

---

## **Jornal impresso e eleições municipais: da opinião à informação nas páginas da *Gazeta do Povo***

---

---

*Printed newspaper and municipal  
elections: the view the information on  
the pages of the *Gazeta do Povo**

**Doacir Gonçalves de Quadros**

Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), professor de Ciência Política e coordenador do grupo de pesquisa Meios de Comunicação e Política, vinculado ao Programa de Iniciação Científica do Centro Universitário Uninter, Curitiba, PR – Brasil, e-mail: dgquadros2001@yahoo.com.br

### **Resumo**

O artigo apresenta parte dos dados obtidos no acompanhamento da cobertura eleitoral do jornal *Gazeta do Povo* (GP) sobre as eleições de 2000 a 2012 para prefeito de Curitiba, em particular sobre a tematização, o volume e o formato das matérias publicadas no jornal, procurando-se identificar alguns traços de seu padrão jornalístico. Os dados levantados sobre a cobertura do jornal a partir da variável volume permitiram constatar um padrão jornalístico em que o volume da cobertura é marcado pelo contexto político-eleitoral de cada disputa. Também se constatou, com base na análise dos formatos das matérias, uma mudança no tratamento dispensado pelo jornal

**Palavras-chave:** Jornal impresso. Eleições municipais. Cobertura eleitoral.

ao tema eleições ao longo dos anos, passando de uma cobertura eleitoral com fortes traços opinativos para uma cobertura mais informativa sobre as eleições.

### **Abstract**

*The article presents part of the data obtained in the monitoring of election coverage of the newspaper Gazeta do Povo (GP) on the elections from 2000 to 2012 for Mayor of Curitiba, in particular on the theming, the volume and shape of the material published in the newspaper, looking for-identify some features of his journalistic standard. The data collected on the newspaper coverage from the variable volume allowed to observe a standard of journalism in the volume of coverage is marked by the political context of each election dispute. Also found, based on the analysis of the shapes of the material, a change in the treatment offered by the newspaper the theme elections over the years, from one election coverage with strong traces opinionated coverage for more information on the elections.*

**Keywords:** Printed newspaper. Municipal elections. Election coverage.

---

### **Introdução**

Neste artigo objetiva-se identificar alguns traços relativos ao padrão jornalístico adotado pelo jornal *Gazeta do Povo* (GP) a respeito das disputas eleitorais de 2000 a 2012 para prefeito de Curitiba, com base na análise de dados levantados sobre a cobertura eleitoral do referido periódico.

O jornal *Gazeta do Povo* é considerado o maior e mais importante de Curitiba e tem ocupado lugar de destaque na construção do cenário político local ao promover campanhas de conscientização junto à população, da mesma forma que em virtude das séries de denúncias sobre membros das elites políticas curitibana e paranaense. De acordo com o editorial “O poder do voto bem informado”, publicado em 25 de abril de 2010, o grupo Rede Paranaense de Comunicação (RPC), do qual o jornal *Gazeta do Povo* faz parte, promoveria a partir daquele ano uma grande campanha com o objetivo de contribuir para que o eleitor curitibano fizesse a

melhor escolha nas eleições. Segundo o jornal, a melhor escolha seria fruto de instrumentos como conhecimento e informação (GAZETA DO POVO, 2010).

No ano seguinte, ou seja, em 2011, as séries de denúncias levantadas pelo grupo RPC sobre o superfaturamento dos gastos com publicidade na Câmara Municipal de Curitiba culminaram no afastamento do então presidente da casa e na desistência de diversos vereadores de concorrerem à reeleição em 2012. Nesse contexto de escândalos envolvendo as elites políticas de Curitiba, reafirma-se a relevância das eleições como um instrumento crucial à disposição da população, que, por intermédio do seu voto, pode reprovar e conseguir mudanças no comportamento das elites políticas (MANIN et. al., 2006, p. 106).

A atual democracia representativa reascende a pertinência da existência de um fluxo contínuo e plural de informações necessárias para o processo deliberativo de decisões políticas, como o que ocorre durante uma eleição (MANIN, 1995; HABERMAS, 2006). Considera-se, neste artigo, que os jornais impressos colocam-se como uma das arenas que subsidiam a população com informações essenciais para o desenrolar do processo eleitoral. Consequentemente, as investigações e pesquisas sobre a cobertura jornalística tornam-se importantes para verificar o comportamento da indústria jornalística no cumprimento de sua função, que é informar (ALDÉ et al., 2007, p. 156; QUADROS; SANTOS, 2013, p. 35; AALBERG et. al., 2013, p. 282).

