



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ – UFPA
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA
MESTRADO EM CIÊNCIA POLÍTICA

Karlla Gyselle Souza Catete

**A IMPRENSA E A POLÍTICA NO ESTADO DO PARÁ NAS ELEIÇÕES
MAJORITÁRIAS DE 2010: Atores, Interesses e Conflitos**

**BELÉM – PARÁ
2012**

Karlla Gyselle Souza Catete

**A IMPRENSA E A POLÍTICA NO ESTADO DO PARÁ NAS ELEIÇÕES
MAJORITÁRIAS DE 2010: Atores, Interesses e Conflitos**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em nível de Mestrado Acadêmico em Ciência Política, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientação:
Prof. Dr. Carlos Augusto da Silva Souza

**BELÉM – PARÁ
2012**

Folha de Aprovação

Candidata: KARLLA GYSELLE SOUZA CATETE

Dissertação defendida e aprovada em ____/____/20__ pela Banca Examinadora:

Prof. Dr. CARLOS AUGUSTO DA SILVA SOUZA – PPGCP – Orientador

Prof. (a) Dr. (a) _____ – PPGCP

Prof. (a) Dr. (a) _____ – PPGCP

Prof. (a) Dr. (a) _____ – (Instituição)

Prof. (a) Dr. (a) _____

Coordenador (a) do Programa de Pós- Graduação em Ciência Política

Pai amado e saudoso, Odacyl Souza Cattete, advogado e jornalista.
Mãe amada e saudosa, Dilma Maria da Luz Souza Catete, pedagoga e
especialista em educação.

A vocês dedico este trabalho que não é simplesmente a conclusão de
uma fase acadêmica, mas uma vitória e a realização de um sonho.

Se vocês ainda estivessem entre nós materialmente, certamente se
lembrariam de uma frase da pequena Karlla Gyselle, quando a ela
perguntavam, reiteradamente: “o que você vai ser quando crescer?”.

E a pequena respondia: “Jornalista e professora”.

Faz pouco descobri que poderia realizar esse sonho.

Hoje, quando conto 30 anos de atividade jornalística, e quase três de
docente, posso dizer que realizei aquele sonho antigo. E isso me faz ter a
certeza de que nunca é tarde para buscarmos nossos ideais.

Você, pai, me ensinou isso. Você, mãe, me trouxe a sensibilidade
necessária, por meio dos estudos musicais,
para prosseguir sem tê-la por perto fisicamente.

Aqui está o fruto acadêmico da plantação de vocês. Mais uma jornada
cumprida. Mais uma jornada dedicada a vocês. Só que, pela primeira vez, pai,
você não está revisando minha produção... Quanta falta fez na hora de
recordar os acontecimentos políticos dessa “terra de muro baixo”, como
adorava se referir a Belém... E faz muita falta, não só pelos relatos que eu
adoraria escutar mais uma vez, todas as vezes...

Apesar disso, sei, creio, tenho a plena certeza de que os dois, onde
estiverem, continuam torcendo pela Karlla Gyselle. Ih! Rimou... E isso não
combina com uma jornalista ou uma cientista política...

É pra vocês, meus amores!

Agradecimentos

Encontro-me, nessa ocasião, em meio a um rio amazônico, voltando a Belém depois de períodos intercalados de viagens semanais, que já duram mais de um mês, ao município de Breves para compartilhar conhecimentos com alunos de graduação, a pensar nas pessoas que precisam estar aqui nesses agradecimentos. Olho a lua cheia, do andar mais alto do *ferry boat*, e não tenho como não pensar em **Deus**. Ele, em quem tanto confio e entrego minha vida todos os dias, certamente é o maior responsável por este momento de finalização de trabalho, encerramento de mais um ciclo para o recomeço, em busca de novos horizontes. Sem Sua permissão, jamais estaria escrevendo essas linhas. Portanto, MUITÍSSIMO Obrigada, meu Senhor, meu Pai e meu Deus.

Continuando minha divagação, recordo que este trabalho teve o apoio financeiro das Faculdades Integradas Ipiranga (criada e dirigida pela professora mestra **Suely Menezes**, minha “mãe” por tanto tempo e até hoje, a quem agradeço especialmente), por meio de seu Núcleo de Pesquisa, então dirigido pela professora doutora Lúcia Beckmann, que, após avaliação, aprovou o projeto de pesquisa, destinando a ele um aluno bolsista, Alan de Jesus.

Aqui, são diversos os agradecimentos: às **Faculdades Integradas Ipiranga**, de onde sou docente e coordenadora adjunta do Curso de Jornalismo, além de assessora da Direção de Ensino; à professora **Lúcia Beckmann** e sua **equipe**, pela aprovação do projeto e por toda a força que sempre me deu no decorrer desses estudos; ao **Alan de Jesus**, hoje, meu ex-aluno e agora colega de profissão, um dos mais novos jornalistas por nós formados, de quem tenho um enorme orgulho, pelo crescimento que pude presenciar ao longo desses anos de convivência, um jornalista praticamente completo, que pauta a si mesmo, redige e, se for preciso, diagrama um jornal com uma leveza incrível. Muito obrigada, **Alan**, por ter você como colega, amigo e por ter contado com sua imprescindível ajuda e colaboração na pesquisa dos dados aqui apresentados. Te desejo muito sucesso, sempre!

E é nesse ponto que entram os agradecimentos ao meu querido orientador e amigo, professor doutor **Carlos Augusto Souza**, não apenas por ter abraçado esse trabalho junto comigo; não apenas pelas oportunidades que

me concedeu; mas por toda a humildade com a qual sempre conduziu nossa relação e por ter-me proporcionado a participação em um Congresso Internacional de Ciência Política com recortes desse trabalho ora finalizado. Parabéns pelos seus valores, amigo.

Falando em amizade, me permito voltar um pouco no tempo para agradecer à professora **Socorro Santos**, pelo incentivo à participação no processo de seleção do mestrado. Isso, realmente, foi fundamental para que eu estivesse aqui, agora. Muito obrigada!

E nesse caminho – lá se vão dois anos – não posso deixar de agradecer aos **professores doutores** que se dedicaram à formação de minha turma. E é em nome do professor **Celso Vaz**, coordenador do Programa, que faço isso, lembrando, com muita emoção, uma frase sua, proferida em um momento extremamente difícil desse percurso, quando, em 1º de junho de 2010, perdi meu pai. Sem condições de prestar os exames de algumas disciplinas, solicitei a ele 2ª chamada (vícios de ensino médio e de graduação), figura institucional que nem sabia se existia. E veio a frase: “Karlla, nós temos regras, mas o Programa é feito por pessoas, para pessoas. É claro que o colegiado vai lhe conceder prazo para a realização das avaliações!”. Por isso, e por tudo o mais, muito obrigada, professor **Celso** e **demais mestres (doutores)**! – agradecimentos que devem ser estendidos às meninas da Secretaria do PPGCP, **Aninha** e **Dedê**, a **Delice**. Beijo no coração de vocês e muito obrigada por todo o apoio concedido!

Então penso no meu trabalho, de onde tiro meu sustento e de minha filha amada, Anna Karolina – com pouco mais de um ano quando fui aprovada na seleção do mestrado e que não entendeu nada ao me ver chorando – de plena felicidade – ao saber do resultado positivo. E chega hora de agradecer à minha superior imediata e amiga, professora **Beatriz Padovani**, pela flexibilização dos horários, mas, principalmente, pelo estímulo à formação continuada. Valeu, Bia!

Há, também, os muitos **amigos e parentes** que sempre deram seu apoio, presencial ou a distância, mas, para evitar a exclusão de um ou outro, fica o agradecimento a **todos aqueles que comigo estiveram, torcendo, dando uma palavra amiga, confortando nos momentos difíceis** – e não

foram poucos nesse percurso. Eles saberão a quem me refiro, mesmo que não os nomine. **Amigos e familiares queridos**, muito obrigada!

Prazo, prazo, prazo... Todo mestrando tem essa palavra como seu algoz. Prazo, prazo, prazo... É um verdadeiro desafio, manter-se no mestrado, fazer pesquisa, escrever com precisão sobre o que pesquisou, ser mãe e... trabalhar!

Prazo, prazo, prazo... De repente alguém aparece pra colocar você no prumo. **Professora Sandra Peck**, tenho que agradecer sua existência! Estímulo, confiança, parceria, dedicação... Muitas são as palavras que me fazem agradecer imensamente a você! Acho que aqui elas não caberão. É a você que devo grande parte desta construção. Muito, muito, muito, muito, muitíssimo obrigada por ab-so-lu-ta-men-te tudo!!!

Maninhas do meu coração – **Janaina Catete** e **Gioya Brasil** –, cunhado – **Gustavo Brasil** – e amados sobrinhos – **Giulia Maria** e **Gabriel**. Obrigada pela compreensão relativamente à ausência que tantas vezes precisei impor à nossa relação. Amo vocês!

Tereza Catete, que foi mãe para minhas irmãs depois da partida de nossa mãe e companheira de meu pai até sua “subida”, obrigada pelos momentos de compreensão e paciência, e por ter-nos proporcionado, a partir do **Ricardo**, seu filho e nosso irmão, a convivência com **Felipe** e **Luana**, frutos da relação dele com **Samyra** e amados sobrinhos. Valeu, D. Tereza...

Finalmente, mas ressaltando que a ordem aqui estabelecida, de modo algum, reflete o nível de importância de cada uma das pessoas citadas ou não, te agradeço, minha Anna Karolina, anjo que Deus, com toda a Sua misericórdia e bondade, me permitiu ter na alma. Isso tudo é por ti, princesa, para que tenhas sempre a absoluta certeza da minha dedicação a ti, do meu amor por ti, da minha gratidão por ter-me escolhido para te amar, para te respeitar, para te encaminhar, para te ajudar a enfrentar o mundo e suas adversidades. Te amo, sem poder estabelecer dimensão. Muitíssimo obrigada, minha razão de existir!

O ignorante afirma, o sábio duvida, o sensato reflete.

Aristóteles

Lista de figuras

Figura 1 – Precursor da imprensa brasileira	33
Figura 2 – Povo conduz corpo de Vargas ao Aeroporto Santos Dumont rumo a São Borja	38
Figura 3 – Exemplar de “O Pasquim”	40
Figura 4 – Notícia da morte do operário José Manoel Fiel Filho	42
Figura 5 – Povo vai às ruas exigir o direito de votar para presidente. Os militares ainda estavam no poder	51
Figura 6 – Capa da edição de 23 de março de 1988	54
Figura 7 – Capa da edição de 6 de setembro de 1989	54
Figura 8 – Capa e índice da edição de 2 de março de 1994. Manchete usa trocadilho e a chamada interna dá destaque ao plano do então Ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso	56
Figura 9 – 30 de setembro de 1998	57
Figura 10 – Capa de 22 de maio de 2002	59
Figura 11 – Matéria de capa, com cinco páginas. Na legenda da foto de Lula, ele afirma: “É criminoso especular a apenas cinco meses das eleições”	59
Figura 12 – Edição de Veja de 19 de abril de 2006. Primeiro flagrante de escândalos no governo Lula. Na capa, a manchete e o subtítulo: “O bando dos 40 – a denúncia do procurador-geral não deixa dúvida: Lula é o sujeito oculto da ‘organização criminosa que tinha como objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT’”	60
Figura 13 – Capa de 8 de novembro de 2002: Lula já reeleito Presidente.	62
Figura 14 – Primeira edição do jornal Diário do Pará	72
Figura 15 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.887, de 1º de julho de 2010	76
Figura 16 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.491, de 1º de julho de 2010	77
Figura 17 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.978, de 30 de setembro de 2010	81
Figura 18 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.582, de 30 de setembro de 2010	81
Figura 19 – Capa do Caderno “Poder”, do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.978, de 30 de setembro de 2010	81

Figura 20 – Página 3 do Caderno “A” (Cidades) do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.582, de 30 de setembro de 2010	82
Figura 21 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.979, de 1º de outubro de 2010	83
Figura 22 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.583, de 1º de outubro de 2010	83
Figura 23 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.981, de 3 de outubro de 2010	84
Figura 24 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.585, de 3 de outubro de 2010	84
Figura 25 – Recorte do resultado da pesquisa de opinião para os cargos de senador do estado do Pará encomendada ao IBOPE – Votos Válidos..	128
Figura 26 – Recorte do resultado da pesquisa de opinião para os cargos de senador do estado do Pará encomendada ao IBOPE – Votos Totais....	128

Lista de tabelas

TABELA 1 – Universo de notícias analisadas nos Jornais O Liberal e Diário do Pará, de 1º de julho a 3 de outubro	87
TABELA 2 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo do estado segundo valência e veículo de comunicação	89
TABELA 3 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência e cadernos “Poder” e “Eleições”	90
TABELA 4 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de julho	93
TABELA 5 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho	94
TABELA 6 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – segunda quinzena de julho	95
TABELA 7 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho	96
TABELA 8 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de agosto	98
TABELA 9 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto	99
TABELA 10 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – segunda quinzena de agosto	100
TABELA 11 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de agosto	101
TABELA 12 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de setembro	103
TABELA 13 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro	104
TABELA 14 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – segunda quinzena de setembro	105
TABELA 15 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de setembro	107

TABELA 16 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – 1º a 3 de outubro	108
TABELA 17 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – 1º a 3 de outubro	109
TABELA 18 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência e veículo de comunicação	112
TABELA 19 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de julho	113
TABELA 20 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de julho	115
TABELA 21 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de julho	116
TABELA 22 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho	117
TABELA 23 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – primeira quinzena de agosto	118
TABELA 24 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto	119
TABELA 25 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de agosto	120
TABELA 26 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de agosto	121
TABELA 27 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – primeira quinzena de setembro	122
TABELA 28 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro	123
TABELA 29 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de setembro	125
TABELA 30 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de setembro	126

TABELA 31 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – 1º a 3 de outubro	129
TABELA 32 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – 1º a 3 de outubro	130

Lista de Gráficos

GRÁFICO 1 – Desenho de pesquisa: universo de notícias analisadas nos jornais O Liberal e Diário do Pará, no período de 1º de julho a 3 de outubro.....	87
GRÁFICO 2 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo do estado segundo valência e veículo de comunicação.....	90
GRÁFICO 3 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência e cadernos “Poder” e “Eleições”.....	91
GRÁFICO 4 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e no caderno “Poder” – primeira quinzena de julho.....	93
GRÁFICO 5 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de julho.....	95
GRÁFICO 6 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e no caderno “Poder” – segunda quinzena de julho.....	96
GRÁFICO 7 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho.....	97
GRÁFICO 8 – Quantidade de notícias neutras por candidato ao governo no caderno “Poder”, de O Liberal, em números absolutos – primeira quinzena de agosto.....	98
GRÁFICO 9 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto.....	99
GRÁFICO 10 – Quantidade de notícias por candidato ao governo no caderno “Poder” e na capa de O Liberal – segunda quinzena de agosto...	101
GRÁFICO 11 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de agosto.....	102
GRÁFICO 12 – Quantidade de notícias neutras por candidato ao governo no caderno “Poder” e na capa de O Liberal, em números absolutos – primeira quinzena de setembro.....	103
GRÁFICO 13 – Quantidade de matérias negativas publicadas por candidato ao governo na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro.....	105
GRÁFICO 14 – Quantidade de notícias positivas por candidato ao governo nos cadernos “Atualidades” e “Poder” e na capa de O Liberal, em números absolutos – segunda quinzena de setembro.....	106
GRÁFICO 15 – Quantidade de matérias negativas publicadas sobre Jatene e Ana Júlia no caderno “Eleições” do Diário do Pará em relação ao total de notícias do período – segunda quinzena de setembro.....	107

GRÁFICO 16 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência nos cadernos “Atualidades” e “Poder” e na capa de O Liberal – 1º a 3 de outubro.....	109
GRÁFICO 17 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência nos cadernos “Cidades” e “Eleições” e na capa do Diário do Pará – 1º a 3 de outubro.....	110
GRÁFICO 18 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência e veículo de comunicação.....	113
GRÁFICO 19 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na capa de O Liberal e no caderno “Poder” – primeira quinzena de julho.....	114
GRÁFICO 20 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de julho.....	115
GRÁFICO 21 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, no caderno “Poder”, de O Liberal – segunda quinzena de julho.....	116
GRÁFICO 22 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, no caderno “Cidades”, do Diário do Pará – segunda quinzena de julho.....	117
GRÁFICO 23 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência, na capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – primeira quinzena de agosto.....	118
GRÁFICO 24 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto.....	119
GRÁFICO 25 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa de O Liberal e no caderno “Poder” – segunda quinzena de agosto.....	121
GRÁFICO 26 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, nos cadernos “Cidades” e “Eleições” do Diário do Pará – segunda quinzena de agosto..	122
GRÁFICO 27 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, no caderno “Poder” e na capa de O Liberal – primeira quinzena de setembro.....	123
GRÁFICO 28 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro.....	124
GRÁFICO 29 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de setembro.....	125

GRÁFICO 30 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de setembro.....	127
GRÁFICO 31 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – 1º a 3 de outubro.....	129
GRÁFICO 32 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – 1º a 3 de outubro.....	131

SUMÁRIO

RESUMO	18
ABSTRACT	19
1 INTRODUÇÃO	20
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	23
1.2 HIPÓTESES	24
1.3 OBJETIVOS	25
1.3.1 Objetivo Geral	25
1.3.2 Objetivos Específicos	25
1.4 METODOLOGIA	26
2 RELAÇÃO ENTRE MÍDIA E POLÍTICA: CONSIDERAÇÕES GERAIS..	30
2.1 O PERCURSO DA IMPRENSA BRASILEIRA	33
2.2 MÍDIA E POLÍTICA: A REALIDADE QUE NÃO ESTÁ POSTA NOS MANUAIS DE JORNALISMO	43
2.3 O CARÁTER EMPRESARIAL DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E SEUS DIVERSOS DESDOBRAMENTOS	47
2.4 AS CAMPANHAS ELEITORAIS NA MÍDIA	51
3 A IMPRENSA E A POLÍTICA NO PARÁ	64
3.1 OS JORNAIS “O LIBERAL” E DIÁRIO DO PARÁ: SURGIMENTO, RESGATE HISTÓRICO E SUAS OPOSIÇÕES	69
4 ELEIÇÕES MAJORITÁRIAS NA MÍDIA PARAENSE EM 2010 – PRIMEIRO TURNO – O CENÁRIO ELEITORAL DO PERÍODO NO ESTADO DO PARÁ	76
4.1 CENÁRIO POLÍTICO DO PRIMEIRO TURNO: CANDIDATOS, PARTIDOS E COLIGAÇÕES – AS ESCOLHAS DOS GRANDES PARTIDOS E SEUS APOIOS	77
4.2 A LEI COMPLEMENTAR Nº. 135/2010 – A LEI DA “FICHA LIMPA” E AS ELEIÇÕES DOS SENADORES PARAENSES	79
5 ATORES, INTERESSES E CONFLITOS NA ELEIÇÃO DE 2010	86
5.1 O COMPORTAMENTO DOS VEÍCULOS NA CAMPANHA PARA O GOVERNO DO ESTADO	88

