	12,9%	14,3%
		muito alta	,2%		,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	

% within categoria aparição Requião

nome do jornal		categoria aparição Requião		Total	
		não aparece	aparece		
EP	índice	muito baixa	,3%	,5%	,4%
	visibilidade final	baixa	25,2%	21,6%	23,7%
		média	52,4%	57,1%	54,5%
		alta	22,0%	20,8%	21,5%
	Total		100,0%	100,0%	100,0%
FL	índice	muito baixa	2,0%	,7%	1,4%
	visibilidade final	baixa	55,4%	44,6%	50,3%
		média	39,5%	50,4%	44,6%
		alta	3,1%	4,2%	3,6%
	Total		100,0%	100,0%	100,0%
GP	índice	muito baixa	1,9%	1,2%	1,6%
	visibilidade final	baixa	43,2%	42,0%	42,8%
		média	38,4%	45,9%	41,2%
		alta	16,3%	10,9%	14,3%
		muito alta	,2%		,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	

As aparições de Beto Richa no Estado do Paraná foram de 56,8% em visibilidade média; na Folha de Londrina o maior

percentual foi de visibilidade baixa, com 48,6%, e na Gazeta do Povo o maior percentual foi na visibilidade média, com

48,7%. Padre Roque apresentou 57,6% de visibilidade média nas aparições do Estado do

Paraná; 54,6% de visibilidade baixa na Folha de Londrina e 46,9% na Gazeta do Povo.

TABELA 14 – CRUZAMENTO ENTRE APARIÇÃO E ÍNDICE DE VISIBILIDADE (BETO RICHAE PADRE ROQUE)

% within categoria aparição Beto Richa

nome do jornal	índice visibilidade final	categoria aparição Beto Richa	categoria aparição Beto Richa		Total
			não aparece	aparece	
EP	visibilidade final	muito baixa	,4%	,2%	,4%
		baixa	25,3%	19,3%	23,7%
		média	53,6%	56,8%	54,5%
		alta	20,7%	23,7%	21,5%
Total			100,0%	100,0%	100,0%
FL	visibilidade final	muito baixa	1,8%	,5%	1,4%
		baixa	51,1%	48,6%	50,3%
		média	43,1%	48,0%	44,6%
		alta	3,9%	3,0%	3,6%
Total			100,0%	100,0%	100,0%
GP	visibilidade final	muito baixa	2,1%	,6%	1,6%
		baixa	45,0%	38,5%	42,8%
		média	37,3%	48,7%	41,2%
		alta	15,6%	11,8%	14,3%
		muito alta		,3%	,1%
Total			100,0%	100,0%	100,0%

% within categoria aparição Padre Roque

nome do jornal	índice visibilidade final	categoria aparição Padre Roque	categoria aparição Padre Roque		Total
			não aparece	aparece	
EP	visibilidade final	muito baixa	,4%		,4%
		baixa	22,9%	29,4%	23,7%
		média	54,0%	57,6%	54,5%
		alta	22,7%	13,0%	21,5%
Total			100,0%	100,0%	100,0%
FL	visibilidade final	muito baixa	1,5%	1,1%	1,4%
		baixa	49,4%	54,6%	50,3%
		média	45,3%	41,7%	44,6%
		alta	3,9%	2,5%	3,6%
Total			100,0%	100,0%	100,0%
GP	visibilidade final	muito baixa	1,8%	1,2%	1,6%
		baixa	41,6%	46,9%	42,8%
		média	41,8%	38,9%	41,2%
		alta	14,7%	13,0%	14,3%
		muito alta	,1%		,1%
Total			100,0%	100,0%	100,0%

5 Notas Conclusivas

Buscamos, neste trabalho, analisar algumas similaridades e diferenças entre as coberturas do Estado do Paraná, a Gazeta do Povo e a Folha de Londrina. Com relação à cobertura geral, ficou claro que o jornal Folha de Londrina, único jornal do interior do Estado entre os pesquisados, privilegiou as reportagens, enquanto a Gazeta do Povo e o Estado do Paraná foram mais marcadamente identificados por textos opinativos e interpretativos das colunas e artigos assinados.

Já no que diz respeito aos temas e aos enquadramentos, percebe-se uma similaridade no tipo de cobertura realizado pelos três jornais, com predomínio absoluto do tipo episódico. Com respeito a essas categorias, os veículos regionais do Paraná aproximam-se bastante do padrão de cobertura estabelecido pelos jornais de circulação nacional em relação às eleições presidenciais.

A respeito da cobertura dos candidatos, a análise geral mostra uma certa linearidade nas aparições e valências dos quatro analisados aqui e divididos em dois grupos: Requião e Álvaro Dias, que foram para o segundo turno; Beto Richa e Padre Roque, terceiro e quarto colocados, respectivamente. Porém, a análise dos dados agregados,

pelo índice de visibilidade mostrou algumas nuances dessa cobertura. Comparando com os demais candidatos, as aparições de Padre Roque em espaços com grande visibilidade foram em menor volume.

Com relação à cobertura da Gazeta do Povo, percebe-se um tratamento diferenciado ao candidato Álvaro Dias, pois quando ele aparece com valência positiva, isso acontece em espaços com alta visibilidade e a valência negativa se dá em áreas de baixa visibilidade. Para os outros três candidatos, essa relação é inversa. No jornal Estado do Paraná, há um favorecimento de Requião; porém, de maneira sutil, sem que fosse possível constatá-lo na análise dos dados desagregados. Ao invés de favorecer diretamente o candidato do PMDB, o jornal dá maior visibilidade para as matérias com valência negativa de Álvaro Dias, principal concorrente de Requião. Esses resultados mostram que, embora de forma sutil, as coberturas do Estado do Paraná e da Gazeta do Povo foram, em algum grau, favoráveis a um dos candidatos que estavam na disputa, indicando, especialmente no caso do Estado do Paraná, a influência de fatores exógenos à atividade jornalística na cobertura das eleições para governador no Paraná em 2002. Uma análise mais detalhada dos dados disponíveis permitirá qualificar nossas conclusões preliminares. ■

6 Referências Bibliográficas

MARTÍN-BARBERO, Jesus, *Dos Meios às Mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia*, Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2001.

BLUMER, H, *Social Problem as collective behavior*, Social Problems, 18, 1971.

CAMPBELL, Angus, et alii, *Elections and the political Order*, John Wiley and Sons, New York, 1966.

FULLER, R. C.; MYERS, R. R., *The natural history of a social problem. American Sociological Review*, 6, 1966.

MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L., *The agenda-setting function of the mass media. Public Opinion Quarterly*, 36, 1972.

OLIVEIRA, L. A.; CAMARGOS, M. B., *A imprensa mineira e a disputa eleitoral. Análise da cobertura dos jornais "Estado de Minas" e "O Tempo" em relação à corrida eleitoral pela Prefeitura de Belo Horizonte*, Anpocs, Caxambu, Brasil, 2001. RUBINGTON, E.; WEINBERG, M. S., *The study of social problems*, 4ª edição, New York, Oxford University Press, 1989.

WOLF, Mauro, *Teorias da comunicação*, Presença, Lisboa, 1987.

Resultados Eleitorais de 2002 – Tribunal Regional do Paraná (TRE)