Para a definição do voto, é importante para a população que exista um padrão de cobertura jornalística combinando informação, interpretação e opinião sobre os temas relativos às eleições: é em torno dessa expectativa que se situa o objetivo de pesquisa que orienta este artigo, ou seja, identificar alguns traços relativos ao padrão jornalístico na cobertura eleitoral promovida pela *Gazeta do Povo* sobre as eleições de 2000, 2004, 2008 e 2012 para prefeito de Curitiba. São duas as hipóteses que se pretende testar a partir das variáveis “volume” e “formato jornalístico” das matérias. A primeira hipótese resume-se em que, no padrão jornalístico adotado pela *Gazeta do Povo*, é possível identificar uma relação entre o volume de sua cobertura e o contexto político-eleitoral de cada disputa investigada. A segunda hipótese testada refere-se à existência de uma mudança no padrão jornalístico da *Gazeta do Povo* perceptível a partir dos formatos jornalísticos adotados nos diferentes momentos eleitorais investigados; tal mudança seria perceptível pela passagem de uma cobertura eleitoral com fortes traços opinativos para uma cobertura mais informativa sobre as eleições.

Para atingir o objetivo proposto, na próxima seção apresenta-se a metodologia empregada para a coleta dos dados sobre a cobertura eleitoral do jornal. Na seção seguinte é feita a análise dos dados extraídos sobre o volume e o formato jornalístico relativo ao tema eleições na cobertura da *Gazeta do Povo*. Em seguida, algumas considerações são feitas a título de comentários finais.

## Metodologia

A metodologia adotada na pesquisa consistiu em identificar a frequência com que o tema eleições esteve presente na cobertura da *Gazeta do Povo* durante as disputas eleitorais de 2000, 2004, 2008 e 2012<sup>1</sup>. O tema eleições relaciona-se especificamente às matérias em que foi citado ao menos um dos candidatos a prefeito de Curitiba e que foram divulgadas pelo jornal sobre o cotidiano das disputas para a Prefeitura. O período analisado corresponde às edições da *Gazeta do Povo* que foram publicadas no primeiro e no segundo turno de cada disputa eleitoral<sup>2</sup>.

Para verificar a visibilidade do tema eleições no jornal adotaram-se os seguintes procedimentos: identificação dos temas que formaram a agenda temática da cobertura do jornal durante o período investigado e identificação do espaço em centímetros quadrados cedido pelo jornal ao tema eleições.

Na construção da notícia cada formato jornalístico possui uma característica que lhe é peculiar (BEZERRA, 2005, p. 40-60). O formato “reportagem” remete a matérias que se colocam como relatos — o que implica um trabalho de campo combinando informação e interpretação. O formato “coluna política” apresenta-se como textos que misturam opinião e interpretação sobre dado fato — em que o jornalista (o colunista) é responsável pela seção e assina o material publicado. O formato “ilustrações e fotos” acompanha os textos opinativos ou informativos. O formato “chamada de primeira página” reporta textos considerados

<sup>1</sup> É necessário um especial agradecimento ao Programa de Iniciação Científica da Uninter (PIC-Uninter) e aos estudantes pesquisadores dos grupos de pesquisa Meios de Comunicação e Política (Uninter) e Comunicação Política (UFPR), que atuaram na coleta de dados das edições do jornal pesquisado.

<sup>2</sup> Entre as eleições investigadas somente a disputa de 2008 não teve segundo turno. As edições analisadas da GP correspondem aos seguintes períodos: 2000 – 1º de julho a 30 de outubro; 2004 – 1º de julho a 31 de outubro; 2008 – 1º de julho a 5 de outubro; 2012 – 1º de julho a 28 de outubro.

pelos jornalistas como de grande importância para o seu leitor e são publicados na capa do jornal. O formato “artigos assinados” são textos opinativos escritos por especialistas, jornalistas ou não especialistas (neste caso, leitores).

### A visibilidade das eleições na cobertura da *Gazeta do Povo*

Levantar a visibilidade que o tema eleições recebeu na cobertura eleitoral da GP é o primeiro passo para identificar algum traço do padrão jornalístico adotado pelo jornal. Para chegar à visibilidade que as eleições obtiveram, é útil identificar o volume em quantidade de matérias e em espaço em centímetros quadrados que o jornal dispôs para o tema.

No Quadro 1 o volume de matérias sobre as eleições está expresso pela quantidade de matérias que a GP publicou em cada eleição.

Comparando as quantidades de matérias que o jornal publicou em cada eleição, destaca-se a eleição de 2004, em que houve um total de 2.159 matérias sobre a disputa eleitoral. O número de matérias publicadas pela GP em 2004 corresponde a quase 50% do total de matérias levantadas por essa pesquisa no decorrer das quatro eleições investigadas. O jornal apresentou um total de 877 matérias nas eleições de 2000 e, no pleito de 2012, de 811 matérias, ambas as eleições decididas em dois turnos. Na eleição de 2008, decidida no primeiro turno, houve 679 matérias.