5.2 AS NOTÍCIAS NOS CADERNOS DE POLÍTICA: GOVERNO DO ESTADO	90
5.3 COMPORTAMENTO DOS VEÍCULOS: UMA ANÁLISE QUINZENAL PARA O GOVERNO DO ESTADO	92
5.3.1 A primeira quinzena de julho: governo do estado	92
5.3.2 A segunda quinzena de julho: governo do estado	95
5.3.3 A primeira quinzena de agosto: governo do estado	97
5.3.4 A segunda quinzena de agosto: governo do estado	100
5.3.5 A primeira quinzena de setembro: governo do estado	102
5.3.6 A segunda quinzena de setembro: governo do estado	105
5.3.7 Os três primeiros dias de outubro: governo do estado	108
5.4 O COMPORTAMENTO DOS VEÍCULOS NA CAMPANHA PARA O SENADO FEDERAL	112
5.4.1 A primeira quinzena de julho: senado	113
5.4.2 A segunda quinzena de julho: senado	116
5.4.3 A primeira quinzena de agosto: senado	118
5.4.4 A segunda quinzena de agosto: senado	120
5.4.5 A primeira quinzena de setembro: senado	122
5.4.6 A segunda quinzena de setembro: senado	124
5.4.7 Os três primeiros dias de outubro: senado	127
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	137

RESUMO

A análise comparativa do comportamento editorial dos dois mais relevantes jornais impressos do estado do Pará – O Liberal e Diário do Pará – na cobertura das eleições ao governo do estado e ao senado federal em 2010 foi o principal foco desse estudo, em função da grande rivalidade e divergência que marcam a relação desses órgãos relativamente ao apoio político a candidatos e partidos nas competições eleitorais locais. Essa observação nos instigou a verificar se os veículos utilizaram recursos e/ou estratégias para favorecer ou prejudicar, por meio da informação divulgada, os grupos aos quais se alinham ou rejeitam, procurando criar uma percepção positiva e/ou negativa dos candidatos por parte do eleitorado. Além disso, nos fez analisar se o advento da Lei da “Ficha Limpa” – a Lei Complementar nº. 135/2010 – produziu diferentes posicionamentos dos jornais, buscando atingir o eleitor, visto que, no Pará, dois candidatos ao senado poderiam ter seus registros cassados, se alcançados pela Lei – Jader Barbalho, do PMDB, e Paulo Rocha, do PT. A relação entre mídia e política, no Pará, também se estabelece, a exemplo do constatado por diversos estudos científicos de outros contextos estaduais, demonstrando, assim, os interesses econômicos e políticos dos veículos analisados, verdadeiros atores nesse processo que busca influenciar o voto do eleitorado paraense, por meio do jornalismo.

Palavras-chave: Mídia e política; Jornais O Liberal e Diário do Pará; Eleições Majoritárias de 2010; Lei da “Ficha Limpa”; Notícias influenciando o voto.

ABSTRACT

The comparative analysis of editorial behavior of the two most relevant newspapers of the state of Pará – O Liberal and Diário do Pará – at the coverage of state government election and federal senate in 2010 was the main focus of this study, because of the rivalry and divergence that mark the relationship between these companies regarding political support to candidates and parties at local elections. This observation has intrigued us to verify if the companies used resources and/or strategies in favor or against, through published information, groups to which they are aligned or reject, aiming to create a positive and/or negative perception of the candidates from the electorate. It also made us analyze if the creation of the law known as “Ficha Limpa” – Complementary Law nº. 135/2010 – has produced different conduct of the newspapers, trying to reach the elector, considering that, in Pará, two candidates to senate could have had their registration repealed if caught by this law – Jader Barbalho, from PMDB, and Paulo Rocha, from PT. The relation between media and politics in Pará is also established considering data from many scientific studies from other states, demonstrating then the economic and political interest of the analyzed companies, the real actors in this process that aims to influence the preens elector way to vote through journalism.

Key-words: Media and politic; O Liberal and Diário do Pará newspapers; Majority Elections of 2010; “Ficha Limpa” law; News influencing vote.

1 INTRODUÇÃO

A partir da década de 1980 o Brasil começa a experimentar o estabelecimento e o fortalecimento da democracia, após parcos períodos de democratização e outros intensos de ditaduras, ocorridos dos anos de 1937 a 1945 e de 1964 a 1985.

Esta forma de governo, já estudada por diversos autores, parece ser o instrumento mais eficiente para a construção de uma sociedade mais justa e mais comprometida com os anseios e desejos da maioria da sociedade, sendo paulatinamente consolidada em nosso país.

Na democracia representativa, o corpo político é derivado do consentimento e da escolha dos cidadãos, considerados politicamente iguais perante este sistema de governo. Por outro lado, a atividade política decorre do exercício da própria democracia, o que exige a presença de instituições fortes, que não só incluam os indivíduos na formação do governo, mas que lhes permitam, enquanto eleitores, fiscalizar e manter um posicionamento sobre as ações executadas pelos governantes durante o exercício do mandato.

A democracia, portanto, exige a publicização das informações, por meio de uma imprensa atuante, livre e capaz de exercer a função mediadora entre as atividades governativas e a necessária divulgação de informações, já que exerce uma atividade de cunho social, de interesse público, “ao menos no plano ideal, [tendo] o dever de servir à sociedade” (ZANARDI, 2010, p. 45), possibilitando a ela a capacidade de fiscalização e de influência nas ações dos governantes.

Zanardi (2010, p. 45) aprofunda esta concepção e assevera:

[...] os veículos de comunicação fiscalizam outras instituições. “A imprensa é uma das colunas essenciais de qualquer regime democrático, a guardiã da democracia ou, numa expressão usual, o *watchdog* ou cão de guarda da democracia.” (PEREIRA, 2002, p. 42).

Portanto, uma sociedade mal informada estará, certamente, frágil e apática, tornando-se manipulada, constantemente, por governantes mal intencionados. A atividade exercida pela mídia, assim, é fundamental ao funcionamento do ideal democrático e os meios de comunicação de massa

tornam-se crescentemente necessários para a mediação responsável entre estado e sociedade.

Mas, de acordo com alguns estudiosos, nem sempre essa relação dos meios de comunicação com a política se traduz como uma ação de responsabilidade civil. A mídia, então, pode se apresentar como porta voz de demandas e interesses privados, enquanto agente de publicização das informações, sendo que estas informações podem ser manipuladas, distorcidas, fragmentadas ou ocultadas para favorecer ou prejudicar determinados grupos presentes na atividade política.

Segundo Zanardi (2010, p. 59),

[...] o discurso mantido pela imprensa leva consigo ideologias que podem interferir no meio social [e] por não existir neutralidade, imparcialidade e impessoalidade, [a informação] é baseada nos valores de quem [a] divulga.

Nessa interpretação, a mídia não se apresenta apenas com uma função política – exerce e participa da política como um ator político, que porta seus interesses e demandas particularistas, que entra em conflito, constantemente, com os interesses e demandas de outros grupos que também anseiam pelo controle do poder do Estado.

Segundo Downs (apud MIGUEL, 2004, p. 6), “cada partido ou candidato possui interesse em divulgar ao máximo informações que sejam favoráveis a si ou desfavoráveis a seus oponentes”. Desta forma, uma quantidade razoável de informações relevantes estará disponível, a baixo custo, aos eleitores, principalmente o contraditório político, em função das divergentes versões que já terão sido divulgadas acerca “do que é a realidade social, quais os problemas mais candentes e suas soluções, quem são os agentes políticos, quais os seus compromissos” (MIGUEL, 2004, p. 7).

No Brasil, as mídias impressa e televisiva têm se comportado como agentes de veiculação de informações que constantemente refletem os desejos e demandas daqueles que financiam e controlam esses meios de comunicação.

No Estado do Pará, por exemplo, os dois maiores jornais são controlados por famílias cujos interesses são manifestados claramente nas disputas eleitorais. O jornal “O Liberal”, fundado em 1945, mas controlado pela família Maiorana desde 1966, reiteradamente tem se manifestado favorável à

manutenção do grupo ligado ao PSDB no controle da máquina pública estadual e, de outro lado, o jornal “Diário do Pará”, ligado à família Barbalho, é tradicionalmente defensor dos interesses do PMDB, desde a sua fundação, em 1982, como afirma Leal (2007, p. 30):

Pela primeira vez trabalhava-se em um órgão impresso partidário, pós-*Jornal do Dia* e o *Liberal* baratista. Por isso os que atuavam no *Diário* não questionavam o posicionamento do jornal em relação ao noticiário político. Todos sabiam que em qualquer circunstância o que prevalecia eram os interesses do PMDB e, sobretudo, do governo de Jader.

Este é o cenário da presente pesquisa, que visa entender a relação entre mídia e política a partir do posicionamento dos dois maiores jornais do Estado na divulgação das informações e manifestação das suas opiniões para favorecer ou prejudicar os grupos políticos disponíveis no mercado de votos.

Destaca-se que apenas os jornais de maior relevância no Estado foram escolhidos para a observação, especificamente as suas edições veiculadas durante os três meses de campanha eleitoral voltada ao primeiro turno das eleições majoritárias¹ estaduais.

Relevante, ainda, é esclarecer que serão observadas as notícias – não as pequenas notas, a agenda, as entrevistas do tipo “ping-pong”², bem como matérias que abordam políticas voltadas à sociedade, que demandem a opinião dos concorrentes ao executivo estadual e ao Senado Federal – referentes aos candidatos ao governo do Estado pelo PT (Partido dos Trabalhadores), Ana Júlia Carepa; PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), Domingos Juvenil; PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), Simão Jatene; PSOL (Partido Socialismo e Liberdade), Fernando Carneiro e PSTU (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado), Cléber Rabelo; assim como aquelas relativas aos candidatos ao Senado Federal pelo PMDB, Jader Barbalho; PT, Paulo Rocha; PSOL, Marinor Santos e PSDB, Flexa Ribeiro.

O olhar às informações relativas à campanha ao Senado fica mais focado, aguçado em função de uma particularidade naquela eleição.

¹ No Brasil – relativamente à eleição de presidente, senador, governador e prefeito – é eleito o candidato que obtiver o maior número de votos (50% + 1). Caso nenhum candidato obtenha a maioria absoluta dos votos, utiliza-se o segundo turno, exceção feita ao cargo de senador, para decidir de quem é a vaga. No segundo escrutínio, será eleito quem obtiver o maior número de votos (BONAVIDES, 2000).

² Do tipo Perguntas e Respostas.

Exatamente no período da campanha começa-se a discutir, no Supremo Tribunal Federal (STF), a aplicação – ou não – da Lei Complementar nº. 135/2010, chamada Lei da “Ficha Limpa”, que poderia atingir as candidaturas de Jader Barbalho (PMDB) e Paulo Rocha (PT), com possibilidades de tornarem-se inelegíveis.

Essa conjuntura, que conta, ainda, com a existência de dois jornais com comportamento polarizado relativamente à cobertura política, torna este trabalho relevante no sentido de observar a relação que se estabelece entre a mídia e a política no estado do Pará.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O interesse principal e específico deste estudo é analisar a relação entre mídia e política no Estado do Pará, tendo como foco de investigação as notícias referentes à competição eleitoral, no primeiro turno, para a formação do poder executivo estadual e o preenchimento das duas vagas ao Senado na eleição de 2010, visto que os dois veículos objeto de investigação desta pesquisa têm como marcas sua grande rivalidade e divergências em relação ao apoio político a candidatos e partidos nas eleições locais.

Tal análise será procedida a partir da comparação entre as notícias veiculadas pelos dois jornais, como as informações foram traduzidas e quais as contradições, interesses e posições políticas assumidas pelos mesmos em relação aos candidatos que se apresentaram ao mercado de votos, visando entender o processo de competição eleitoral, no tocante à presença e influência da mídia como ator importante no desenvolvimento deste processo.

A literatura nacional demonstra a grande importância da relação entre mídia e política. E a realidade do Estado do Pará, em função da polarização dos jornais impressos de maior circulação em seu território, é propícia à presente discussão, que pretende, portanto, responder ao seguinte questionamento: ***durante a campanha eleitoral de 2010 para os cargos majoritários do Estado do Pará, no primeiro turno, quais as estratégias e recursos que os jornais “O Liberal” e o “Diário do Pará” utilizaram para favorecer (ou prejudicar) os grupos que defendem (ou rejeitam) a partir da veiculação da informação?***

1.2 HIPÓTESES

As hipóteses que iluminarão o caminho desta pesquisa em busca da resposta ao problema são:

- Os jornais analisados, de acordo com seu posicionamento político, procuram criar uma percepção negativa e/ou positiva dos candidatos por parte do eleitorado.
- O advento da Lei da Ficha Limpa produziu posicionamentos diferentes dos jornais em relação às candidaturas dos que estavam enquadrados na lei, atingindo o eleitor.

Tais hipóteses foram desenvolvidas em função de observações anteriores dos dois jornais, ao longo do desenvolvimento das atividades profissionais da autora, partindo do pressuposto de que o jornal “O Liberal”, por se demonstrar favorável à manutenção do grupo ligado ao PSDB, buscou, em sua linha editorial no período pesquisado, enaltecer seus candidatos, em detrimento aos opositores do partido em questão, utilizando-se, ainda, de informações e expressões que levem a opinião pública a posicionar-se contrária às candidaturas do PT e do PMDB.

Por outro lado, o Diário do Pará, tradicional defensor dos interesses do PMDB, se posicionou não apenas favoravelmente a ele, e a seu maior representante, Jader Barbalho, então imbricado nas questões que envolviam a utilização ou não da Lei da Ficha Limpa naquele pleito, mas, também, contrário às intenções do PT e do PSDB e de seus candidatos.

É relevante consignar que a validade do estudo se estabelece em razão de que os dois jornais analisados são controlados por grupos de interesse específicos, que utilizam o tratamento das notícias para opor-se ou favorecer determinados posicionamentos políticos/ideológicos, e, desta forma, influenciar a opinião pública, sem fazerem uso da neutralidade pregada pelos Manuais de Jornalismo.

1.3 OBJETIVOS

Para além do caráter mercantil da notícia, este estudo propõe-se a investigar, com base na comparação entre o conteúdo jornalístico da informação oferecida ao consumidor pelos jornais “O Liberal” e “Diário do Pará”, qual a relação entre a mídia e os interesses políticos observados no primeiro turno da competição eleitoral de 2010 para os cargos majoritários no Estado do Pará – governador e senador.

1.3.1 Objetivo Geral

- Analisar a relação entre mídia e política, avaliando a presença dos grupos de interesse na veiculação da informação e defesa de determinado projeto político, relativamente aos jornais “O Liberal” e “Diário do Pará”.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Avaliar, a partir da campanha eleitoral de 2010, o posicionamento dos jornais em relação aos candidatos para os cargos de governador e senador;
- Analisar a evolução histórica da relação mídia e política no Estado do Pará;
- Verificar o posicionamento dos veículos a partir do advento da aprovação da Lei da Ficha Limpa – a Lei Complementar nº. 135/2010;
- Descrever as diversas teorias que interpretam a relação entre mídia e política.

1.4 METODOLOGIA

A relação que envolve a mídia e a política é uma das vertentes deste estudo, sendo, portanto, relevante proceder a uma revisão bibliográfica sobre o tema, para atualizar o debate e verificar as principais teses e metodologias de análise sobre o papel da imprensa enquanto formadora de opinião e como esta se relaciona com os candidatos e as campanhas eleitorais.

Para isso, os principais acervos dos centros de pesquisas estaduais e nacionais que produziram conhecimento sobre o assunto foram consultados, via internet, além de diversas bibliografias, sempre procurando referências de análise para o caso do Estado do Pará.

Em um segundo momento, visando ao estabelecimento do grau de comprometimento dos dois maiores jornais do Pará, na campanha eleitoral de 2010, relativa aos cargos majoritários – os que mais mobilizam a imprensa no processo de cobertura eleitoral –, por meio de uma investigação de caráter empírico, buscou-se analisar as notícias divulgadas sobre os candidatos para medir a ocorrência ou não de estratégias de favorecimento a eles, a partir do tratamento dado na divulgação de fatos e eventos que pudessem influenciar a opinião pública e se a manifestação de preferência podia ser claramente percebida na forma como elas eram oferecidas ao eleitor.

Para tanto, a proposta instituída pelo DOXA/IUPERJ foi a metodologia utilizada preferencialmente, pois busca no conteúdo discursivo das notícias inferências qualitativas, ao aplicar critérios de valência positiva, negativa ou neutra, em relação, também, ao comprometimento dos candidatos com os grupos de interesse.

O exame comparativo do conteúdo discursivo das matérias publicadas nos jornais “O Liberal” e “Diário do Pará” durante o período de realização da campanha eleitoral de 2010, voltada ao primeiro turno – mais precisamente as edições do dia 1º de julho ao dia 3 de outubro daquele ano –, totalizou a análise de 1.074 notícias para o cargo de governador e 395 notícias para os cargos de senador, gerando um universo de 1.469 notícias.

O universo analisado foi publicado nos cadernos “Poder” e “Atualidades”, de O Liberal; e, no Diário do Pará, “Cidades” e “Eleições”

(caderno especial veiculado a partir do dia 16 de agosto), bem como as informações de capa dos dois veículos.

Inicialmente, a análise se deu de forma generalizada, pelo total de notícias publicadas por cada veículo para, em seguida, desagregarem-se cada vez mais os dados coletados, a partir da verificação dos graus de valência em cada um dos cadernos mais relevantes e, posteriormente, do comportamento quinzenal dos veículos, relativamente às capas e cadernos de política – já que em O Liberal, por exemplo, o caderno “Atualidades” pouco foi utilizado para a abordagem do tema.

Ressalta-se, ainda, que não foi analisado o teor das informações sobre a agenda dos candidatos, das entrevistas do tipo “ping-pong” – que são exclusivas e refletem diretamente a opinião do próprio candidato –, das pequenas notas – em colunas sociais ou não –, e das matérias voltadas a temas específicos, buscando abordar a opinião do candidato, sobre de que maneira se comportaria para resolver alguma demanda social, como a relacionada ao meio ambiente, por exemplo.