Para aprofundar essa análise inicial quanto ao volume da cobertura eleitoral da GP é pertinente converter o volume em centímetros quadrados. Assim, identifica-se que em 2000 a cobertura foi equivalente a 104.282

**Quadro 1** - Quantidade de matérias publicadas na *Gazeta do Povo* nas eleições para prefeito de Curitiba (2000-2012)

Eleição	N.
2000	877
2004	2.159
2008	679
2012	811
Total	4.526

Fonte: Grupos de pesquisa Meios de Comunicação e Política (Uninter) e Comunicação Política (UFPR).

cm<sup>2</sup> e, em 2004, a 136.779 cm<sup>2</sup>. Já em 2008, a cobertura sobre a disputa correspondeu a um espaço de 65.791cm<sup>2</sup> e, em 2012, a 175.775 cm<sup>2</sup>.

Esses números permitem os seguintes comentários. Em primeiro lugar, em 2004, a GP publicou 2.159 matérias, mas esse volume revertido para cm<sup>2</sup> foi inferior à cobertura de 2012, em que se publicaram 811 matérias. A partir desses dados, na próxima seção deste artigo (que tratará sobre os formatos das matérias) será testada uma explicação para a discrepância identificada entre as coberturas feitas pelo jornal em 2004 e 2012. Tentar-se-á confirmar pela análise dos dados relativos ao formato das matérias que, em 2004, apesar de apresentar um número maior de matérias (2.159), a cobertura da GP caracterizou-se por ser extremamente fragmentada e concentrada em pequenas matérias de tamanhos reduzidos, gerando assim uma quantidade maior de textos.

Em segundo lugar, como 2008 foi um período de menor disputa eleitoral, o volume da cobertura do jornal sobre a eleição foi inferior aos volumes de 2000, 2004 e 2012. A explicação para esse comportamento da cobertura eleitoral do jornal, conforme tentaremos comprovar na sequência, consiste em que os jornais impressos buscam ampliar suas coberturas eleitorais quando as eleições mostram-se mais acirradas — como no caso de o pleito passar a ter, por exemplo, a disputa de segundo turno. Entre as eleições investigadas, somente a eleição de 2008 não teve segundo turno em razão da vitória do candidato Beto Richa, que se manteve com 70% da preferência do eleitor durante todo o período da disputa<sup>3</sup>. Naquela eleição o clima de intenção apontado pelas pesquisas eleitorais mostrava que não haveria segundo turno, comportamento eleitoral distinto do observado nas eleições de 2000, 2004 e 2012, como se descreverá a seguir, em que o eleitorado curitibano, conforme as pesquisas de opinião, colocava-se como indeciso quanto à escolha do candidato a prefeito. Ao converter o volume da cobertura eleitoral da GP para centímetros quadrados e analisar esse volume a partir dos contextos político-eleitorais das eleições investigadas, os dados mostram um primeiro traço do padrão de cobertura eleitoral do jornal: dedica um

---

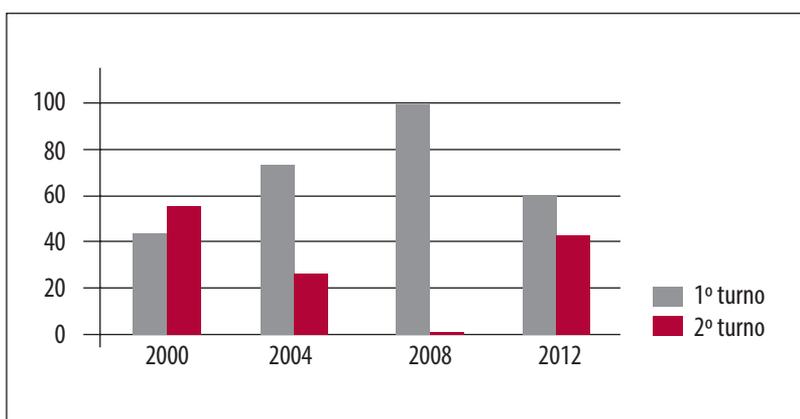
<sup>3</sup> A primeira pesquisa eleitoral divulgada pelo Datafolha no dia 25 de julho mostrava Beto Richa com 72% das intenções de voto, Gleisi Hoffmann com 12% e Carlos Moreira com 1%. É comum considerar o início dos programas eleitorais como um dos momentos fundamentais para mudar o quadro de intenção eleitoral durante as disputas eleitorais (QUADROS, 2012, p. 86). Em Curitiba, a pesquisa realizada pelo Datafolha após o início dos programas eleitorais mostrava a permanência de Beto Richa com 71% das intenções, Gleisi Hoffmann com 15% e Fábio Camargo com 2%.

espaço relativamente maior ao assunto eleições quando a disputa eleitoral mostra-se acirrada e indefinida.

Na Figura 1 consta o volume da cobertura da GP em cm<sup>2</sup> por turno em cada eleição investigada.

Observa-se como frequente em uma disputa eleitoral os jornais apresentarem uma cobertura menor no segundo turno por tratar-se de um período mais curto em números de dias se comparado com o primeiro turno. Os percentuais relativos à cobertura por turno da GP presentes na Figura 2 revelam que, em 2004 e em 2012, o jornal seguiu a tendência esperada, com a redução do volume da sua cobertura no segundo turno. Entretanto, a mesma tendência não ocorreu nas eleições de 2000, em que o jornal promoveu uma cobertura maior durante o segundo turno.

A pouca atenção dedicada pela GP ao primeiro turno da disputa em 2000 deveu-se a que, o jornal, naquela eleição, considerava que a disputa estava decidida logo no primeiro turno em favor do candidato à reeleição (CERVI; SOUZA, 2004, p. 40). No ano 2000, a campanha pela sucessão municipal em Curitiba apresentava-se inicialmente sem grandes novidades: o candidato à reeleição, Cássio Taniguchi, do Partido da Frente Liberal (PFL), tinha grandes possibilidades de vencer o pleito no primeiro turno e representava a continuidade do grupo político do então governador do Estado, Jaime Lerner — grupo que estava na administração de Curitiba havia 12 anos, mantendo nas campanhas eleitorais a mesma estratégia “vitoriosa”, com ênfase no planejamento urbano e no conhecimento técnico. A primeira pesquisa eleitoral, realizada no início



**Figura 1** - Área dedicada pela *Gazeta do Povo* à eleição para prefeito de Curitiba, por ano e por turno (em %)

do mês de julho, mostrava o candidato à reeleição com 49% das intenções de votos, superando os 19% das intenções de votos que os demais candidatos, de oposição, possuíam<sup>4</sup>. No entanto, no decorrer da campanha eleitoral, o candidato à reeleição desgastou-se e a opinião de voto alterou-se até levá-lo à disputa do segundo turno contra o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Ângelo Vanhoni, que obtivera 35% dos votos (contra menos de 11% obtidos na eleição de 1996, também para a Prefeitura de Curitiba). No segundo turno, o candidato à reeleição pelo PFL elegeu-se com 51,48% dos votos válidos contra 48,52% do candidato do PT<sup>5</sup>. Por um lado, o contexto eleitoral extremamente competitivo e polarizado e, por outro lado, o crescimento da indefinição do voto por parte do eleitor curitibano contribuiu para que a GP apresentasse uma cobertura com um volume maior de matérias em um período mais curto de cobertura (ou seja, o segundo turno).

Outro aspecto que chama a atenção nos dados desagregados por turno é que, na cobertura da GP em 2004, 72% do volume total das matérias em cm<sup>2</sup> foram publicadas somente no primeiro turno. Comportamento diferente foi identificado na cobertura eleitoral da GP nas demais eleições em que houve o segundo turno. Em 2000, foram publicadas no primeiro turno 42% do volume total e, em 2012, 59%.

Ângelo Vanhoni, que concorria pelo PT, foi a grande surpresa na eleição de 1996, ao levar o partido a disputar pela primeira vez em Curitiba o segundo turno das eleições. Em 2000, no início do período eleitoral, o candidato petista liderava as pesquisas e disputava a eleição para prefeito de Curitiba com o apoio do Governo Federal ocupado pelo partido<sup>6</sup>. Em 2004, a baixa satisfação da população frente ao desempenho da Prefeitura administrada pelo PFL interferiu na adesão do eleitor ao

<sup>4</sup> A primeira pesquisa eleitoral foi divulgada no dia 30 de julho e realizada pelo Instituto Datafolha – *Gazeta do Povo*, no dia 26. Nessa pesquisa, Cassio Taniguchi (PFL) era o primeiro colocado, com 49% das intenções de voto; Maurício Requião (Partido do Movimento Democrático Brasileiro – PMDB) tinha 10%; Ângelo Vanhoni (PT) e Eduardo Requião (Partido Democrático Trabalhista – PDT) com 9% cada; Jamil Nakad (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro – PRTB) aparecia com 1%; ao passo que Forte Netto (Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB) e Diego Studze (Partido Socialista dos Trabalhadores Unido – PSTU) não atingiram 1% das intenções de voto cada um.

<sup>5</sup> Na primeira pesquisa eleitoral do segundo turno feita pelo Ibope Rede Paranaense, o candidato Ângelo Vanhoni liderava a disputa para a Prefeitura com 47%, enquanto Cassio Taniguchi tinha 41%. Considerando somente os votos válidos, Vanhoni tinha 53% das intenções de votos e Taniguchi 47%.