Comparando-se as notícias divulgadas pelos jornais sobre um mesmo fenômeno que compõe o cenário eleitoral no período analisado, pôde-se determinar o grau de equivalência ou distanciamento entre os jornais na produção da informação e sua parcialidade (ou não) na produção da notícia, bem como identificar a ocorrência de algum comprometimento no tratamento da notícia com os projetos políticos dos candidatos defendidos pelos periódicos.

Portanto, os jornais foram utilizados como fontes documentais primárias de pesquisa, que se configura, ainda, em um estudo quantitativo e qualitativo, contendo análises descritiva, estatística e analítica que geraram uma base de dados que, certamente, poderá ser fonte para futuras pesquisas.

Para atingirmos os objetivos delineados, o trabalho foi dividido em cinco capítulos, sendo o primeiro destinado à introdução, contendo a definição do problema de pesquisa, bem como as hipóteses levantadas para respondê-lo, os objetivos gerais e específicos e a metodologia.

O segundo capítulo, denominado “Relação entre mídia e política: considerações gerais”, destinou-se à revisão da literatura relativamente ao tema central da pesquisa, sendo subdividido em quatro tópicos: “O percurso da

imprensa brasileira”, um breve resumo da história do jornal impresso, desde o século XIX, quando chegou ao Brasil, até os dias de hoje; “Mídia e política: a realidade que não está posta nos manuais de jornalismo”, no qual, por meio de relevante revisão da literatura sobre o assunto, demonstra-se que a imprensa não atua de forma a-política e imparcial, com vistas ao exercício de sua função social de mediadora entre a sociedade e seus representantes políticos; “O caráter empresarial dos veículos de comunicação e seus diversos desdobramentos”, em que diversos autores comprovam que os interesses empresariais dos proprietários de veículos impressos – e outros meios – se sobrepõem ao dever de informar imparcialmente; e “As campanhas eleitorais na mídia”, para o qual nos apoiamos, especificamente, nas campanhas para a presidência da República, desde 1990, primeira eleição direta após a abertura política, até a última campanha, de 2010, que redundou na eleição da presidenta Dilma Rousseff. As campanhas presidenciais foram utilizadas em função dos relevantes estudos apresentados abordando a relação entre mídia e política, que também chegaram a resultados que demonstram que a mídia se posiciona de acordo com seus interesses diante das questões políticas, além do que, no Pará, não foi possível localizar pesquisas nesse sentido.

No terceiro capítulo, “A imprensa e a política no Pará”, desenvolve-se breve histórico dos jornais que já fizeram parte da sociedade paraense para, em seguida, destacarmos os jornais abordados neste estudo. No tópico “Os jornais ‘O Liberal’ e ‘Diário do Pará’: surgimento, resgate histórico e suas oposições”, discorre-se sobre a história dos dois veículos, bem como a rivalidade que marca suas existências, principalmente quando estão envolvidas questões políticas estaduais.

O quarto capítulo, denominado “Eleições majoritárias na mídia paraense em 2010 – primeiro turno – o cenário eleitoral do período no estado do Pará”, traçamos o panorama da época, demonstrando, por meio de dois tópicos – “Cenário político do primeiro turno: candidatos, partidos e coligações – as escolhas dos grandes partidos e seus apoios” e “A Lei Complementar nº. 135/2010 – a Lei da ‘Ficha Limpa’ e as eleições dos senadores paraenses” – como os partidos se alinharam, quais as alianças formadas, além da novidade implantada na política com a promulgação da citada lei, que atingia diretamente dois candidatos paraenses ao senado – Jader Barbalho e Paulo Rocha –, que

renunciaram aos seus mandatos, evitando a cassação por denúncias de corrupção, que apimentou a cobertura jornalística daquela campanha, em função da oposição clara e direta dos dois veículos em relação ao tema.

O quinto capítulo aborda exatamente o tema central deste estudo, “Atores, interesses e conflitos na eleição de 2010”, subdividido em dois tópicos principais – “O comportamento dos veículos na campanha para o governo do estado” e “O comportamento dos veículos na campanha para o senado federal” – que, ao apresentar os dados estatísticos da pesquisa, devidamente desagregados, demonstra os números apurados por meio de tabelas e gráficos por cadernos dos jornais, bem como procede-se análises quinzenais das notícias por eles publicadas.

Finalizando o estudo, discorre-se, nas Considerações Finais, sobre os resultados alcançados.

2 RELAÇÃO ENTRE MÍDIA E POLÍTICA: CONSIDERAÇÕES GERAIS

Este capítulo se destina a tratar da relação estabelecida entre mídia e política no Brasil, assunto abordado por poucos autores, que nos ajudarão a conceituá-las e a compreender como essa relação se estabelece, principalmente durante as campanhas eleitorais.

A produção científica brasileira sobre mídia e política não pode ser considerada vasta, regular, mas já possui pequena tradição acumulada desde os anos de 1980. As investigações acerca do tema começam a se alargar com a ampliação dos espaços democráticos vivida no final da década de 1970 e início dos anos de 1980 (MIGUEL, 2004a; RUBIM; AZEVEDO, 1998).

Naqueles anos o Brasil experimentava novos ideais. A juventude ganhou as ruas no país inteiro, lutando, de cara limpa³, pela volta das eleições diretas, pela liberdade política, de expressão e, principalmente, liberdade de imprensa. Institucionalizava-se a Campanha “Diretas Já”, em 1984, antes de ser efetivado o fim da ditadura militar, em 1985, período este que pode ser considerado um marco relativamente aos primeiros movimentos em prol dos estudos brasileiros sobre mídia e política, em sintonia “com as questões características das sociedades ambientadas pelas mídias” (RUBIM; AZEVEDO, 1998, p. 4).

Este trabalho, portanto, visa contribuir para o estudo da mídia e da política, principalmente porque é raro encontrar pesquisas sobre jornalismo e eleições no Brasil que investiguem os efeitos da “cobertura da campanha no comportamento e atitude dos eleitores” (PORTO, 2008, p. 254, *apud* MUNDIM, 2010, p. 339-340).

Para efeitos desse estudo, sem a pretensão de aprofundar o tema ou determinar uma conceituação, entende-se por mídia a utilização de tecnologias específicas – áudio, audiovisual e impressões em papel – por um conjunto de instituições para a realização da comunicação humana, que conta com um “aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize” (LIMA, 2004a, p. 50).

³ Alguns anos mais tarde, em 1992, a juventude brasileira vestiu preto, pintou o rosto de verde e amarelo e saiu às ruas para pressionar o Congresso Nacional a votar pelo *impeachment* do então Presidente Fernando Collor de Mello, movimento denominado de Caras-Pintadas, apesar de o mandatário ter convocado a população a vestir-se de verde e amarelo para contestar as acusações contra ele.

Dessa forma, a comunicação passa a ser *mediatizada*, “um dos importantes símbolos da modernidade” (LIMA, 2004a, p. 50) que aparece na história da humanidade tardiamente.

A comunicação *mediatizada* possui duas características – “a unidirecionalidade e a produção centralizada, integrada e padronizada de seus conteúdos” (LIMA, 2004a, p. 50) – e não se refere somente às emissoras de televisão (abertas e fechadas) e de rádio, mas a jornais e revistas, além de cinema e outras instituições que fazem uso dos recursos da comunicação de massa.

Compreende-se por política, para fins desta pesquisa, a “atividade eminentemente pública e visível nas democracias” (LIMAA, 2004, p. 50). Bobbio et. al. (2010, p. 954) asseveram que o termo “política”, na época moderna, indica “atividade ou conjunto de atividades que, de alguma maneira, têm como referência [...] o Estado”. Estas ideias associam-se, historicamente, ao exercício do poder nas relações entre autoridade e obediência, soberanos e súditos, governantes e governados, sendo que, no sistema democrático, é a política “atividade pública (visível) relativa às coisas públicas (do Estado) (LIMA, 2004a, p. 50).

Vale ressaltar que a política em um contexto democrático exige, por seus fundamentos, sua publicização, o que nos remete imediatamente à mídia como divulgadora das ações políticas municipais, estaduais e federais.

Este fato se dá desde a cobertura de campanhas eleitorais até a efetivação de mandatos. Os políticos que assumem seus cargos eletivos necessitam informar à população – e a seus eleitores – sobre sua atuação nas diversas arenas, visando manter-se em alta no mercado de votos nas eleições seguintes.

Por outro lado, a mídia tem na política sua grande agenda de cobertura, que ganhou amplitude na década de 1980, com o afastamento dos militares do poder central brasileiro.

A atuação da grande mídia enquanto agente de controle das demais instituições políticas fez com que fosse – e ainda seja – considerada o “quarto poder”. Mas não se pode prescindir de abordar questões de ordem empresarial, pois, no Brasil, a maioria da população tem acesso aos meios eletrônicos de divulgação, como a TV aberta, ficando as páginas de jornais

mais afeitas a uma pequena parcela de leitores. E a imprensa televisiva, mesmo enquanto concessão pública – e não só ela –, acaba por suplantar sua característica primordial – como a dos demais órgãos de imprensa –, que é “produzir informações e participar do debate político” (MIGUEL, 2007, p. 214, in: LIMA, 2007a).

Nesse sentido, afirma Miguel (2007, p. 214, in: LIMA, 2007):

O exercício consciente da cidadania precisa não apenas de uma informação “isenta”, mas de uma informação plural, isto é, de uma mídia que, em seus diferentes veículos, seja capaz de acolher as diversas percepções do mundo social. Isso significa apresentar a voz dos vários agrupamentos políticos, permitindo que o cidadão, em sua condição de consumidor de informação, tenha acesso aos valores, argumentos e fatos que instruem as correntes políticas em competição e possa, assim, formar sua própria opinião política. É o que podemos chamar de “pluralismo político” [...].

A propriedade dos meios de comunicação gera uma cultura de autoridade na gestão destes, sendo proeminente em relação ao compromisso social com a informação voltada aos cidadãos. Tal assertiva pode ser ilustrada por uma frase atribuída a Assis Chateaubriand, proprietário dos Diários Associados, que editava a antiga revista *O Cruzeiro*, e que teria afirmado a um repórter que reclamou das alterações procedidas em sua matéria: “Se você quer ter opinião, então compre sua própria revista”, ideia que continua a imperar nas redações atuais, segundo Miguel (2007, in: LIMA, 2007).

Hallin (1987, p. 4, *apud* LIMA, 2004, p. 145-146) resume bem a relação estabelecida entre política e mídia:

[...] o poder político depende relativamente pouco, exceto em tempos de crise extrema, da intervenção coercitiva do Estado. Ele se apoia, ao contrário, na força de uma visão de mundo, num sistema de pressupostos e valores sociais aceitos como “senso comum” que legitimam a distribuição do poder (hegemonia). [...] **O Estado desempenha um papel na divulgação da visão de mundo, mas o sistema cultural legitimador, decisivo para o poder político, é mantido principalmente por instituições privadas, autônomas e, em muitos casos, não-políticas: a família, a igreja, o partido político e, naturalmente, a mídia** (grifos nossos).

Estabelecidas as conceituações iniciais, é relevante, ainda, expor um breve histórico da mídia impressa no Brasil, para, a seguir, retomarmos o tema central deste capítulo, a relação entre mídia e política. Posteriormente serão

abordados o caráter empresarial dos veículos de comunicação e seus diversos desdobramentos, bem como a cobertura das campanhas eleitorais pela mídia na democracia contemporânea.

2.1 O PERCURSO DA IMPRENSA BRASILEIRA

O jornal impresso, desde cedo, fez parte da vida política do Brasil, e evoluiu lado a lado com a história, divulgando ideologias e promovendo mudanças sociais em diversas épocas, no exercício de sua função (DOMINGUES, 2007).

O Brasil conheceu o jornal impresso, a mídia mais antiga em circulação no mundo, no século XIX, mais precisamente no ano de 1808, quando aportou em seu território a família real portuguesa. Criou-se, então, no país, a Impressão Régia, no Rio de Janeiro (DOMINGUES, 2007), para a impressão de leis e papéis diplomáticos, exercendo-se a censura prévia. Até então, o país, colônia portuguesa, não possuía, também, tipografias nem universidades, que contribuíam para a formação do público leitor.



Figura 1 – Precursor da imprensa brasileira

Fonte:

<http://www.revelacaoonline.unibe.br/2008/341/reflexoessobre.html>

Hipólito José da Costa (FIGURA 1) imprime, dia 1º de junho de 1808 (data, hoje, considerada Dia da Imprensa), clandestinamente, em Londres, para escapar à censura, o primeiro número do jornal *Correio Brasiliense*, uma revista mensal doutrinária, defensora da liberdade de imprensa e da Constituinte, publicada ininterruptamente até 1822, sempre na capital inglesa (ANJ, s/d)⁴.

Em setembro, no Rio de Janeiro, circula o primeiro jornal oficial brasileiro, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, impresso na Impressão Régia, que informava, quinzenalmente, as ações administrativas e a vida social do Reino.

⁴ Utilizaremos, a partir deste ponto, informações constantes do documento denominado "Imprensa Brasileira – dois séculos de história", de autoria da Associação Nacional de Jornais (ANJ), sem data ou autoria definidas, disponível no endereço eletrônico <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianobrasil/arquivos-em-pdf/Imprensa_Brasileira_dois_seculos_de_historia.pdf>.

As questões e tensões políticas que envolviam a Corte e a colônia, em função dos primeiros sentimentos de independência, fizeram polarizar, também, a imprensa, abrindo espaço, por exemplo, para o surgimento do *Conciliador do Reino Unido*, que teve apenas sete edições, de responsabilidade do primeiro brasileiro a redigir e publicar um jornal privado: José da Silva Lisboa, mentor da Abertura dos Portos (ANJ, s/d).

Em 1824 é outorgada a primeira Constituição Brasileira, que traz em seu bojo a liberdade de imprensa, mas estabelece limitações vagas que possibilitam aos governos a aplicação de represálias e restrições (ANJ, s/d), como as sofridas pelo primeiro jornal republicano brasileiro, *Sentinela da Liberdade*, publicado por Cipriano José Barata de Almeida.

Várias ações repressoras ocorreram, naquela época, como o processo contra João Soares Lisboa, do *Correio do Rio de Janeiro*, pela inédita defesa da convocação de uma constituinte brasileira. Entrou para a história como a primeira pessoa a ser processada por abuso da liberdade de imprensa.

Ao defender a liberdade de imprensa e condenar a escravidão, Frei Joaquim do Amor Divino Rabelo, o Frei Caneca, editor do *Typhis Pernambucano*, foi “preso em combate na repressão à Confederação do Equador⁵ [...] e fuzilado no dia 15 de fevereiro de 1825”. É considerado o primeiro mártir da imprensa brasileira.

Um atentado a bala, em novembro de 1830, tirou a vida do jornalista Líbero Badaró, editor do *Observatório Constitucional*, que defendia uma imprensa livre e responsável, além de criticar o autoritarismo do Imperador. Foi o primeiro profissional da imprensa assassinado no Brasil em função do que escrevia⁶.

Desses tempos de imprensa pioneira ainda convivemos com o *Diário de Pernambuco*, *Jornal do Comércio* e *Monitor Campista*⁷.

De 1840 a 1889 a imprensa vê uma queda na quantidade de jornais existentes, mas aumenta as tiragens, dá início à segmentação – com o aparecimento de jornais ilustrados (*A Semana Ilustrada* – 1860) e os voltados

⁵ “Revolta contra o poder central que eclodiu em 1824” (ANJ, s/d).

⁶ Segundo a ANJ, consta que, antes de Badaró, o fundador do *Diário do Rio de Janeiro*, Zeferino Vito de Meireles, também foi vítima fatal de atentado, em 1822, mas de causas desconhecidas.

⁷ Jornais lançados, respectivamente, em Recife (PE), em 7/11/1825; Rio de Janeiro, em 1/10/1827, e em Campos dos Goytacazes (RJ), em 04/01/1834.

ao público feminino (*Jornal das Senhoras – 1852*) e aos imigrantes (*O Colono Alemão – 1836*) –, diminui o embate político, em função da maior tolerância por parte do Imperador Pedro II, mas mantém o alinhamento com correntes políticas.

Abolicionistas e partidários da ordem escravocrata, monarquistas e republicanos também segmentavam a imprensa no último quarto do século XIX.

Não contavam, os jornais, com fotografias, mas as ilustrações e caricaturas já eram parte das edições do Segundo Reinado. E o Imperador era alvo de muitas delas, além das críticas por escrito, que vinham recheadas de deboche. Vale ressaltar que o teor editorial dos jornais pregava a mudança da forma de governo. Lutava-se pela instauração da República. E, mesmo assim, não sofriam repressões por parte do Império, exatamente o contrário do que viria a ocorrer, após a Proclamação da República, em relação aos periódicos que bradavam pelo retorno à Monarquia, exceção feita àqueles que circulavam no Rio de Janeiro, então capital do país.

A implantação de estradas de ferro facilitou a distribuição dos jornais às regiões mais populosas e de maior atividade econômica. O fluxo de informações destinadas às redações ganhava rapidez com a ajuda das linhas telegráficas instaladas paralelamente aos trilhos e operadas pelas empresas ferroviárias.

Uma rede nacional de telégrafo elétrico, que contava com quase 11 mil quilômetros e 172 estações, ligava o Pará ao Rio Grande do Sul, incluindo ramificações para vários municípios brasileiros. Essa tecnologia permitia – apesar do custo e das condições de transmissão que desfavoreciam a transferência de longas mensagens – que “os jornais das maiores cidades brasileiras recebessem informações sobre os principais acontecimentos no mesmo dia em que ocorriam” (ANJ, s/d).

A Associação Nacional dos Jornais (ANJ) assegura:

Permanecem [nos dias de hoje] em circulação [daqueles jornais fundados no século XIX] os cariocas *Jornal do Brasil* (Rio de Janeiro) e *O Fluminense* (Niterói), os paulistas *A Província de São Paulo* [atual *O Estado de S. Paulo*] (São Paulo) e *A Tribuna* (Santos), e o gaúcho *Correio do Povo* (Porto Alegre).

Um novo ciclo de transformações atinge a imprensa na República Velha (1889-1930). Há o retorno do cerceamento à liberdade e dos atos de violência, principalmente em relação aos jornais que mantinham a linha editorial monarquista.

Os jornalistas Quintino Bocaiúva e Aristides Lobo, que defenderam sem constrangimento a causa republicana, faziam parte do Governo Provisório que estabeleceu um clima de “caça às bruxas” ao editar o Decreto 85, de 23 de dezembro de 1889. Ressalta-se o seguinte trecho:

[...] os indivíduos que conspirarem contra a República e o seu governo: que aconselharem ou promoverem por palavras, escritos ou atos a revolta civil ou a indisciplina militar... serão julgados por uma comissão militar... e punidos com as penas militares de sedição⁸.

Revoltas militares e civis marcaram esse período, incluindo repressões a movimentos operários e anarquistas, abrangendo a imprensa em geral e visando calar a oposição. No governo de Campos Salles, vários recursos públicos foram usados para reprimir e corromper jornais e jornalistas.

Mesmo assim, dois novos segmentos surgem na imprensa da República Velha: a imprensa operária (chegaram a existir 343 títulos) e a destinada às comunidades imigrantes (apenas em São Paulo, em 1930, 30 periódicos circulavam em língua estrangeira).

Uma curiosidade dessa época é o surgimento, em 1923, do rádio, que chegou ao Brasil trazido por Edgard Roquette-Pinto, ameaçador do monopólio secular do jornal como fonte de informação barata, mas que se manteve na divulgação de programas de entretenimento.

A tecnologia volta a invadir as redações. Incorporam-se as máquinas de escrever e implantam-se a linotipo⁹ para acelerar a composição e as rotativas¹⁰, aumentando as tiragens e melhorando a qualidade de impressão.

Diversos jornais são lançados no Brasil dessa época, como *O Globo*, no Rio de Janeiro; *Estado de Minas*, em Belo Horizonte; *Gazeta Mercantil*, em São Paulo; e *Jornal do Comércio*, em Manaus, dentre outros.

⁸ Crime contra a segurança do Estado (Dicionário Online de Português – <<http://www.dicio.com.br/sedicao/>>).

⁹ Máquina de compor, na qual se fundem em um só bloco as linhas compostas. Reúne teclado e fundidor, no que se distingue da monotipo. (Dicionário Online de Português – <<http://www.dicio.com.br/linotipo/>>). Antes a composição era feita com tipos móveis.

¹⁰ Máquina de imprimir de forma cilíndrica cujo movimento rotativo contínuo permite grande velocidade de impressão. (Dicionário Online de Português – <<http://www.dicio.com.br/rotativa/>>).

No final da Velha República o Brasil, governado por Getúlio Vargas (de 1930 a 1945), enfrenta as Revoluções de 1930 e de 1932, num quadro político que oscilava entre a instabilidade do Governo Provisório, o pequeno momento de democracia que teve como culminância a Constituição de 1934, e a instalação do Estado Novo, em 1937, delongando-se até 1945.

A imprensa marcou presença no decorrer de todos os episódios e posicionou-se alinhada às facções em combate, em 1932. Vem o golpe de estado de 1937, sufocando diferenças regionais e eliminando o espaço para exercício da liberdade de imprensa.

Uma nova Constituição é outorgada, tornando a imprensa um serviço público, sujeita ao controle do estado. Dois anos depois a censura é restabelecida por meio da criação do DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda (que funcionava no prédio que abriga, atualmente, a Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro). Dentre suas atribuições estava a de “censurar toda a produção jornalística, cultural e de entretenimento” (ANJ, s/d).

Tiveram vetadas suas solicitações de registro 420 jornais e 346 revistas. Os que circulavam, assim como seus jornalistas, eram vigiados de perto pela polícia e, além de submetidos à censura, obrigados a reproduzir a propaganda estatal, sob a pressão, ainda, de “verbas publicitárias, financiamentos e subsídios ou obstáculos ao fornecimento de insumos, quase todos importados” (ANJ, s/d). A *Gazeta de Alagoas*, de Maceió, e o *Jornal do Comércio*, de Porto Alegre surgiram nesse período.

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, tem início um novo ciclo de modernização da imprensa, a partir do desenvolvimento tecnológico gerado durante o conflito, quando os jornais investiram em equipamentos e as redações adotaram técnicas jornalísticas baseadas no modelo americano: diagramação mais atrativa, organização em editorias, a busca da objetividade, o lide¹¹ e a pirâmide invertida¹².

Getúlio Vargas, ainda em 1945, sofre contestações e pressões a seu regime ditatorial, mesmo que de caráter populista, comandadas por boa parcela da população, além de artistas, intelectuais e profissionais liberais que

¹¹ Do inglês “*lead*”, é o primeiro parágrafo de uma notícia que traz as informações mais relevantes, respondendo às seis perguntas básicas do jornalismo: “o quê?”, “quem?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “por quê?”.

¹² Organização da notícia por ordem decrescente de importância dos fatos, a partir do lide. O que é noticiosamente importante encontra-se disposto no topo.

lutavam pela restauração da democracia no país. Queriam que renunciasse ao poder. Um movimento militar, liderado por generais, em 29 de outubro de 1945, depôs Getúlio Vargas¹³. Encerra-se mais um ciclo autoritário no Brasil, dando início a uma nova experiência democrática de quase 20 anos, já que em 1964 o país viria a sofrer novo golpe militar.

É válido realçar que Getúlio Vargas voltou à presidência da República em 1950 – quando a política, até os anos de 1960, torna-se tema central da imprensa brasileira –, desta feita eleito pelo povo. Mas suicidou-se, quatro anos depois, em 24 de agosto, encolhido que estava por uma crise política desencadeada justamente pelo atentado ao jornalista Carlos Lacerda, fundador do jornal *Tribuna da Imprensa*, em 1949, principal porta-voz da oposição ao segundo governo de Vargas.

Lacerda, que havia deixado a vida política para dedicar-se ao jornalismo, usou seu jornal para fazer denúncias de corrupção envolvendo o Banco do Brasil e o jornal *Última Hora*, de Samuel Weiner, afirmando que este havia-se beneficiado de empréstimo fraudulento para colocar em funcionamento o seu maquinário. Os ataques ao governo Vargas, a partir de então, tornaram-se rotina da *Tribuna da Imprensa*.

Um tiro no pé, no dia 5 de agosto de 1954, alçou Carlos Lacerda a constar definitivamente na história do Brasil. Sofreu o atentado que acabou por vitimar fatalmente seu segurança. Afirmou que “elementos da alta esfera governamental” eram responsáveis pelo crime e publicou um editorial, sete dias depois, pedindo a renúncia imediata de Getúlio Vargas, que, ao perceber a participação de sua guarda pessoal no episódio e já isolado politicamente, atinge o próprio peito com um tiro, em seus aposentos, no Palácio do Catete, sede do Governo, no Rio de Janeiro.

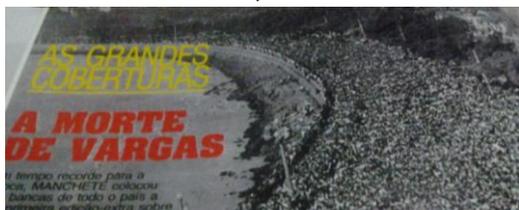


Figura 2 – Povo conduz corpo de Vargas ao Aeroporto Santos Dumont rumo a São Borja.

Fonte: Aconteceu na Manchete – as histórias que ninguém contou, 2008, p. 434.

A notícia da morte de Vargas provocou comoção nacional (FIGURA 2) e incidentes em várias cidades, além da fúria da população carioca, que se voltou contra os jornais – exceção feita ao *Última Hora*, que apoiava o governo e foi

¹³ É nesse contexto que o jornal O Liberal, no Pará, é fundado, em 15 de novembro de 1945.

o único a circular naquele dia (ABREU, 2002) –, promovendo intenso quebra-quebra no Rio de Janeiro que obrigou Lacerda a permanecer escondido durante quatro dias.

Os jornais impressos mantêm o título de meios de comunicação por excelência, apesar do surgimento da TV, em 1950, e da enorme audiência do rádio. Em 1952 existiam 230 jornais em circulação com uma tiragem de 5,75 milhões de exemplares, segundo levantamento da agência de publicidade J. Walter Thompson, para uma população de 55,77 milhões de habitantes e PIB de 12,5 bilhões de dólares.

Nesse período são fundados os jornais *A Crítica*, em Manaus; **O Liberal, em Belém**; *Correio Braziliense*, em Brasília; *O Dia*, no Rio de Janeiro, dentre outros.

Surge, então, um novo líder: Juscelino Kubitschek é eleito presidente da República, em 1956, permanecendo no cargo até 1961. Construiu Brasília, instituiu o Distrito Federal e para lá transferiu a capital federal em 21 de abril de 1960. Outras marcas de seu governo são a construção de hidrelétricas e de estradas, promovendo a industrialização e a modernização da economia, além de mudanças culturais e sociais.

A imprensa contava com liberdade absoluta, mas a ANJ faz a seguinte ressalva:

[...] as relações entre o governo e os jornais e entre o governo e os jornalistas mantinham algumas práticas do passado, que começaram a perder terreno frente a uma crescente participação da publicidade privada no faturamento das empresas jornalísticas, decorrente da modernização econômica. É nessa época que, para um número crescente de jornais, a receita publicitária suplanta a obtida com assinaturas e com venda avulsa.

Nova turbulência ocorre em 1961, apesar de menos dramática, com a renúncia de Jânio Quadros à presidência da República. Seu vice, João Goulard, o Jango, só viria assumir a principal cadeira do país quando aceitou a adoção do regime parlamentarista, extinto em 1963.

Outro período de destaque da imprensa brasileira foi aquele em que ela se viu, mais uma vez, amordaçada pelo regime militar (1964-1985), do qual constava um aparelho repressor eficiente fundamentado na censura e, principalmente, na autocensura.

Um movimento militar eclode, em 1964, o processo de deposição de João Goulart, iniciando um ciclo de governos militares que durou até 1985, apoiado pela maioria dos políticos e por grande parcela populacional.

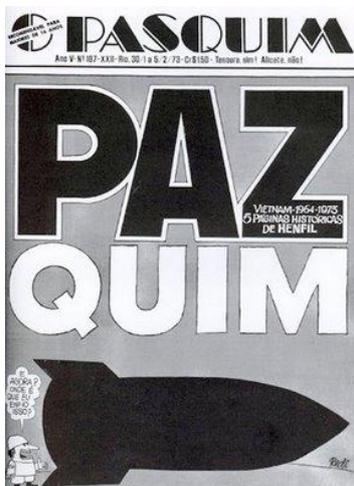


Figura 3 – Exemplar de “O Pasquim”.

Fonte: Google imagens

A imprensa ganha, a partir de 1964, os jornais chamados “alternativos”, veículos independentes relativamente ao mercado publicitário e às empresas jornalísticas, que tinham por característica o tom crítico com o qual abordavam os costumes e a situação político-econômica do país. Fizeram parte desse rol o *Pif Paf*, de Millôr Fernandes, com apenas oito edições; *O Pasquim* (FIGURA 3); *Opinião*; *Movimento*, dentre outros.

Surgiram quando o fracasso da luta armada ficou visível, tornando-se espaços legais de resistência política construídos por jornalistas, intelectuais e ex-militantes, além de uma “frente de trabalho alternativa à imprensa comercial e à universidade”, segundo Abreu (2002, p. 19).

Os jornais comerciais, aos poucos, assumiram postura crítica relativamente ao regime militar, que se tornava mais autoritário politicamente. Mas, para os militares, os jornais mais adequados seriam os piores em termos de linha editorial, aqueles que não criavam nova consciência profissional, verdadeiros papéis descartáveis que não inspiravam confiança, não cumpriam seu papel social de manter a sociedade bem informada (DINES, 2009).

Em 1968 é instituído o Ato Institucional Nº 5 – AI-5, que reintroduziu a censura direta e indireta em níveis só comparáveis ao mais duro período do Estado Novo. As coações também se realizavam por “pressões econômicas por meio de verbas publicitárias oficiais ou a anunciantes privados, atentados, ameaças e vigilância ostensiva sobre editores e jornalistas” (ANJ, s/d).

Abreu (2002, p. 14-15) lembra:

Pelo AI-5, o presidente da República teve seus poderes ampliados e pôde impor a censura prévia aos meios de comunicação, desde que tal procedimento fosse considerado necessário à defesa do regime. Na época, alguns jornais foram invadidos e fechados pelos órgãos da repressão policial-militar.

Para responder ao controle político da imprensa por parte dos agentes da ditadura os jornais utilizavam, “[...] além da resistência e da persistência [...] o esmero profissional e um incansável aprimoramento da qualidade jornalística” (DINES, 2009, p. 17), procurando melhorar sempre a linha editorial, fugindo do obscurantismo imposto pelo regime então vigente.

Dentre os artifícios e estratégias utilizados pela imprensa para tentar denunciar a ação censora figuravam a publicação de absurdas receitas culinárias ou poemas, e de espaços em branco ou com figuras de demônios, onde deveriam estar as matérias censuradas, como fizeram, respectivamente, *O Estado de S. Paulo* e a revista *Veja* (ABREU, 2002). Reforçam-se, nesse momento, as editorias de economia, representando um espaço de menor risco para os militares, já que os dados utilizados eram os ofertados por fontes oficiais e dirigiam-se a um público específico (ABREU, 2002).

Muitos jornalistas foram perseguidos, aprisionados e torturados. O caso mais célebre, dessa época, é o de Wladimir Herzog, diretor de telejornalismo da TV Cultura, que, ao saber que estava sendo procurado pelos órgãos repressivos, acusado de envolvimento com o PCB (Partido Comunista Brasileiro), apresentou-se espontaneamente ao DOI-CODI¹⁴, em São Paulo, quando foi preso, sendo assassinado nas dependências do II Exército, em 26 de outubro de 1975, apesar de o governo afirmar oficialmente à sociedade que o jornalista havia sido encontrado morto na cela, onde teria cometido suicídio, tornando-se um mártir (ABREU, 2002).

Este fato produziu grave crise na ditadura militar, provocou reações da sociedade civil e expôs os acontecimentos inerentes ao regime instalado em 1964: prisão, tortura e morte de militantes de esquerda (NOBLAT, 2002).

Em 1976, o operário José Manoel Fiel Filho também foi “encontrado” morto nas mesmas circunstâncias de Herzog (FIGURA 4), apesar da advertência direta do presidente Geisel ao general Ednardo D’Ávila Melo, comandante do II Exército, no episódio da morte do jornalista, de que seria inadmissível “a ocorrência de episódios semelhantes”, sendo este destituído sumariamente de seu cargo pelo presidente, sem a solicitação de anuência do ministro do Exército, general Sílvio Frota (ABREU, 2002, p. 25).

¹⁴ Destacamento de Operações de Informações do Centro de Operações de Defesa Interna. Órgão repressor criado pelo Regime Militar brasileiro (1964-1985) para prender e torturar aqueles que fossem contrários ao regime.

Morto no DOI-CODI estava preso há apenas 24 horas

São Paulo —eram 9 horas da última sexta-feira, dia 18, quando dois indivíduos, numa empunhada bota, pararam em frente à Metal Arte Indústria Reunidas S/A, na Rua Siqueira, Bueno, 686, e identificando-se como agentes do DEOP dirigiram-se ao encarregado do Departamento de Pessoal da empresa e perguntaram-lhe pelo operário Manoel Fiel Filho, encarregado do setor da prensa hidráulica, informando "necessidade urgente de falar com ele".

Cinco minutos depois, de uniforme — blusão e calça azul de brim, com a inscrição Metal Arte no bolso — apareceu Manoel Fiel Filho, que havia chegado às 7h. Ele trabalhava na empresa havia 19 anos. Os dois agentes pediram a Manoel que os acompanhasse "para prestar um esclarecimento", e dirigindo-se ao estacionamento do Departamento de Pessoal informaram: "Dentro de duas horas ele estará de volta".

O DESAPARECIMENTO

Disse o chefe do Departamento de Pessoal que Manoel estava tranquilo e antes de acompanhá-lo dois agentes só fez uma pergunta: "Será preciso eu trazer de roupa ou posso ir assim mesmo?". Os dois agentes foram céticos: "Pode ir assim mesmo que logo você estará de volta".

As 11h30m da sexta-feira, Manoel

val? O que é que vão fazer contigo". Manoel abraçou a mulher, a filha e as irmãs avisando: "Não se preocupem, saíam, que eu não vou demorar". Em seguida, os policiais colocaram Manoel no carro e deixaram o local.

Naquele dia, Manoel Fiel Filho não foi mais visto. Nem mesmo pelo preocupado chefe da seção de pessoal da Metal Arte. Isso "Ele havia sido levado pelos policiais às 9 horas com a promessa de ser trazido de volta duas horas depois. Como isso não aconteceu, comecei a ficar preocupado, mas resolvi esperar até 18 horas. Mas não tive paciência de esperar mais duas horas e nem sabia o que fazer. Resolvi esperar o dia seguinte".

MORTE

Às 10 horas da noite de sábado, um taxi apareceu à porta da casa de Manoel Fiel Filho e, sem dizer do carro, um senhor mandou chamar Dona Teresa e lhe disse secamente: "Seu marido se suicidou". Disse logo e estendeu para fora do taxi um saco plástico, assim da Lindeu Ideal, com a roupa de trabalho do operário, a mesma que ele usava no dia anterior. No saco plástico, de 25 quilos, estavam o blusão, a calça, os sapatos, o cinto, uma nota de Cr\$ 10 pertencentes a Manoel Fiel. Não foram devolvidas as unhas suas que o operário usava. O



José Manoel Fiel Filho, na foto da Carteira Profissional

Um alagoano com 19 anos de casa

Manoel Fiel Filho, 49 anos, nascido em Quebrangulho, Alagoas, em 7 de janeiro de 1927, era casado com Dona Teresa Lourdes Fiel, e tinha duas filhas: Maria Aparecida, de 20

Polícia acusa ladrões de Trânsito faz duas mortes em S. Gonçalo 3 vítimas e confessa a autoria de quatro em Botafogo

Niterói — A polícia atribuiu a "desentendimentos na partilha de roubo" o assassinato em São Gonçalo de dois dos cinco assaltantes do Bamerindus, de Niterói (de onde levaram Cr\$ 550 mil), e confessou que outros quatro, acusados da autoria de vários assaltos, foram mortos a tiros de metralhadora num tiroteio que travaram com uma radiopatrulha.

Adiantou que os dois assaltantes — Vilmar Cruz, de 26 anos, e Jorge Luis Albuquerque da Fonseca, de 22 — foram reconhecidos pelo guarda João Nonito do Rego Cabral. Atirados a tiros de revólver no Bairro Paraíso, ainda foram levados com vida para o Hospital de São Gonçalo, onde morreram.