<sup>6</sup> A primeira pesquisa divulgada em julho pelo Ibope mostrava Ângelo Vanhoni com 26% das intenções de voto, Beto Richa com 22%, Mauro Moraes com 9%, Rubens Bueno com 8% e Osmar Bertoldi com 5%.

candidato indicado pelo então prefeito Cássio Taniguchi. Estudos sobre comportamento eleitoral têm mostrado que o eleitorado em eleições majoritárias de grandes cidades tem decidido seu voto a partir do desempenho do governo (CARREIRÃO, 2002, p. 35-40)<sup>7</sup>. Nesse quadro eleitoral, o candidato Beto Richa, do PSDB, cresceu nas intenções de voto no decorrer da disputa e a venceu após levá-la para o segundo turno. O contexto político-eleitoral de 2004 mostrou-se extremamente acirrado desde o princípio das eleições com reais possibilidades de haver segundo turno, o que contribuiu para uma cobertura jornalística da GP com um alto volume das matérias (72%) publicadas no primeiro turno.

A cobertura da GP sobre a disputa de 2012 mostrou-se mais equilibrada entre os dois turnos quando comparada com as eleições de 2000 e de 2004. No primeiro turno foram divulgadas 59% do total das matérias e, no segundo turno, 41%. Acrescente-se também a essa cobertura o fato de que, em 2012, o jornal proporcionou a maior cobertura em cm<sup>2</sup> entre as eleições investigadas. A disputa mostrou-se indefinida entre três candidatos até ao final do primeiro turno, o que refletiu na ampliação do volume da cobertura da GP sobre a eleição daquele ano<sup>8</sup>. A existência de três candidatos com reais possibilidades de vencer não ocorrera em nenhuma das eleições anteriores. O impasse quanto ao vencedor permaneceu até o dia da votação no primeiro turno, em que Ratinho Júnior obteve 34% dos votos válidos, Gustavo Fruet, 27,22% dos votos válidos e o então prefeito Luciano Ducci, 26,77%. Na disputa de segundo turno com Ratinho Júnior, Gustavo Fruet foi eleito com 60,65% dos votos válidos.

O segundo motivo para a cobertura mais ampla da GP nas eleições de 2012 pode relacionar-se também ao período pré-eleitoral da disputa, em que a política curitibana estava marcada por escândalos políticos, financeiros e de poder: a cobertura investigativa da GP sobre irregularidades nos contratos de licitação e sobre altos gastos em publicidade presentes entre os anos de 2006 a 2011 na Câmara Municipal de Curitiba, bem

---

<sup>7</sup> A pesquisa Ibope realizada no mês de maio de 2000 indicava que 5% dos entrevistados estavam satisfeitos com a atual administração, 22% atribuíam como boa e 40% como regular, péssima 11% e ruim 19%. No mês de julho, em nova pesquisa, o Instituto Ibope revela que 5% dos entrevistados estavam satisfeitos com a atual administração, 28% como boa, 38% como regular, 10% como ruim e 17% péssima.

<sup>8</sup> A pesquisa realizada pelo Ibope divulgada em agosto mostrava Ducci com 25% das intenções de voto, Fruet com 24%, Ratinho Jr. com 23% e Rafael Greca com 6%; “não sabe” ou “não respondeu” totalizavam 11%. Em outubro, a pesquisa Ibope (respostas espontâneas) mostrava Ratinho Jr. com 31% das intenções de voto, Ducci com 25%, Fruet com 14% e Rafael Greca com 8%; “não sabe” ou “não respondeu” somavam 14%.

como a série de reportagens divulgadas pela imprensa televisiva local e pela GP, que contribuiu para o afastamento do presidente da Câmara, o qual apoiou durante as disputas anteriores, nos anos de 2004 e 2008, os candidatos vencedores Cássio Taniguchi e Beto Richa, respectivamente. Além da série de denúncias sobre corrupção na Câmara de Vereadores divulgada pela GP, o jornal também manteve durante as eleições de 2012 a campanha “Voto consciente é um voto bem informado”. No editorial publicado em 1º de outubro de 2010, sob o título “Informação antes do voto, necessária e disponível”, reafirmava-se a campanha promovida pelo jornal em que cada candidato, com seu programa e experiência, seria submetido ao crivo de informações disponíveis, para que o eleitor curitibano fizesse sua própria avaliação e escolhesse os nomes que melhor o representassem (GAZETA DO POVO, 2010).

É possível supor que esse contexto de crise na Câmara de Vereadores de Curitiba e a campanha promovida pelo jornal enfatizando a importância da informação para a definição do voto contribuiu para que a cobertura da GP, em 2012 (175.775 cm<sup>2</sup>), superasse o volume em cm<sup>2</sup> das coberturas promovidas pelo jornal nas disputas de 2000 (104.282 cm<sup>2</sup>) e de 2004 (136.779 cm<sup>2</sup>). Os dados apresentados até este momento sugerem a existência de uma possível relação entre o espaço cedido pelo jornal ao tema eleições com o desenvolvimento do contexto político-eleitoral de cada disputa, no sentido de que quanto mais acirrado mostrou-se o contexto, maior foi o espaço (maior a visibilidade) cedido pelo jornal *Gazeta do Povo* ao tema eleições.