AS DUAS MORTES

O chefe de plantão da Delegacia de Neves, investigador Astrezo Marques Paes, afirmou que três horas após o assalto à estirada de Bamerindus, às 18h30m de segunda-feira, recebeu informação de que dois homens estavam baleados na

Três pessoas ficaram feridas e estão internadas em estado grave no Hospital Miguel Couto, em consequência do choque, entre, do ônibus freado HA-866 na traseira do Volkswagen CD-862, que parou de repente, para dobrar à esquerda, na saída Sul do Túnel do Pasmado, em Botafogo.

Além do motorista de Volkswagen, Edwar dos Santos Assvedo, estão no HMC, uma tia Neusa Gomes da Silva e seu filho André Gomes da Silva. Só sua mulher, Eiza da Silva Assvedo, nada sofreu. Foram todos socorridos pelo motorista do ônibus, Valdir da Silva Permannes, que disse à Polícia não ter conseguido evitá-la, colisão, devido à brusca parada do automóvel.

Figura 4 — Notícia da morte do operário José Manoel Fiel Filho. Fonte: Google imagens

É na década de 1970 que os jornais promovem nova modernização, com a implantação da fotocomposição¹⁵ e da impressão *offset*¹⁶ e com a informatização, já próximo ao período de redemocratização. Entre os grandes jornais, o pioneiro na utilização desse sistema foi a *Folha de S. Paulo*.

No final dessa década, apenas sete jornais diários comerciais circulavam no Rio de Janeiro, tendo desaparecido, desde a década de 1950, 15 matutinos e vespertinos, muito em função, também, à elevação do custo do papel, causada pela crise do petróleo, em 1973 (ABREU, 2002).

O AI-5 foi revogado em dezembro de 1978, depois da aprovação pelo Congresso de emenda Constitucional proposta por Geisel, no final de seu governo, mas ficou mantida a Lei de Segurança Nacional, que definia alguns crimes de imprensa e dava poderes ao ministro da Justiça para suspender e apreender jornais que "implicassem crimes contra a segurança nacional" (ABREU, 2002, p. 27).

O último presidente do regime militar foi João Batista Figueiredo. Durante seu governo foi abolida a interferência da Lei de Segurança Nacional no que se referia à legislação de imprensa, por meio da aprovação da Lei nº. 7.170 (ABREU, 2002).

¹⁵ Composição tipográfica feita por projeção de caracteres sobre papel (ou película de filme) fotossensível.
¹⁶ Utilizado para impressões de grande e média quantidade, o offset oferece uma boa qualidade e é feito com grande rapidez. É ideal para grandes quantidades de impressos, pois o papel corre pela máquina e não precisa de intervenção humana enquanto o processo é feito.

Nos anos de 1985 os militares saem da cena política¹⁷. São fundados o *Diário do Amazonas*, em Manaus; o *Jornal de Brasília*, em Brasília; *O Estado do Maranhão*, no Maranhão e **O Diário do Pará, em Belém**.

O país respira novos ares e a imprensa, nos últimos anos, a partir da promulgação da Constituição de 1988, quando recuperou suas garantias de livre expressão, tendo a possibilidade de divulgar, com liberdade, diversos escândalos políticos, denúncias de corrupção, favorecimento político, o que demonstra sua retomada de condições para exercer efetivamente o seu papel precípua e social: levar à sociedade informações verossímeis, de interesse público, utilizando-se das características do bom jornalismo, expostas em todo manual de redação jornalística: imparcialidade/neutralidade, atualidade, objetividade.

Mas, até que ponto, realmente, a imprensa consegue ser neutra? Estudos de relevantes autores colaboram para o estabelecimento da resposta a este questionamento.

2.2 MÍDIA E POLÍTICA: A REALIDADE QUE NÃO ESTÁ POSTA NOS MANUAIS DE JORNALISMO

Os jornais são produtos de empresas, que possuem seus interesses gerenciais e pessoais dos proprietários, inclusive os interesses políticos.

É fato que entre os papéis da mídia está o de expor múltiplas verdades, informações plurais, não aceitar uma verdade única, levando o leitor a chegar às suas próprias conclusões a partir da exposição dos fatos ocorridos, apurados e publicados.

Mas, em alguns casos, há um ajuste entre “o ‘fato’ e a versão, o ‘real’ e o imaginário, o ‘acontecimento’ e a ficção, em prejuízo de algo e/ou alguém (indivíduo ou coletivo)”, uma desordem danosa à sociedade democrática (FONSECA, 2004, p. 15).

A notícia, então, é encarada pelos meios de comunicação como mercadoria, com capacidade de influenciar a agenda política (teoria da *Agenda*

¹⁷ É nesse contexto que ocorre a fundação do Diário do Pará, em Belém, em 1982.

*Setting*¹⁸). Por isso os meios de comunicação são considerados o “quarto poder”, mas poderiam ser classificados como o “primeiro poder”, por sua representação junto à sociedade (FONSECA, 2010).

Desta forma, apesar deste tema ser pouco desenvolvido pelas teorias políticas, visto que, para todas elas, o acesso à informação é um pressuposto crucial, a mercadoria-notícia é diferente das demais mercadorias, pois pode acarretar consequências aos grupos sociais (FONSECA, 2010).

Reconhece-se, portanto, o papel primordial da mídia enquanto interceptora entre a política e os cidadãos, de importância capital para o jogo político. Apesar disso, não é possível nos furtarmos em afirmar que a imprensa utiliza de recursos próprios na fragmentação e/ou omissão de informações, de acordo com seus interesses particulares, empresariais e/ou políticos. Ou seja, não há a propalada neutralidade garantida pelos meios de comunicação.

O que pode ocorrer é uma neutralidade em relação a não estarem os meios de comunicação diretamente ligados a partidos políticos em competição, apesar da possibilidade de apresentarem preferências políticas (NEGREIROS, 2002) – como é o caso do jornal O Liberal, em oposição ao jornal Diário do Pará, que possui ligações políticas com o PMDB.

Nota-se, portanto, a complexidade do jogo de influências entre a mídia e a política, que não é unilateral, sendo que a mídia se tornou fator central da vida política contemporânea (MIGUEL, 2004a). Isto implica na existência de uma relação de proximidade e dependência, pois ao mesmo tempo em que a política necessita da mídia para se relacionar com a sociedade de forma a divulgar as informações de seu interesse, a mídia também usa a política para reproduzir os interesses dos grupos empresariais que representam.

A democracia, por sua essência, necessita da mídia. “Não há política sem mídia”, afirma Lima (2004a, p. 51). É a mídia, e só ela, que delibera sobre o que é público nos dias atuais. E a política “é – ou deveria ser – uma atividade eminentemente pública e visível” (LIMA, 2004a, p. 51), nos regimes democráticos.

O que é “público” após o advento da mídia, pode ser algo distante no espaço e no tempo, não se limita um evento, para ser “evento público”, ao

¹⁸ Significa pauta de fixação, direcionamento da atenção dos leitores de uma reportagem. A mídia aponta, escolhe, determina quais os temas serão considerados de interesse coletivo.

compartilhamento de um lugar comum. “A mídia suplementa a forma tradicional de constituição do ‘público’, mas também a estende, transforma e substitui. O ‘público’ agora é midiaticizado” (LIMA, 2004a, p. 51). A televisão e a propaganda eleitoral gratuita são bons exemplos disso. Antes, os políticos contavam apenas com a praça pública, os comícios, para reunir seus simpatizantes e expressar suas ideias. Agora, a telinha da TV é o espaço ocupado, transpondo a necessidade de estarem juntos, ocupando o mesmo espaço físico, aqueles a quem se destina o discurso político.

É por conta disso que a mídia “deve ser incorporada nas análises sobre o processo eleitoral [e] os estudos sobre comportamento político não podem ser desconsiderados quando o objetivo é analisar o papel e a influência da mídia nas eleições” (MUNDIM, 2010, p. 342).

Os meios de comunicação são os responsáveis por colocar em circulação, inclusive por meio da cobertura diária de notícias, as informações utilizadas pelos cidadãos para o procedimento de suas análises quanto ao desempenho do governo relativamente às questões políticas, sociais e econômicas mais importantes (MUNDIM, 2010).

Mas “a tarefa de obter, interpretar e resumir as informações” é delegada pelos eleitores racionais aos editorialistas e colunistas políticos. É a partir das informações que estes atores julgam necessárias e importantes que as decisões pelo voto são tomadas (MUNDIM, 2010).

Porém, deve-se ressaltar a maneira de se construir e divulgar as notícias, normalmente visando influenciar seu consumo final. Emaranhados de informações suplementares são utilizados como suporte à informação política principal, dificultando a compreensão dos eventos políticos. Ocorre, ainda, a exaustiva repetição de uma mesma história, principalmente as que envolvem escândalos, tornando refratários os olhos do leitor relativamente àquele assunto (BEZERRA; MUNDIM, 2011).

A questão do consumo, da antiga e famosa lei da oferta e da procura, um dos modelos aplicados por economistas no estudo do funcionamento do mercado, é retomada por Hamilton (2004), para quem “a notícia é uma mercadoria”, referindo-se a essa força aliada ao “desejo dos consumidores”. A partir de uma adaptação, utilizando-se dessa fórmula, pode-se “predizer e

analisar o conteúdo da cobertura das notícias, ou a “economia das notícias” (HAMILTON, 2004, p. 7, *apud* MUNDIM, 2011, n.p.¹⁹).

Os jornais definem critérios de noticiabilidade a partir do número de consumidores que se dispõem a pagar por determinada informação. Identificado um grupo de pessoas com interesse convergente para notícias políticas, caso seja numeroso o suficiente para dar retorno financeiro, certamente os jornais irão disponibilizá-las, tornando-se, concomitantemente, disponíveis a todos, indiscriminadamente, o que pode “levar a decisões políticas mais bem informadas” (HAMILTON, 2004, *apud* MUNDIM, 2011, n.p.).

Em períodos eleitorais, quando tende a crescer o número de eleitores interessados em informações políticas, é bastante frequente a “externalidade positiva causada pela demanda dos consumidores” (MUNDIM, 2011, n.p.)

Não se configura um problema – do ponto de vista econômico – a demanda de notícias sobre política ser pequena, pois, apesar da busca de informações e o interesse sobre o assunto serem próprios de uma minoria, “em números absolutos elas ainda se constituem em um mercado consumidor atrativo para produtores de notícia, especificamente os jornalistas e os donos dos veículos [...]” (MUNDIM, 2011, n.p.). Essa conjuntura – a demanda por informações – afetará a forma e o volume do conteúdo do que é publicado nos jornais.

Há que se observar, ainda, que a imprensa, na maioria das vezes, é vista “como relativamente homogênea, tendenciosa e contrária às candidaturas de centro-esquerda ou de esquerda”, afirma Mundim (2011, n.p.). A cobertura realizada pelos jornais se deixa influenciar “pelas preferências ideológicas do pequeno grupo de famílias conservadoras que controlam os grandes veículos de informação do país”. Também se depreende deste comportamento da mídia conflitos de classe e poder, visto que “as informações disponibilizadas pelos jornais poderiam influenciar decisivamente a cabeça dos eleitores e o resultado das eleições” (MUNDIM, 2011, n.p.).

Essa questão implica no viés que é dado à notícia, de acordo com cada jornal, que varia de acordo com três fatores e o seu grau de utilização pelos

¹⁹ Trabalho ainda não publicado pelo autor, mas produzido a partir de 2011 e gentilmente disponibilizado para a confecção deste estudo. Em função dessa característica, não é possível identificar os números das páginas das citações, sendo referenciadas pela sigla “n.p.” – “não paginado”.

proprietários do periódico: a obtenção de lucro, o bem público e os fins partidários (HAMILTON, 2004, p. 24, *apud* MUNDIM, 2011, n.p.).

Uma estratégia de mercado pode ser aplicada pelos empreendedores da mídia: a opção por deixar de veicular informações políticas ou apoiar a candidatura de um determinado político. Qualquer dessas atitudes configura-se como posicionamento de suas marcas e formatação de seus produtos em função do público-alvo que se deseja alcançar, em busca da obtenção de retornos financeiros (MUNDIM, 2011).

Mas se o meio de comunicação é controlado por um indivíduo ou um grupo familiar (como ocorre relativamente aos objetos desta pesquisa), outras motivações podem surgir, pois “esses indivíduos e/ou suas famílias podem abdicar de algum retorno financeiro em benefício do bem público, produzindo mais informações políticas do que de fato lhes é demandado” (MUNDIM, 2011, n.p.).

Pode ocorrer, também, uma decisão de troca do lucro por ideologia, ao ficar visível, declarado o apoio a determinado partido político ou candidato, visando influenciar diretamente o resultado das eleições (MUNDIM, 2011, n.p.). Essa argumentação tem ligação direta com este estudo, principalmente ao se focar a questão envolvendo o candidato ao Senado, Jader Barbalho, da família proprietária do jornal Diário do Pará, e envolvido diretamente nas discussões da aplicação da recente Lei da Ficha Limpa.

2.3 O CARÁTER EMPRESARIAL DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E SEUS DIVERSOS DESDOBRAMENTOS

A grande mídia privada, pelo seu caráter empresarial, objetiva a venda da notícia. Nesses órgãos, ela é considerada uma mercadoria, para a obtenção do lucro. Portanto, a notícia pode sofrer influências de vários atores (anunciantes, leitores, proprietários dos jornais, fornecedores e o próprio Estado, em função de questões regulatórias e tributárias), inclusive por interesses políticos (FONSECA, 2004).

Refletindo acerca dessa questão, percebe-se que buscar o equilíbrio entre o propósito de um jornal enquanto órgão de interesse público, por sua função social, e meio comercial, é tentar combinar o incombinável, como afirma Dines (2009, p. 124), para quem o segredo está em manter, sem nunca deixar

violar, o compromisso com a verdade: “[...] só isso pode tornar um jornal mais prestigiado, aceito e, portanto, lucrativo”.

É no contexto das relações democráticas, ancoradas na competição e disputas entre grupos rivais, que os veículos de comunicação assumem grande importância, pois dentre suas atribuições está a responsabilidade de informar à população sobre o mundo social e político, constituindo-se fontes de informação valiosa para a decisão do eleitor.

A informação como elemento de mediação entre a escolha do eleitor e o mercado político tem importância vital para Downs (2002), que elaborou seu modelo de democracia com base na teoria econômica tradicional, estabelecendo uma analogia entre mercado e política para entender a democracia. Segundo ele, “a função política das eleições numa democracia [...] é selecionar um governo. Portanto, comportamento racional vinculado às eleições é comportamento orientado para esse fim e nenhum outro” (DOWNS, 2002, p. 29).

Esta orientação se dá pela informação, veiculada pela grande mídia, inclusive o jornal impresso. São os meios de comunicação que vão criar a possibilidade da publicização do comportamento dos atores envolvidos no mercado político da democracia que funciona como um mercado competitivo, com maximização de interesses particulares (pessoais) dos agentes políticos pela oferta e demanda, comparando o comportamento de tais atores ao percebido no mercado econômico (DOWNS, 2002).

O eleitor é visualizado como um agente racional, ciente de como tem variado o seu bem estar ao longo do tempo. Nesse sentido, a informação é usada pelo eleitor para optar entre alternativas divergentes, normalmente veiculadas pela imprensa (DOWNS, 2002).

Desta forma, os candidatos devem fornecer informações aos eleitores em um esforço de neutralizar a oposição, e os eleitores devem buscar permanentemente informações sobre os candidatos para decidir o seu voto (SOUZA, 2006).

A competição política se traduz, ainda no modelo de Downs (2002), como uma competição por informação – e os meios de comunicação surgem como elemento fundamental para o perfeito funcionamento do processo

democrático, exatamente por darem visibilidade ao debate sobre preferências, ações e propostas de partidos e candidatos.

Porém, a relação entre mídia e política é ambígua. Os veículos de comunicação – agentes de produção da informação – são controlados constantemente por entes privados, o que dificulta o potencial democrático da mídia enquanto divulgadora de informações de interesse público, impedindo seu pleno exercício (BARROS; BERNARDES; LEMOS, 2008).

Isso decorre, principalmente, porque a própria mídia, utilizando-se de um discurso de neutralidade, imparcialidade, objetividade e compromisso com a verdade, não admite publicamente a sua vinculação política com determinados grupos de interesse. Entretanto, impossível não misturar juízo de valor, inerente aos seres humanos, com os próprios valores do transmissor da notícia, adquiridos ao longo da vida, como nos afirma Zanardi (2010, p. 47): “todos que compõem o processo comunicacional têm juízo de valor próprio”.

O caráter capitalista da esmagadora maioria das sociedades contemporâneas faz com que Fonseca (2004) concorde com essa premissa ao afirmar que a notícia é uma mercadoria. Num contexto democrático, constantemente a liberdade de expressão se estabelece por meio da propriedade privada dos meios de comunicação, que têm por objetivo o lucro.

Nesse sentido, a mídia é a intermediadora entre as esferas pública e privada, o que gera uma “atuação de atores privados mediando seja outros interesses privados, seja (principalmente) interesses públicos, coletivos” (FONSECA, 2004, p. 13). Mais uma vez fica explícita a ambiguidade existente entre mídia e política, pois a própria mídia pertence à esfera dos interesses privados, em função, primordialmente, de seu caráter empresarial.

Não se trata de estabelecer mecanismos autoritários de controle da imprensa, mas discutir o caráter da mídia enquanto agente empresarial, com interesses definidos, e que, por isso mesmo, está longe de ser neutro, descompromissado ou a-político, e que utiliza a informação para favorecer determinados interesses ou grupos (FONSECA, 2004).

Por esta razão, ao mesmo tempo em que se percebe a importância da mídia nas democracias modernas, não se pode desprezar o seu real papel enquanto agente de produção de informação e divulgação de notícias, completamente vinculado ao interesse de grupos e candidatos, e a sua real

intenção de influenciar na opinião pública com a apresentação de informações altamente conectadas com os grupos que defendem e representam.

É a capacidade de os cidadãos se manterem bem informados que garante a democracia. A partir dessa premissa, os veículos de comunicação impressos são os que exercem com mais propriedade a função social do jornalismo – informar de acordo com a verdade (NOBLAT, 2002). O veículo de comunicação é um empreendimento. O jornal é um negócio igual a outros que, sem lucro, encontra a falência. O atendimento à necessidade dos leitores sempre deve ser observado. Porém, diferente de qualquer outro tipo de negócio, a função precípua do jornal é, antes de tudo, servir “ao conjunto de valores mais ou menos consensuais que orientam o aperfeiçoamento de uma determinada sociedade” (NOBLAT, 2002, p. 26).

O caráter de negócio atribuído ao meio de comunicação impresso, visto que sustentado por empresas privadas, não é recente. Data dos primórdios da imprensa no Brasil, perpassando pelo período da ditadura até chegar aos dias de hoje. Esta situação fica explícita no comentário de Dines (2009, p. 17):

Descobri [...] que os empresários têm amor às suas empresas e não necessariamente aos produtos que manufacturam.

[...]

Apesar de ainda não formulada, a expressão “modelo de negócios” já era uma realidade: os *publishers* de jornais e revistas, com raríssimas exceções, não estavam interessados em articular um projeto de longo prazo (DINES, 2009, p. 17).

Entretanto, seja parte de um regime capitalista ou socialista-democrático, só pode existir a imprensa no regime da livre-iniciativa. No momento em que o poder político torna-se detentor de órgãos de comunicação, estes se tornam inválidos, pois, na sua essência, “devem agir como neutralizadores [daquele] poder” (DINES, 2009, p. 125).

O jornal, quando de propriedade privada, apesar de todas as considerações já expostas no presente estudo, obriga-se a ser eclético, “abrigando várias correntes e tendências de pensamento” (DINES, 2009, p. 125).

Remetendo-nos aos jornais O Liberal e Diário do Pará, ambos são de propriedade de grupos familiares. Após a análise teórica acerca da questão empresarial, ficam perceptíveis, ao serem suas folhas editoriais percorridas, as

tendências próprias de cada um, explicitando a falta da propalada neutralidade da imprensa. Apesar dos vieses utilizados por cada um deles, como são de propriedade privada, acabam por dar espaço ao ecletismo pregado por Dines (2009).

2.4 AS CAMPANHAS ELEITORAIS NA MÍDIA

A grande mídia tem fornecido vasto material de estudo relativamente à cobertura que realiza das eleições brasileiras, especificamente as campanhas presidenciais. Referimo-nos, aqui, para ilustrar o comportamento da mídia, a essas coberturas, não somente em relação à atuação dos jornais impressos, mas das emissoras de televisão e revistas.

O comportamento da mídia vem sendo observado por diversos autores, entre eles, Aldé (2003); Aldé, Mendes e Figueiredo (2007); Mundim (2010; 2011); Camargos (2000); Bezerra (2005); Leite (2006); Lima (2006); Miguel (2006) e Albuquerque (2000). Neste trabalho, faremos apenas um pequeno recorte desta realidade, sem, necessariamente, abordar os autores mencionados.

Depois de períodos sob censura, os meios de comunicação encontram-se com a liberdade de imprensa a partir da década de 1980. A abertura política do país garantiu a realização de eleições diretas para os cargos majoritários – exceção feita à presidência da república – e proporcionais, gerando, assim, um cenário novo para a atuação da mídia.



Figura 5 – Povo vai às ruas exigir o direito de votar para presidente. Os militares ainda estavam no poder.

Fonte: Aconteceu na Manchete – as histórias que ninguém contou, 2008.

A população – organizada em grupos ou não – dá início à campanha que ficou conhecida como “Diretas Já” (FIGURA 5), exigindo que o presidente da República também fosse escolhido pelo voto direto – após o encerramento dos ciclos de governos militares, o Congresso Nacional elegia indiretamente o mandatário do país. Mas a vontade popular não foi acatada.

As primeiras eleições presidenciais indiretas após o período de exceção, em 1985, envolveram na competição eleitoral o representante da coligação entre o PFL (Partido da Frente Liberal) e o PMDB, Tancredo Neves, e Paulo Salim Maluf, pelo PDS (Partido Democrático Social). Tancredo Neves recebeu 480 votos contra 180 de Maluf, mas não assumiu o cargo, acometido por grave enfermidade que o levou à morte em 21 de abril daquele ano, assumindo seu vice, José Sarney, mantido no poder até 1990.

Era o espaço ideal para a atuação da mídia, enquanto instituição política, “num momento de grande importância para a consolidação da democracia” brasileira (BEZERRA, 2005, p. 3).

Mesmo sem o voto direto do eleitor, os candidatos à presidência tiveram suas propostas e perfis divulgados pela mídia. Bezerra (2005, p. 4) ressalta o estudo de Perez (1988) sobre esse momento, voltado à cobertura realizada pela revista *Veja*, segundo o qual o semanário associou Neves e Maluf “ao projeto político democrático-burguês, tendo como referência os vetores mudança ou conservação”.

A imagem aliada à mudança coube a Tancredo Neves, de forma explicitamente positiva, sendo a ele atribuída “a consolidação de um projeto político calcado na modernidade”, ficando Paulo Maluf, contrariamente, associado ao conceito de conservação e de “características negativas do fazer político” (BEZERRA, 2005, p. 4).

Em 1988 têm início as campanhas eleitorais dos deputados constituintes, além das negociações e debates políticos sobre a organização da Constituição, com a mídia destinando lugar certo à cobertura jornalística. A política, então, volta a fazer parte das editoriais dos meios de comunicação, retomando a tendência da imprensa brasileira desde os seus primórdios.

O momento que antecede as eleições é de suma importância na relação entre a política e os cidadãos. Prestação de contas de mandatos anteriores, em busca da reeleição, novos nomes expostos na prateleira do mercado de votos, definição de coligações de programa de governo, medidas a ser implantadas, são alguns dos assuntos abordados, visando cooptar o eleitor.

O papel do jornalismo é exatamente o de “recolher informações dispersas (através de uma rede de repórteres), ‘empacotá-las’ através de

determinados processos técnicos (jornal, rádio, televisão) e, enfim, distribuir o produto final a uma audiência diversificada” (MIGUEL, 2004, p. 94).

Desta forma, os meios de comunicação, segundo Bezerra (2005, p. 2), passam “a compartilhar com os partidos a tarefa de socialização política”, afirmando, ainda:

[...] como não são identificados como protagonistas da cena política, podem atuar de acordo com regras próprias do setor, como os critérios de noticiabilidade e as injunções das rotinas de produção, o que facilitaria a apresentação da informação política por meio de estratégias narrativas que conferem veracidade e pertinência às matérias jornalísticas e, principalmente, às interpretações feitas por seus profissionais (Schudson, 1992).

Os veículos de comunicação muitas vezes são utilizados por seus proprietários como tribunas políticas, por meio dos quais assumem posturas político-partidárias. E a história da mídia no país deixa explícita “a existência de relações de convivência entre importantes veículos de comunicação e setores da política brasileira, [...] entre a cobertura jornalística dos eventos políticos e as estratégias políticas dos grupos dominantes” (BEZERRA, 2005, p. 3).

Já foi possível observar que a imprensa brasileira sempre esteve divulgando as questões políticas e se aliando a algumas delas. Alguns autores chegam a afirmar que, nas campanhas eleitorais, a mídia não apenas substitui os partidos políticos em sua função de mediadores entre candidatos e eleitores, mas define a agenda dos temas que devem ser discutidos na esfera pública, gera e transmite informações políticas, fiscaliza a ação das administrações públicas, critica as políticas públicas, canaliza demandas populacionais junto aos governos, papéis que deveriam ser também desempenhados pelos partidos (LIMA, 2004a).

Na história recente do Brasil, após o advento das eleições diretas para presidente da República, a sociedade brasileira presenciou posicionamentos pró e contra candidatos, por parte da mídia, buscando impor seus interesses à população, por meio de manobras de informações, quantidade de tempo de exposição em telejornais – ampliada ou reduzida, de acordo com suas intenções, para dirigir o voto do eleitor a este ou àquele candidato.

O primeiro exemplo disso ocorre nas eleições presidenciais de 1989, quando Luís Inácio da Silva, o Lula, operário do ABC paulista e fundador do

Partido dos Trabalhadores, líder de greves contra a ditadura 10 anos antes, se apresenta ao mercado de votos, tendo como seu maior opositor um jovem governador de Alagoas, pertencente à oligarquia nordestina, chamado Fernando Collor de Mello.

Pelo breve histórico dos candidatos não dá para imaginar outra coisa: Lula precisava ser tirado do páreo a qualquer preço. Os barões da imprensa



Figura 6 – Capa da edição de 23 de março de 1988. Fonte: www.veja.abril.com.br

envolvem-se de forma ativa com a candidatura de Collor de Mello, significando uma verdadeira força-tarefa.

Aquele que ficou conhecido como “caçador de marajás²⁰” foi, aos poucos – e mesmo antes das eleições –, ganhando a simpatia dos grandes órgãos da imprensa nacional. Ainda em 1988 a revista *Veja* dá grande destaque ao governador que brigava contra o empreguismo em seu estado, se opunha a Sarney e clamava que iria combater a corrupção.

Ganhou capa com a manchete: “O caçador de marajás” (FIGURA 6).

Quem massifica e populariza o mito é a Rede Globo de Televisão, que já havia demonstrado seu jogo político nas eleições para o governo do Rio de



Figura 7 – Capa da edição de 6 de setembro de 1989. Fonte: www.veja.abril.com.br

Janeiro, em 1982, quando, por meio de um programa de computador, tentou fraudar o resultado do pleito que dava a vitória a Leonel Brizola, contra Moreira Franco, candidato que recebia o apoio “global”. O esquema foi denunciado pelo *Jornal do Brasil*, concorrente e rival do jornal *O Globo*, que fazia contagem paralela e manual dos votos, e a fraude não passou despercebida (LIMA, 2004b; KUCINSKI, 1998).

Com quatro candidatos no páreo – a eleição também era disputada por Brizola e Mário Covas –, a inexpressividade dos votos de Collor²¹ surpreendeu,

tanto quanto a chegada de Lula ao segundo turno (FIGURA 7).

²⁰ Referência ao empreguismo que reinava no país, pessoas recebendo salário no funcionalismo público, sem a devida frequência ao local de trabalho.

²¹ Apenas 20,6 milhões de votos, representando 28,5% do total, contra 11,6 milhões de Lula, 11,2 milhões de Brizola e 7,8 milhões de Covas (KUCINSKI, 1998).

Para a eleição complementar e decisiva, Collor ganha novos apoios, e Lula, desafetos: o jornal O Estado de S. Paulo publica, diariamente, notícias anti-PT; A Folha de S. Paulo coloca em sua capa Paulo Francis, importado de Nova York. O partido de Lula passa a ser caracterizado como antidemocrático e atrasado, e o próprio candidato é tratado como ignorante, à frente de uma militância considerada “milícia” organizada para a violência (KUCINSKI, 1998). Disparavam-se verdadeiros ataques ao trabalhador que queria ser presidente.

Até mesmo o sequestro do empresário Abílio Diniz, ocorrido em 11 de dezembro de 1989, foi atribuído a integrantes do PT, o que fez com que Lula perdesse apenas 4% das intenções de voto – as pessoas não acreditavam em sua cumplicidade ao crime.

Apesar de tudo, as intenções de voto a Collor caíam, de acordo com as pesquisas da época, e Lula encostava no concorrente. A TV Globo exibe uma edição do último debate dos presidentiáveis que havia ido ao ar, ao vivo, no dia anterior, em rede nacional. O Instituto Gallup – de pesquisas de opinião – divulga as porcentagens: 49,5% para Collor contra 44,4% para Lula.

Fica perceptível que a Globo exibiu uma edição forjada do debate, que beneficiava a Collor, “fraude decisiva na inversão da tendência eleitoral que mostrava Lula atropelando Collor nos últimos dias de campanha”, conforme afirmação de Kucinski (1998, p. 113). Collor saiu vitorioso.

Em 1994, Lula volta a se candidatar, agora enfrentando Fernando Henrique Cardoso, depois do impeachment de Collor, em 1992. Esta eleição ganha uma lei (nº. 8.713/1993) que tenta evitar as distorções efetivadas pela imprensa, numa tentativa de limitar sua influência. O artigo 76 da referida lei proíbe, para uso nas campanhas, a gravação de imagens externas, a utilização de efeitos especiais e a “participação de outros no discurso do candidato na TV” (GOMES, 2006, p. 8), o que fez diminuir a eficácia da persuasão do horário político, apesar de mantida sua audiência, e ganhar destaque o papel da imprensa.

Antes do início oficial da campanha Lula emplaca, de acordo com pesquisa realizada pelo Datafolha, entre 9 e 13 de junho de 1994, mesmo sem o apoio dos grupos ligados à comunicação de massa, o índice de 41% das intenções de voto, contra 19% de Fernando Henrique Cardoso, seu mais importante adversário (SOARES, 2009).

O cenário político não era favorável para os demais partidos, que não encontravam um competidor relevante para aquela eleição. Mesmo assim, Lula e o PT já vinham sendo desqualificados pela mídia, visando minimizar a importância do candidato e das pesquisas.

Lula, então, sai em caravanas, pelo país, e conquista os meios de comunicação locais – exceção feita aos de propriedade dos chefes políticos regionais –, rompendo com parte do bloqueio da mídia a ele imposto.

As pautas nacionais dos jornais e da TV ignoram esse movimento, excluindo do noticiário as caravanas – que, por força da lei nº. 8.173/1993, também não poderiam ser aproveitadas no horário político eleitoral –, menos quando a intenção era a de desqualificação ou amplificação de problemas técnicos que denotassem desorganização.

Mas, se no Brasil esse fato é ignorado, a imprensa americana se dá conta dos acontecimentos e a revista *Newsweek* publica vasta e informativa reportagem sobre as caravanas (KUCINSKI, 1998).

A revista *Veja* se refere à caravana da cidadania empreendida por Lula, em março de 1994 (FIGURA 8).



Figura 8 – Capa e índice da edição de 2 de março de 1994. Manchete usa trocadilho e a chamada interna dá destaque ao plano do então Ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso.
Fonte: www.veja.abril.com.br

Na chamada interna, o semanário traz o seguinte texto, que revela o trocadilho utilizado na capa:

Caravana de Lula ganha a estrada

Sozinho na dianteira das pesquisas de opinião que lhe atribuem 30% da preferência do eleitorado, Luís Inácio Lula da Silva percorre o sul do país em campanha na condição de dono do Partido dos Trabalhadores. Escaldado pela derrota nas

últimas eleições presidenciais, Lula está mudando algumas das teses que defendeu na campanha de 1989 (Revista Veja, edição nº. 1.329, de 2 de março de 1994).

Com o lançamento do Real²², coincidente com o início da campanha eleitoral gratuita na TV e no rádio, Cardoso passa à frente nas pesquisas de opinião, revertendo um quadro que se manteve a favor de Lula no decorrer de todo o primeiro semestre daquele ano, visto que o Brasil conheceu a estabilidade monetária, o que trouxe grande popularidade a Cardoso. Soares (2009, p. 171) afirma, relativamente a esse fato:

A sociedade tinha aprovado a nova moeda sem inflação e identificou Cardoso como responsável por ela, enquanto Lula parecia representar uma ameaça a sua continuidade.

A coligação que disponibilizou seu nome à presidência da República, formada pelo PSDB e PFL, garante ao candidato o maior tempo de TV relativamente a todos os outros concorrentes.

Cardoso começa a ser tratado pela imprensa como “o príncipe da sociologia brasileira”, por sua formação superior, aliada ao reconhecimento e saber notório. Sua imagem é vendida como a de articulador das elites. Exatamente o oposto ao estigma operário de Lula, chamado, anteriormente, por Brizola, de “sapo barbudo”, “identificado com a falta de perspectiva das classes mais pobres” (GOMES, 2006, p. 8). Cardoso é eleito presidente do Brasil e, ao final do mandato, candidata-se à reeleição, já decretada pela mídia e pelos institutos de pesquisa antes do início da campanha, derrotando Lula, mais uma vez.



Figura 9 – 30 de setembro de 1998.

Fonte: www.veja.abril.com.br

Na campanha de 1998, a desigualdade na distribuição dos espaços aos candidatos foi um dos diferenciais, além da deformação das manchetes, visando denegrir a oposição (FIGURA 9). A exposição de Fernando Henrique se dava não somente como candidato, mas como presidente em exercício, ampliando sua “capacidade de ocupar espaços a partir da própria capacidade do governo de criar fatos,

²² Novo padrão monetário brasileiro engendrado pela equipe do ex-ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, com a participação deste.

cronometrados para ocupar as manchetes ou neutralizar iniciativas da oposição” (KUCINSKI, 1998, p. 146). Consolidava-se a reeleição de Cardoso.

Em 2002 o cenário político começa a se modificar. Fernando Henrique havia sido mal avaliado pela população em seu último governo. O novo mote da eleição passa a ser a mudança. Candidatam-se José Serra, Ciro Gomes, Antony Garotinho, José Maria de Almeida, Rui Costa Pimenta e Lula.

Nessa eleição, de forma inédita, Lula quase não foi atacado na campanha ao primeiro turno. A disputa foi polarizada pelos concorrentes ao segundo lugar, Serra e Gomes, que queriam disputar o segundo turno com Lula, sempre à frente nas pesquisas de opinião – “entre 15 e 18 de maio, Lula chega ao patamar de 43% das intenções de voto (mais que a soma dos outros três candidatos)” (GOMES, 2006, p. 15).

Aldé (2003, p. 94) afirma, categoricamente:

Cercada de indefinições e surpresas, a eleição presidencial foi, desde o começo do ano, assunto relevante nas páginas políticas dos grandes jornais, ganhando progressivamente mais espaço e, nos últimos dois meses, cadernos especiais. De acordo com os critérios de noticiabilidade da grande imprensa – que incluem os interesses políticos da empresa jornalística, mas também fatores como a concorrência dos jornais pelo público, as rotinas profissionais dos jornalistas, o circuito de fontes e relações pessoais em que estão inseridos – vimos que a eleição presidencial de 2002 mobiliza positivamente o noticiário, contribuindo para o envolvimento do eleitorado em geral com o andamento do processo político.

A imprensa, agora, procurava se anteciper à propaganda eleitoral, empenhando-se em transformar as eleições em notícia, promovendo debates e entrevistas divulgados com amplitude (ALDÉ, 2003).

Porém, os jornais mantêm-se como palco privilegiado para o jogo eleitoral, pois avaliam os fatos mais significativos da campanha de maneira diversa, o que revela suas escolhas políticas implícitas na prática do jornalismo comercial.

Lula obteve relevantes apoios políticos e sociais. Ganhou espaços nos jornais por ter-se mantido em primeiro lugar nas intenções de voto e garantiu a cobertura de sua agenda positiva pela mídia. Entretanto, a revista *Veja* e o jornal O Estado de S. Paulo não desistiram de buscar fatos negativos atrelados ao candidato.



Figura 10 – Capa de 22 de maio de 2002.