Uma vez identificado esse traço no padrão jornalístico da cobertura eleitoral do jornal *Gazeta do Povo* sobre as eleições para prefeito em Curitiba, será testada outra hipótese a seguir: a de que é possível identificar nesse padrão jornalístico traços significativos de uma mudança no formato jornalístico adotado pelo jornal em sua cobertura sobre as eleições.

### **Opinião e informação na cobertura eleitoral da *Gazeta do Povo***

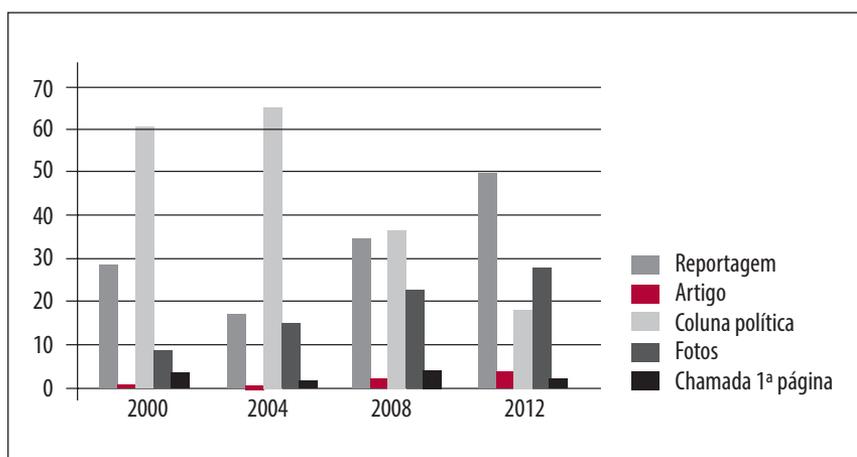
Nesta seção importa saber se os formatos das matérias apresentam-se como uma variável importante, além do volume, para identificar alguns dos traços do padrão jornalístico da cobertura eleitoral promovida pela GP nas eleições de 2000 a 2012. Dentre os formatos característicos na construção da notícia presentes na análise a seguir estão: reportagem; coluna política; artigo assinado; foto/ilustração; chamadas de primeira página.

Na Figura 2 apresenta-se a distribuição das matérias sobre as eleições nos diferentes formatos jornalísticos em cada disputa.

Inicialmente, merece destaque o crescimento gradativo da divulgação das matérias sobre as eleições a partir do formato foto/ilustração. Na construção da notícia, as fotos e as ilustrações acompanham os textos opinativos e informativos e possuem uma função no jornal conforme o espírito da reportagem e da coluna. A frequência do formato foto/ilustração aumentou de eleição para eleição a ponto de sua frequência de 27,6% superar o formato coluna política (18,6%) na eleição de 2012, e de aproximar-se em divulgação (15,5%) ao formato reportagem (17,2%), nas eleições de 2004.

Os formatos chamada de primeira página e artigo assinado mantiveram na cobertura da GP sobre as eleições uma frequência não superior a 5% do total da cobertura de cada eleição. O baixo índice de presença dos artigos assinados indica que o jornal manteve o mesmo padrão de cobertura nas quatro eleições investigadas, ao direcionar sua cobertura a partir dos formatos reportagens e colunas políticas, que são formatos escritos estritamente por especialistas sobre política.

Quanto à baixa frequência do tema eleições no formato chamada de primeira página, é uma tendência recorrente na cobertura da GP (QUADROS; SANTOS, 2013). A *Gazeta do Povo* atribuiu durante o período eleitoral de 2012 no seu espaço de maior destaque, que são as primeiras páginas, maior visibilidade a temas vinculados ao entretenimento do seu leitor, como os temas esporte e cultura. Essa conclusão



**Figura 2** - Distribuição das matérias nos diferentes formatos na eleição para prefeito de Curitiba, por ano (em %)

é pessimista se confrontada com a noção de que a primeira página de um jornal é o espaço em que os jornais publicam as informações que entendem como sendo mais relevantes e sobre as quais a população deve se informar. Para os autores, é possível identificar um descompasso entre o discurso das empresas jornalísticas ao afirmarem para a população a importância de se ter um voto bem informado, embora, na prática informativa em período eleitoral, reduzam o volume de informação sobre as eleições nos espaços de mais destaque do jornal (QUADROS; SANTOS, 2013, p. 48).

Destaca-se, na Figura 3, que nas eleições de 2000 o assunto eleições obteve um percentual maior no formato coluna política se comparado com os demais formatos. O formato reportagem remete aos espaços no jornal que se colocam como relatos, combinando informação e interpretação. O formato coluna política apresenta-se como textos publicados habitualmente no mesmo espaço do jornal e que misturam opinião e interpretação sobre determinado fato.