Fonte:

www.veja.abril.com.br

Ao mesmo tempo em que Veja publica na capa da edição de 22 de maio de 2002 os índices referentes às intenções de voto a Lula e ao Risco Brasil, informando que o candidato assusta o mercado e que empresários disputam sua agenda (FIGURA 10), inicia, na página 38, grande reportagem com destaque para pesquisa do Vox Populi relativa a todos candidatos, sob o título “Subindo a rampa”, para, contraditoriamente, no decorrer da

materia jornalística (p. 42) assinada por Eurípedes Alcântara, buscar explicar o que o empresariado teme em Lula, afirmando: “o nervosismo do mercado tem diversos motivos, mas a indefinição sobre o que o PT realmente pensa é o fator mais decisivo neste momento” (FIGURA 11).



Figura 11 – Matéria de capa, com cinco páginas. Na legenda da foto de Lula, ele afirma: “É criminoso especular a apenas cinco meses das eleições”.

Fonte: www.veja.abril.com.br

Em uma rápida avaliação, Aldé (2003) descerra o panorama da cobertura da mídia aos candidatos. Serra foi mantido no noticiário rotineiro, com cobertura neutra e visibilidade acima do que demonstravam suas intenções de voto – era o candidato do governo. Garotinho tinha ressaltada sua condição de “azarão”, envolto sempre em especulações de renúncia por parte da mídia. Foi o candidato que menos apareceu nos noticiários, talvez em função das intenções de voto não serem relevantes. Mas deu uma arrancada pouco antes da eleição, garantindo mais espaço nos veículos. Ciro Gomes prejudicou a si mesmo, por munir os jornalistas e manter uma relação nada

agradável com estes. Mas consegue ultrapassar Serra nas pesquisas, ameaçando a hegemonia petista naquela eleição.

José Serra vai com Lula para o segundo turno, respectivamente com 23,2% contra 46,4% dos votos. Ao final do segundo turno, Lula foi declarado eleito com 61,3% dos votos.

Em 2006 Lula volta a se candidatar. Quer ser o segundo presidente reeleito do Brasil. Contra ele entram na campanha Geraldo Alckmin, Heloísa Helena, Cristovam Buarque, José Maria Eymael, Luciano Bivar e Rui Pimenta.



Figura 12 – Edição de Veja de 19 de abril de 2006. Primeiro flagrante de escândalos no governo Lula. Na capa, a manchete e o subtítulo: “O bando dos 40 – a denúncia do procurador-geral não deixa dúvida: Lula é o sujeito oculto da ‘organização criminosa que tinha como objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT’”.

Fonte: www.veja.abril.com.br

Os ataques a Lula recomeçam. Alckmin inicia contra ele uma campanha negativa, sendo seguido por Heloísa Helena. Alguns escândalos de corrupção ocorridos em 2005, no governo do presidente Lula, foram utilizados por seus oponentes, dentre eles, o relativo à direção dos Correios, ocupada pelo empresário Maurício Marinho,

flagrado ao receber R\$ 3 mil de propina (FIGURA 12) para dar direcionamento ao resultado de uma licitação do órgão, quando afirmou estar agindo em nome do PTB, sempre consultando Roberto Jefferson, então presidente da legenda, antes de tomar qualquer atitude.

Dias depois o país soube do que ficaria conhecido como o escândalo do mensalão, outro ponto massificado para tentar derrubar Lula. Refere-se a um grande esquema montado pelo PT para a compra de votos de deputados na Câmara Federal, visando a aprovação de projetos do governo.

O custo da corrupção chegava a R\$ 30 mil por mês para cada deputado envolvido, pagamento realizado com dinheiro público, desviado por Delúbio Soares, ex-tesoureiro do PT, e por Marcos Valério, lobista e publicitário, comandados pelo então Chefe da Casa Civil, José Dirceu.

Lula sempre afirmou que não sabia de nada. O presidente dirigiu-se à nação em pronunciamento oficial 91 dias após a divulgação do escândalo, quando afirmou:

Quero dizer a vocês, com toda a franqueza, eu me sinto traído. Traído por práticas inaceitáveis das quais nunca tive conhecimento. Estou indignado pelas revelações que aparecem a cada dia, e que chocam o país. O PT foi criado justamente para fortalecer a ética na política (SITE DA REVISTA VEJA, 2012).²³

O país ainda não havia se refeito do impacto que as notícias sobre o “mensalão” geraram e precisou absorver mais um escândalo, conhecido como “dólares na cueca”. No mês de julho de 2005, José Adalberto Vieira da Silva, assessor do deputado cearense José Nobre Guimarães, irmão de José Genuíno, foi preso em São Paulo, no Aeroporto de Congonhas, com US\$ 100 mil escondidos na cueca e R\$ 200 mil em uma valise. Quando interpelado, informou ser agricultor e que o dinheiro era fruto da comercialização de legumes. O Ministério Público tinha interpretação diferente, afirmando que os dólares referiam-se à propina recebida por intermediar um financiamento entre um consórcio de energia e o Banco do Nordeste do Brasil.

Apesar de todos esses envolvimento do governo Lula em escândalos de corrupção, ao final do primeiro turno, Lula fica à frente de Alckmin, com o maior número de votos, levando a eleição para o segundo turno, quando Lula foi reeleito com mais de 60% dos votos, o que parecia imprevisto, pois a mídia castigou no noticiário negativo ao candidato e presidente em exercício.

²³ O Supremo Tribunal Federal iniciou o julgamento dos chamados “mensaleiros” em agosto de 2012. Até agora, mais de 20 pessoas foram condenadas, entre elas, José Dirceu, José Genuíno – então presidente do PT –, Marcos Valério, Roberto Jefferson, Delúbio Soares e Valdemar Costa Neto. Também estão sendo julgadas pelo crime de formação de quadrilha.

Ficou claro que a vitória de Lula não era o que queriam os principais grupos de mídia brasileiros (FIGURA 13). Foi possível perceber os



Figura 13 – Capa de 8 de novembro de 2002: Lula já reeleito Presidente.

Fonte:

www.veja.abril.com.br

desequilíbrios na cobertura dos principais candidatos, colocando em questão a credibilidade da mídia por diversos setores da sociedade. Ela, então, tornou-se agenda pública de discussão, ao invés de pautar as agendas, e o único poder sem um contrapoder – este que deveria ser sua função fundamental em uma sociedade democrática (JAKOBSEN, 2007, in: LIMA, 2007).

Lima (2007b, n.p.) exemplifica muito bem o

fato:

Ao longo da campanha eleitoral, houve um claro *descolamento* entre a opinião dominante na grande mídia – editoriais e colunistas chamados de "formadores de opinião" – e a opinião da maioria da população. E essa opinião dominante da grande mídia contaminou [...] a própria cobertura jornalística das eleições.

Um exemplo: o OBM/MWG-Brasil²⁴ acompanhou as colunas dos 14 principais colunistas dos jornais de referência nacional. Lula foi o candidato mais citado e também o que recebeu maior número de abordagens negativas desses colunistas. Se somadas as menções negativas feitas ao candidato Lula àquelas feitas a Lula presidente da República, o número chega a ser quase quatro vezes maior do que o número de menções negativas ao candidato Geraldo Alckmin, do PSDB.

A saída de Lula da presidência – e da possibilidade de concorrer ao cargo após cinco eleições disputadas – não tirou o PT do poder e nem ele mesmo da campanha. Se fez presente para eleger Dilma Rousseff a primeira presidenta do Brasil, nas eleições de 2010, concorrendo com Marina Silva e José Serra.

Segundo Bezerra e Mundim (2011), a cobertura realizada pelos jornais O Globo, O Estado de S. Paulo e A Folha de S. Paulo foi mais equilibrada do que a ocorrida nas eleições anteriores, destoando, apenas, a relativa à candidata Marina Silva, considerada bem mais positiva do que negativa, neutra ou equilibrada, pela análise das valências das notícias publicadas, talvez

²⁴ Observatório Brasileiro de Mídia, fundado em janeiro de 2005, é o capítulo brasileiro do Media Watch Global (MWG), criado no Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, em janeiro de 2003.

interferindo na melhoria de seu desempenho nas intenções de voto no último mês de campanha.

O segundo governo do presidente Lula também teria ajudado na vitória de Dilma, já que a imprensa se posicionou de maneira mais ponderada e neutra, levando a considerar a hipótese de que não teria, determinado de maneira significativa aquela eleição, tendo a candidata se beneficiado de um “efeito midiático de longo prazo que se iniciou em 2005, cuja persistência temporal se fez sentir em 2010” (BEZERRA; MUNDIM, 2011, p. 471).

A partir desse breve panorama é possível inferir que a mídia desenvolve um papel altamente atuante quando o assunto é política e campanhas eleitorais. Porém, configura-se, ainda, segundo Miguel (2007, p. 214, in: LIMA, 2007), como “um dos principais pontos de estrangulamento da democracia brasileira [e que] carece de pluralismo, o que compromete a qualidade da discussão pública e, por consequência, da própria democracia”.

3 A IMPRENSA E A POLÍTICA NO PARÁ

O primeiro jornal a ser editado e impresso em Belém foi *O Paraense*, idealizado por Felipe Patroni. Lançado em 22 de maio de 1822, catorze anos depois da chegada do meio impresso ao Brasil, foi o precursor dos 730 jornais lançados no Pará até 1908 (FERNANDES; SEIXAS, 2010), e abordava, em suas primeiras edições, “questões ligadas à ideia de progresso e filosofia” (COSTA, 200?, p. 2).

Inicialmente dirigido por Felipe Patroni, vindo de Lisboa para implementar a imprensa na então Província do Grão-Pará, volta sua linha editorial à realidade local, apontando e identificando o corporativismo militar da época, criticando o comando militar da Província, já sob a direção do Cônego Batista Campos, depois da saída de Patroni – preso e deportado para Lisboa em função de um discurso proferido em Portugal, diante de D. João VI, em prol do Pará e em detrimento da administração ultramarina (COSTA, 200?, p. 3).

Desde seus primórdios, a relação da imprensa paraense com a política sempre foi intensa e por isso necessitava atingir o maior número de leitores possível. Naquela época os jornais possuíam não mais que quatro ou cinco páginas, em formato de caderno, “com uma lógica muito própria, baseada principalmente nos debates da política (FIGUEIREDO, 2008, p. 37, *apud* FERNANDES; SEIXAS, 2010, p. 3).

Após a extinção de *O Paraense*, por questões políticas, na 70ª edição, surgiu *O Luso Paraense*, em 1823, com linha editorial dedicada “ao discurso colonial e colonizador do governo da província” (FERNANDES; SEIXAS, 2010, p. 4).

Seis anos depois a Província conhece as páginas de *O Sagitário*, ligado ao Partido Conservador e ativamente contrário às ideias anti-imperialistas de Batista Campos, apesar deste obter a simpatia de outros órgãos de imprensa, como de *A Sentinella Maranhense na Guarita do Pará*, redigido por Vicente Ferreira Lavor Papagaio, cearense importado pelo próprio Campos, em 1834 (FERNANDES; SEIXAS, 2010).

Outras publicações surgiram ao longo do tempo, sempre aliadas a algum projeto político. Foram os casos do próprio *O Sagitário* (1829-1830); *A Opinião* (1831); *O Despertador* (1832); *Correio Oficial Paraense* (1834-1835) e

O *Desmascarador* (1834), todos ligados ao grupo político Conservador. E *Orphêo Paraense* (1831); *A Luz da Verdade* (1832-1833); *O Paraguassú* (1832-1833); *O Publicador Amazoniense* (1832-1834) e a já citada *A Sentinella Maranhense na Guarita do Pará* (1824), afeitos ao grupo político Liberal (FERNANDES; SEIXAS, 2010).

Para se ter noção aproximada do envolvimento político dos periódicos paraenses da época, vale transcrever a epígrafe de *A Sentinella Maranhense na Guarita do Pará*: “Sem rei existe um povo, sem povo não há nação, os brasileiros (*sic*) só querem Federal Constituição” (FERNANDES; SEIXAS, 2010, p. 7).

O governo também tinha seus órgãos de imprensa. Em 1827 foi lançado o jornal *A Voz das Amazonas*, sob o comando do Cônego Silvestre Antunes Pereira da Serra. O *Treze de Maio*, outro órgão oficial e noticioso, chegou às ruas em 1840. Seu nome era uma referência ao dia da ocupação da capital da Província pelas “tropas legais”, vencendo os últimos cabanos que ainda resistiam (PRADO JÚNIOR, 1979, *apud* FERNANDES; SEIXAS, 2010).

Já na década de 1870 surge o jornal *A Província do Pará*, em 1876, periódico de grande importância, ao lado da *Folha do Norte* (1896), ambos de longa duração. O primeiro, após algumas interrupções, cerrou sua redação em 2001, atravessando dois séculos de existência; o segundo parou de circular 78 anos depois de sua fundação (FERNANDES; SEIXAS, 2011).

Nessa época, não só a política caminhava lado a lado com os periódicos. As questões econômicas envolvendo a província, como o *boom* da borracha, resultaram em uma postura mais empresarial dos jornais, que deixavam de atuar como uma “imprensa episódica, quixotesca, aventureira e heroica” (FERREIRA, 2005, p. 4, *apud* FERNANDES; SEIXAS, 2011, p. 5).

Vivia-se um período de grandes transformações regionais e nacionais. Multiplicavam-se os processos de inovação tecnológica voltados à imprensa, que permitiriam a utilização de diversificadas ilustrações, como charges, caricatura e fotografia, além do aumento da tiragem, da qualidade de impressão, tudo por um custo menor. “A imprensa tornava-se grande empresa [...]” (ELEUTÉRIO, 2008, p. 84, *apud* FERNANDES; SEIXAS, 2011, p. 5).

Na virada do século, em 1900, é lançado *O Jornal*, com 93 veiculações ao longo daquele ano, definido como um “órgão político, comercial, noticioso e

literário”, dirigido por José Marques de Carvalho. Foi um dos que começou a utilizar os serviços telegráficos, outra inovação tecnológica da época, “a primeira invenção elétrica do século XIX a transmitir ‘mensagens’ públicas e privadas” (FERNANDES; SEIXAS, 2011, p. 8).

Após esse breve percurso histórico, vale retornar à fundação de *A Província do Pará* e da *Folha do Norte*, por sua relevância na história da imprensa paraense.

Fundada por Antônio Lemos (redator-gerente), Francisco de Souza Cerqueira (tipógrafo) e Joaquim José de Assis (redator), em 25 de março de 1876, *A Província do Pará* encerrou suas atividades 125 anos depois, em 2011, sendo a mais duradoura publicação do estado e da Amazônia.

Segundo Cruz (1999, *apud* FERREIRA, s/d), na época da escravidão, quando se lutava pela abolição, os escravos espontaneamente redimidos por seus senhores tinham seus nomes publicados pelo jornal, fazendo parte de uma extensa listagem²⁵.

Seu alinhamento político sempre esteve afeito ao Partido Liberal, desde sua criação, ganhando, posteriormente, independência, para se estruturar empresarialmente. Em 1897, depois de proclamada a República (1889), abre espaço para uma nova era do jornalismo regional ao adquirir a primeira máquina rotativa francesa para a impressão de seus exemplares, uma Marinoni, passando à frente de grandes jornais da época, como “O Estado de S. Paulo”, que só teve em seu patrimônio uma dessas impressoras no início do século, em 1907.

Desde o início aquele jornal alinhou-se ao Partido Liberal e depois ganhou linha independente e se estruturou como empresa. Com o advento da República (1889), ganha a primeira máquina rotativa, a impressora francesa Marinoni, em 1897, e inaugura uma nova era no jornalismo regional e na história da região. Isto revela a pujança da economia regional. Para se fazer um paralelo com outros grandes periódicos, é bom lembrar que o jornal “O Estado de São Paulo” só passa a contar com aquele maquinário a partir de 1907 (SODRÉ, 1999).

²⁵ Informações, a partir daqui, extraídas de FERREIRA, 2005.

Com o passar dos anos, o alinhamento político do periódico trouxe consequências. Quando localizava-se no centro de Belém, na Praça da República (atualmente onde se demora o prédio do IEP), inimigos de Antônio Lemos, um dos fundadores de “A Província”, liderança política no Pará e ex-intendente (prefeito) de Belém, incendiaram a sede do jornal, em 1912.

Depois desse episódio o periódico ficou oito anos sem circular, retornando suas atividades em 1920, dirigido por Pedro Chermont de Miranda. Problemas financeiros o tiram de circulação, novamente, seis anos depois, ficando adormecido até 1947, quando retorna ao mercado jornalístico pelas mãos de Assis Chateaubriand, o *Chatô*, empresário que controlava os Diários Associados, detentor de uma rede nacional de jornais, rádio e televisão.

A modernização da impressão pelo sistema *off-set* chega em 1973. Mas “A Província do Pará” muda de mãos, novamente, 24 anos depois, quando o empresário Gengis Freire adquire o jornal de Chatô, permanecendo à frente do matutino até 2001, quando transfere seu comando ao publicitário Miguel Ângelo Arraes, também o ano de encerramento das atividades do jornal, principalmente por problemas de gestão e dívidas trabalhistas, como afirma Ferreira (2005, n.p.): “um conjunto de fatores que conseguiram o que nem as mais sangrentas lutas entre as facções políticas de Lauro Sodré (ex-governador do Pará) e Antônio Lemos foram capazes”.

A “Folha do Norte” também foi relevante no cenário da imprensa regional. Surgiu em 1896, pelas mãos de Enéas Martins e Cipriano Santos, em oposição a Antonio Lemos, para sustentar as ideias do Partido Republicano Federal, liderado por Lauro Sodré e, posteriormente, por Paes de Carvalho.

A linha editorial do veículo muda parcialmente quando o jornalista Paulo Maranhão assume a direção do periódico, sem deixar de acompanhar o desempenho dos políticos, mas divulgando mais as mudanças urbanas impostas a Belém.

Essa nova característica deixou a “Folha” conhecida como trincheira da oposição, e seu diretor, Maranhão, como “o grande panfletário das liberdades”, pois escrevia contra Antonio Lemos e opunha-se aos desmandos impostos aos opositoristas.

A política paraense de depara, a partir de 1930, com a figura de um novo interventor, nomeado por Getúlio Vargas, chamado Joaquim Cardoso de

Magalhães Barata – que depois foi governador do estado. Instituiu na região o “baratismo”.