Nas eleições de 2000, o assunto eleições foi divulgado em 28,73% do total do formato reportagem e em 61,23% do formato coluna política. Nas eleições de 2004, a GP apresentou uma cobertura de 17,27% (373 matérias) no formato reportagem e 65,95% (1.424 matérias) em coluna política. A partir desses dados confirma-se a intuição lançada na seção anterior de que a cobertura da GP em 2004, ao apresentar um total de 2.159 matérias, caracterizou-se por ser extremamente fragmentada e concentrada em pequenas matérias, o que é característico do formato coluna política. Houve uma tendência do jornal em manter a visibilidade da disputa eleitoral em 2000 e 2004 nas colunas especializadas em política.

A primeira conclusão que se pode tirar a partir desses dados é que em 2000 e 2004 a GP não priorizou uma cobertura jornalística mais ampla em seus cadernos sobre as disputas eleitorais, ao concentrar mais de 60% do volume total das matérias sobre eleições no formato coluna política, isto é, no local do jornal em que não se poderia esperar nenhum outro assunto além de política. A segunda conclusão é que a cobertura eleitoral da GP nas disputas de 2000 e 2004 caracterizou-se predominantemente como uma cobertura fragmentada e opinativa. No formato coluna política, as matérias são de tamanhos reduzidos e o jornalista responsável (o colunista) pela seção assina o material publicado a partir de fontes de informações próprias que possui sobre política. Os colunistas dos jornais põem-se como colaboradores da linha editorial do jornal e são responsáveis pelas opiniões emitidas nas colunas.

A partir de 2008 observa-se o início de uma mudança no perfil do padrão jornalístico eleitoral da GP. A cobertura da GP em 2008, em comparação com as coberturas de 2000 e 2004, mostra um percentual de 35,6% (242 matérias) no formato reportagem e 36,5% (248 matérias) em coluna política. Os percentuais mais próximos entre reportagem e coluna política sugerem uma cobertura mais equilibrada entre matérias opinativas (colunas políticas) e matérias informativas (reportagens) sobre a disputa eleitoral. A tendência a uma cobertura mais informativa da GP confirma-se pela eleição de 2012, em que o jornal apresentou uma cobertura de 49,7% (403 matérias) em reportagem e 18,6% (151 matérias) em coluna política. Esses números sugerem uma alteração no padrão de cobertura eleitoral da GP em comparação com as eleições de 2000 e 2004. Por intermédio desses dados, pode-se presumir que em 2012 o jornal procurou adotar um padrão jornalístico caracterizado pela divulgação de textos, combinando informação e interpretação, em que a ênfase está em informar.

### Considerações finais

A presente análise permitiu identificar alguns traços relativos ao padrão jornalístico de cobertura eleitoral da *Gazeta do Povo* sobre as disputas de 2000 a 2012 para prefeito de Curitiba.

Os dados levantados e analisados permitiram a confirmação de um primeiro traço: ceder maior ou menor visibilidade para as eleições em suas edições de acordo com o contexto político-eleitoral da disputa. Em 2008, por ter sido um período eleitoral com menos disputa, em razão de o vencedor ter sido definido logo no primeiro turno, o volume da cobertura do jornal foi inferior à cobertura eleitoral proporcionada em 2000, 2004 e 2012. O maior volume em cm<sup>2</sup> da cobertura da GP sobre as disputas de 2012, 2004 e 2000, comparado com a eleição de 2008, deve-se ao jornal ter ampliado as suas coberturas eleitorais quando as eleições mostraram-se mais acirradas, passando a ter, por exemplo, a disputa de segundo turno.

Na teoria do *newsmaking*, que orienta o jornalista na construção da notícia, o acontecimento ou assunto que será transformado em notícia deve possuir algumas características substantivas, como importância e/ou interesse da população sobre a notícia (WOLF, 1987; FRANCISCATO, 2002; SILVA, 2005). A importância da notícia é, em princípio, determinada

de acordo com quatro variáveis: o grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; o impacto sobre o local e sobre o interesse nacional; a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; e a pertinência do acontecimento quanto à evolução de uma determinada situação. Parte-se do pressuposto de que as notícias avaliadas como importantes, como é o caso das eleições, seriam selecionadas obrigatoriamente pelos jornalistas.

Pela teoria do *newsmaking*, as eleições seriam temas dignos de noticiabilidade, em virtude de envolver não toda a população, mas uma parte significativa da sociedade no processo de deliberação para seleção dos governantes do município. Considerando a presença do *newsmaking* no cotidiano das práticas jornalísticas, a investigação neste artigo mostrou que, em um primeiro momento, o assunto eleições nas coberturas eleitorais da *Gazeta do Povo* nas disputas de 2000 e 2004 talvez não fosse avaliado pelo jornal como algo noticiável para além do espaço que lhe é comum para falar sobre política: nas colunas políticas – 61,23% e 65,95%, respectivamente.

Essa avaliação do jornal sofreu uma significativa mudança nas eleições seguintes. Nas disputas de 2008 e 2012, constatou-se pelos dados analisados que a *Gazeta do Povo* adotou o formato reportagem como o local de maior visibilidade do tema eleições em suas edições – 35,6% e 49,7%, respectivamente. A partir daí, presume-se que o tema eleições passou a ser avaliado pelo jornal como detentor das características de noticiabilidade, ao ser divulgado de maneira significativa no formato reportagem, o que caracteriza a passagem de uma cobertura eleitoral com fortes traços opinativos para uma cobertura mais informativa sobre as eleições. Um padrão jornalístico, ao refletir uma cobertura eleitoral cada vez mais ampla e informativa, como observado neste artigo a partir das variáveis volume e formato das matérias, contribui com a legitimidade da escolha eleitoral. Em torno de um padrão jornalístico informativo, os eleitores podem rever suas posições e conhecer as preferências dos outros eleitores para então deliberarem.

Além do amplo volume de informações necessárias para os eleitores ampliarem o próprio ponto de vista, requer-se também que a cobertura jornalística apresente uma multiplicidade de pontos de vistas e argumentos (enquadramentos) distintos para dar maior legitimidade à escolha eleitoral. Nesta pesquisa identificou-se apenas uma face do padrão jornalístico da *Gazeta do Povo* a partir do volume e do formato jornalístico cedido ao tema eleições durante as disputas. Deixou-se de lado, para pesquisa futura, a investigação sobre a outra face da cobertura

jornalística, ou seja, a que se refere ao enquadramento dado pelo jornal ao tema eleições e aos atores envolvidos na disputa.

## Referências

AALBERG, T. et. al. Media Choice and informed democracy: toward increasing news consumption gaps in Europe? **The International Journal of Press/Politics**, v. 18, p. 281-303, 2013. Disponível em: <<http://hij.sagepub.com/content/18/3/281>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

ALDÉ, A. et. al. Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. **Política e Sociedade**. Florianópolis, v. 6, n. 10, p. 153-172, 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1688>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BEZERRA, H. D. **Cobertura jornalística e eleições majoritárias**: proposta de um modelo analítico. 2005. 341 f. Tese (Doutorado) – Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

CARREIRÃO, Y. **A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2002.

CERVI, E. U.; SOUZA, N. R. Imprensa e eleições municipais de Curitiba em 2000 e 2004: as coberturas da Folha do Paraná e da Gazeta do Povo. **Revista Temas e Matizes**, Cascavel, v. 3, n. 6, p. 34-44, 2004. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/temasematizes/article/view/538>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

FRANCISCATO, C. E. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre noticiabilidade. In: CONGRESSO ESTUDOS DE JORNALISMO, 2002, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: 2002. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_713.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_713.pdf)>. Acesso em: 24 fev. 2009.

GAZETA DO POVO. **Informação antes do voto, necessária e disponível**. Curitiba, 1. out. 2010. Editorial. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/opiniaao/conteudo.phtml?id=1302824&tit=informacao-antes-do-voto-necessaria-e-disponivel>>. Acesso em: 24 jul. 2013.

GAZETA DO POVO. **O poder do voto bem informado**. Curitiba, 25 abr. 2010. Editorial. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/votoconsciente-2010/conteudo.phtml?id=996103&tit=o-poder-do-voto-bem-informado>>. Acesso em: 24 jul. 2013.

HABERMAS, J. Political communication in media society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. **Communication Theory**, v. 16, p. 411-426, 2006. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x/pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 10, n. 29, p. 5-34, out. 1995. Disponível em: <[http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_29/rbcs29\\_01.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01.htm)>. Acesso em: 9 jun. 2012.

MANIN, B. et. al. Eleições e representação. **Lua Nova**, São Paulo, v. 67, p. 105-138, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a05n67.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2013.

QUADROS, D. G. **Partido político e propaganda política**: a imagem partidária em ação no horário gratuito (HGPE) nas eleições de 2000, 2004 e 2008 para prefeito de Curitiba. 2012. 138 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

QUADROS, D. G.; SANTOS, R. M. Jornal impresso e eleições 2012: a campanha eleitoral nas primeiras páginas dos jornais *Gazeta do Povo* e *Folha de Londrina*. **Aurora Revista de Arte, Mídia e Política**, São Paulo, v. 6, n. 17, p. 32-50, 2013. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/15004>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091/1830>>. Acesso em: 11 jul. 2013.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.

Recebido: 15/07/2013

*Received:* 07/15/2013

Aprovado: 27/08/2013

*Approved:* 08/27/2013