Barata, que era afilhado de Lauro Sodré, o maior inimigo político de Lemos, convivia com Paulo Maranhão socialmente, este, agora, dono da “Folha do Norte”, até 1933. O rompimento se deveu à publicação de nota crítica, por Maranhão, ainda magoado pela censura imposta ao estado por Barata e sob o pseudônimo de “Justino de Souza Montalvão”, à decisão do interventor de punir funcionários estaduais que não elegeram os representantes paraenses na Assembleia Constituinte. A “Folha” foi proibida de circular durante quatro dias – reação de Barata que ajudou a instalar a guerra entre os dois, não superada.

Barata morreu em 1959, ou seja, a contenda entre ele e Maranhão durou 26 anos, dos quais 13 foram vividos pela família de Maranhão, praticamente, como asilada no prédio em que funcionava o jornal – gerência comercial, redação e oficina. As crianças da família, proibidas de ir à rua, usavam a oficina do jornal como campo de futebol, segundo lembranças do neto do dono da “Folha”, o escritor Haroldo Maranhão.

Passados esses tempos, o jornal foi vendido, em 1973, a Romulo Maiorana, pernambucano de descendência italiana que havia desembarcado em Belém em 1953 e que mantinha uma coluna eclética no jornal denominada “Sempre aos Domingos”, carro-chefe da “Folha” aos finais de semana, com “notícias curtas e todas rigorosamente verdadeiras”²⁶.

Maiorana agregava mais um veículo, pois já havia adquirido, em 1º de maio de 1966, O Liberal, das mãos de Ocyr Proença, engenheiro e empreiteiro de obras a quem o jornal havia sido vendido, anteriormente, com vistas à campanha eleitoral do então prefeito Alacid Nunes ao governo do estado, sendo comandado por Cyro Proença, Álvaro Paz do Nascimento, Silas Assis e Marco Aurélio Proença²⁷.

A “Folha do Norte” deixou de circular um ano depois.

²⁶ Informações extraídas do livro ainda inédito do advogado e jornalista Odacyl Cattete, morto em 1º de junho de 2010, com título de “Odacyl de tal...”, atribuído pelo autor.

²⁷ “Odacyl de tal...”.

3.1 OS JORNAIS “O LIBERAL” E “DIÁRIO DO PARÁ”: SURGIMENTO, RESGATE HISTÓRICO E SUAS OPOSIÇÕES

Os jornais O Liberal e Diário do Pará, mesmo que em momentos distintos, nasceram sob o signo da política. Com um intervalo de 37 anos, os dois jornais foram criados para serem jornais de partido, com a imediata finalidade de influenciar na campanha eleitoral que se vislumbrava em cada momento histórico.

No caso do jornal O Liberal, foi criado para dar suporte político ao então interventor Magalhães Barata, que sofria forte oposição do jornal “Folha do Norte”, conduzida pelo jornalista Paulo Maranhão. Era o ano de 1945, tempo de redemocratização do país que, após longo período de ditadura, caminhava novamente rumo à democracia.

Após a derrocada do Estado Novo, os grupos de poder se articulavam em torno das eleições gerais que aconteceriam naquele ano²⁸. Magalhães Barata, grande liderança política do Estado, interventor indicado por Getúlio Vargas, tinha fortes motivos para temer a ascensão de seus principais rivais. Contribuía para isso a consistente atuação da “Folha do Norte”, que não poupava críticas ao governo de Barata e conclamava o povo para as mudanças que o processo eleitoral traria para o Estado.

Como o maior jornal em circulação no Estado, o poder de influência da “Folha” no eleitorado era bastante significativo, sendo necessária a utilização de estratégias de neutralização e reação que protegessem o Partido Social Democrata (PSD) das constantes acusações e ofensas fomentadas pela oposição.

Neste contexto, liderados por Barata, os aliados do PSD resolveram criar um jornal para defendê-lo, reagir contra as investidas da oposição e, principalmente, que tivesse capacidade de influenciar na opinião pública num momento de grandes transformações políticas produzidas pela transição democrática.

²⁸ Getúlio Vargas foi deposto em 29 de outubro de 1945 pelas Forças Armadas, tendo assumido o cargo de presidente do Brasil o ministro José Linhares, presidente do Supremo Tribunal Federal. Sob o governo de Linhares houve eleições gerais em 2 de dezembro de 1945 para escolher o novo presidente e os novos membros do Congresso Nacional do Brasil. Em 19 de janeiro de 1947 foram eleitos os governadores de estado e o terço restante do Senado Federal.

Assim, em 15 de novembro de 1946 circulou em Belém a primeira edição do novo jornal que mudaria a configuração política da época, ao entrar em confronto direto com a “Folha do Norte” e defender abertamente o projeto político do Partido Social Democrata. Entretanto, O Liberal nunca conseguiu a hegemonia absoluta de circulação que suplantasse seus adversários e lhe permitisse conforto econômico suficiente para não depender dos benefícios e vantagens oferecidas pela sua aproximação com a máquina pública estadual.

A volta de Barata ao poder, em 1955, e do “baratismo” com Moura Carvalho, quatro anos depois, permitiu ao jornal vencer suas constantes crises e sobreviver, mas sem nunca se estabelecer. Quando os militares deram o golpe, em 1964, os “baratistas” eram a representação política da corrupção, exteriorizada no contrabando e no jogo do bicho.

O novo capítulo da história do jornal O Liberal é escrito a partir de 1966, quando, sob os auspícios da ditadura militar, foi comprado pelo empresário Rômulo Maiorana, que o converteu em uma empresa jornalística, deixando de ser um jornal de partido, mas sem nunca deixar de manter certa aproximação com o poder estabelecido. Participou ativamente como porta-voz de várias lideranças políticas do Estado e sempre procurou preservar alguns privilégios que a referida aproximação com o poder lhe possibilitava.

Para fazer parte da equipe do jornal, Maiorana convidou o antigo *staff* que o ajudava na produção da coluna “Sempre aos Domingos”, na “Folha”. Eram Joaquim Antunes, Carlos Rocque, Hélio Gueiros, Newton Miranda, Mário Couto, João Seixas, Pierre Beltrand, Roberto Jares, Edwaldo Martins, Eládio Malato, Aldo Almeida, Regina Pesce e Odacyl Cattete, que estava iniciando no jornalismo, todos sob a coordenação de Helena Cardoso, formando sua Redação²⁹.

Foram chamados ao time, também, Eládio Malato, para secretariar o jornal, ele que estava praticamente rompido com o diretor de “A Província do Pará”, dos Diários Associados, Roberto Jares, além de Vera Castro, que produzia um programa de rádio sobre a sociedade de Belém, na Guajará, passando a escrever uma coluna social em O Liberal³⁰.

²⁹ “Odacyl de tal...”.

³⁰ “Odacyl de tal...”.

O jornal era um vespertino de oito páginas, que rodava em uma rotoplana, sendo composto por meio de seis linotipos, e tentava concorrer com a “Folha”, que circulava entre 3 e 4 horas da tarde. Para vender mais, Maiorana começou a colocar o jornal para circular mais cedo. “A primeira ordem para a Redação foi antecipar tanto quanto possível a hora de saída do jornal e compor, na véspera, algumas matérias, digamos, ‘frias’”³¹.

Sob o comando de Maiorana, O Liberal tornou-se, primeiramente, o porta-voz das classes produtoras, publicando editoriais e notícias em defesa do comércio lojista. Em função disso, a mística que envolvia o jornal enquanto político, de Barata e do PSD, aos poucos foi se desfazendo, atraindo publicidade do comércio local.

Cattete, em “Odacyl de tal...”, afirmou:

A ideia de Rômulo era transformar O Liberal em um grande jornal-empresa, sem vínculos políticos. Passou a dar muito valor ao veículo impresso ao ouvir uma verdade: “O jornal é do dono. O máximo que pode acontecer, é ser empastelado. Já a televisão e o rádio são concessões de serviço público, quem os dá, pode tomá-los de volta”.

Passou de vespertino a matutino para combater a “Folha do Norte”, toda-poderosa e com 70 anos de história, dona absoluta do mercado.

O faturamento do jornal não era alto, em função de ser um órgão partidário. Amedrontava os anunciantes.

Quando o PSD não era ou não estava no Governo, cliente havia que pagasse a publicidade, mas não queria vê-la publicada para evitar perseguição. Quando o PSD era Governo, sempre uma repartição era eleita para uma página redacional. Pagavam logo e Mário Couto era o responsável por esse trabalho. Com o dinheiro, eram pagos, então, o pessoal da Redação e das Oficinas. Assim, saía o salário (“Odacyl de tal...”).

Em 1972, com a adoção do sistema de impressão *offset*, o jornal foi gradativamente assumindo a hegemonia no segmento jornalístico do estado do Pará, principalmente depois da aquisição da “Folha”, em 1973, que manteve até 1982, quando surge seu principal concorrente, o Diário do Pará.

Neste período intensifica-se a crise da Ditadura Militar, com o agravamento da recessão econômica, o aumento das manifestações populares

³¹ “Odacyl de tal...”.

e um veemente processo de reorganização dos movimentos sociais que conseguem impor derrotas ao governo ditatorial. Como consequência deste processo, naquele ano são restabelecidas as eleições diretas para governador dos estados. No Pará, a disputa foi polarizada entre Jader Barbalho, candidato do PMDB, e Oziel Carneiro, candidato do PDS.

Foi justamente para neutralizar a candidatura de Oziel Carneiro, apoiado pelo jornal O Liberal, que Jader Barbalho resolveu criar o Diário do Pará, cujo primeiro número circulou em 22 de agosto de 1982. Neste sentido, segundo Pinto (2007), a trajetória do novo jornal é semelhante à do seu rival, pois nasceu como um jornal de partido, tendo como marca a legitimação de um projeto político liderado pelo PMDB, que almejava chegar ao poder com a bandeira da redemocratização e do combate à ditadura militar.

A concorrência entre O Liberal e Diário do Pará se reproduziu ao longo das mais diversas competições políticas pós-1982, colocando os dois jornais em campos opostos em vários momentos da vida política do Estado, travando uma renhida rivalidade comercial e editorial, que pode ser sintetizada pela necessidade de aproximação do poder, como forma de demonstração de sua força e liderança política e manutenção de privilégios e utilização pessoal da máquina pública.



Figura 14 – Primeira edição do jornal Diário do Pará.
Fonte: LEAL, 2007.

Na capa da primeira edição, lançada em um domingo, o Diário do Pará trazia a seguinte manchete:

“Presidente do TRE exige ELEIÇÃO

LIMPA” (FIGURA 14), em letras garrafais

(LEAL, 2007). E estampava, ainda, em um editorial intitulado “Nosso Propósito”, do qual seguem, abaixo, alguns trechos:

Está na rua, hoje, pela primeira vez o DIÁRIO DO PARÁ. Numa época em que grandes jornais, de grandes Estados, estão sendo obrigados a encerrar suas atividades porque não dispõem de condições para enfrentar as consequências do

total dismantelo das finanças nacionais, manipuladas por incompetentes ou comprometidos, parece e é uma temeridade o lançamento de um jornal, sem maiores recursos técnicos, em um Estado pobre como o nosso.

Não seria mais possível, entretanto, que importantes e numerosos segmentos da comunidade paraense ficassem marginalizados da vida pública regional pela absoluta impossibilidade de acesso aos restritos veículos de comunicação, tanto mais quantos estão engajados a esquemas de facção ou de elites privilegiadas. Há de se abrir um conduto para abrigar as legítimas e autênticas reivindicações e aspirações desses segmentos interditados e é por isso que o 'DIÁRIO DO PARÁ' surge hoje na vida paraense, resolutamente decidido a encampar a luta pelos interesses e direitos das classes menos favorecidas.

[...]

Chegamos para ficar. E para lutar. E para vencer. Sempre com o povo, pelo povo e para o povo (LEAL, 2007, p. 60-61).

Dizendo com todas as letras a que veio, o jornal ainda fez questão de colocar na capa a volta de Hélio Gueiros à imprensa, agora, no Diário, onde estreou sua coluna intitulada "Sem censura", numa referência ao obstáculo encontrado no seu antigo jornal, O Liberal, onde havia sido censurado.

Gueiros, na primeira edição do Diário, detalhou sua saída de O Liberal em matéria de página inteira. Polêmico, afirmou:

A verdade é que a página foi vetada porque *O Liberal* é hoje também veículo que só anda em mão única. Tanto o noticiário geral como os tópicos do 'Repórter 70' estão a serviço do PDS, que tem contrato de exclusividade.

A censura do 'Repórter 70' é bem antiga e o nome do Jader sempre foi excomungado. Jader não tinha condições de concorrer nem com algum personagem que, porventura, estivesse estraçalhando um cachorro-quente no Largo de Nazareth. Deixava-se de abrigar notícias sérias sobre assuntos sérios, para se dar guarida a bobices como a cor da camisa usada por alguém.

[...] Enquanto a censura era apenas ao 'Repórter 70', que é da responsabilidade do jornal, nunca reclamei nem me zanguei, embora muita gente estranhasse para mim a frivolidade e mesquinharia dos assuntos abordados, além do insuportável faccionismo político. Agora, meter o bedelho na minha página, para dizer o que devo ou não devo escrever, é coisa que não admito, até porque, para escrever só o que o Rômulo possa assinar, é um jugo que não dá, embora alguém possa pensar que em jornal só se escreve o que o dono do jornal quer.

[...] (LEAL, 2007, p. 62).

Tal desabafo deixa clara a rivalidade entre os dois órgãos, desde a fundação do Diário do Pará, que nasceu com 16 páginas, divididas igualmente

em dois cadernos. A rivalidade mencionada era política, pelos ataques desferidos pelo O Liberal a Jader Barbalho.

Nos primórdios, o jornal – e ele assumiu essa condição no primeiro editorial, onde o veículo expressa suas opiniões claramente – contava com uma Redação modesta, com pouca gente, e um sistema gráfico ultrapassado, mas, também, com “idealismo exacerbado, a coragem e a força de vontade para que Jader vencesse a eleição e o *Diário* continuasse a circular [...]” (LEAL, 2007, p. 33).

Laércio Barbalho, pai de Jader, assumiu a superintendência do jornal, com a experiência adquirida no antigo O Liberal baratista e a militância política no PSD como deputado, o que lhe proporcionava uma “ótica privilegiada para dirigir um jornal político-partidário estreante num momento de decisão eleitoral. E quando ainda se respirava no país o ar pesado da ditadura militar”, como lembra Leal (2007, p. 33).

Na história das eleições paraenses, a partir de 1982, o Diário do Pará obteve outras vitórias, como a de Hélio Gueiros ao governo do estado, em 1986, contra o sindicalista e bancário Carlos Levy, o senador João Menezes e o professor Hélio Dourado, apoiado pelo PT.

Do alto da cadeira de governador, Hélio Gueiros desentendeu-se com Jader, seu ex-aliado, gerando, nas eleições de 1990, posicionamentos pró e contra Jader por meio da mídia, pois, de um lado, Gueiros, ainda governador, apoiou Said Xerfan, então prefeito, para o governo. Este havia sido nomeado ao cargo municipal por Barbalho, em seu primeiro mandato, logo após havendo um desentendimento entre os dois. Do outro lado, Barbalho, tendo a seu favor o seu próprio grupo de comunicação – a RBA, emissora de televisão – e contra o grupo Liberal, capitaneado pela família Maiorana, “com seu aparato de ressentimentos acumulados contra Jader” (LEAL, 2007, p. 266).

Barbalho volta ao governo do estado em uma eleição disputadíssima, vencendo por uma diferença de menos de cinco mil votos, trazendo como vice o empresário Carlos Santos, que conduziu o estado por mais de um ano, desgastando o poder de Jader pela administração desastrosa.

Quatro anos depois, nova eleição, e Barbalho apoia o favorito Jarbas Passarinho, contra a candidatura de Almir Gabriel, apoiado por Hélio Gueiros, prefeito de Belém eleito em 1992, considerado uma “zebra”. Mas levou no

segundo turno, na esteira do sucesso do Plano Real, de Fernando Henrique Cardoso.

Nas eleições seguintes, foi a vez de Gabriel enfrentar Jader, seu ex-patrono, eleito senador, vencendo mais uma vez em função do bom governo no primeiro mandato.

Verifica-se na história dos dois jornais o embate permanente, que se torna ainda mais feroz em tempos de eleição. O jornalista Lúcio Flávio Pinto, editor do *Jornal Pessoal*, de linha editorial independente, que não recebe anúncios, que já trabalhou em O Liberal e hoje é réu em diversos processos judiciais movidos pela família Maiorana, resume bem a situação mais recente dos dois veículos, no “Dossiê Censura” do *Jornal Pessoal*, publicado na segunda quinzena de fevereiro de 2011:

[...] Nunca a guerra entre as duas famílias que dividem o controle das comunicações e do poder no Pará foi tão radical e violenta. Digladiando-se diariamente sem qualquer medida de valor, eles não percebem que o campo de batalha já não é exatamente o mesmo. A sociedade está cansada desses extremos, dos atos de força, do achincalhe, do desrespeito aos direitos fundamentais. E do discurso que só se sustenta no ataque e é falacioso quando na defesa.

Apesar da rivalidade estabelecida entre os veículos, em alguns momentos houve convergência de opiniões, como nas eleições de 2010, quando os veículos, por meio da divulgação de notícias acerca da campanha eleitoral ao governo do estado, deixaram claras suas intenções em não reconduzir ao cargo a então governadora Ana Júlia Carepa.

Ao contrário do que se percebe relativamente à mídia eletrônica, que promove a concentração das informações, aniquilando com o pluralismo, imprescindível à sociedade para que esta, por suas inferências, decida por si seus caminhos políticos e eleitorais, os veículos impressos que dominam o mercado no Pará apresentam-se polarizados, muitas vezes utilizando o mesmo dado com interpretações diferentes, enviesando a notícia a partir de seus interesses empresariais e políticos.

4 ELEIÇÕES MAJORITÁRIAS NA MÍDIA PARAENSE EM 2010 – PRIMEIRO TURNO – O CENÁRIO ELEITORAL DO PERÍODO NO ESTADO DO PARÁ

Após o encerramento das convenções eleitorais dos partidos, bem como das inscrições das chapas majoritárias e proporcionais para a campanha de 2010, o Pará teve definido seu cenário eleitoral, com cinco chapas para o governo do estado, encabeçadas pelo Partido dos Trabalhadores (PT), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU).

Já no dia primeiro do mês de julho, após divulgação das candidaturas, os jornais em estudo – O Liberal (FIGURA 15) e Diário do Pará (FIGURA 16) – trouxeram informações relevantes de capa, que definiam claramente os grupos políticos aos quais se manteriam alinhados.



Figura 15 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n.º. 32.887, de 1.º de julho de 2010.

Fonte: Portal ORM

No jornal O Liberal é dado destaque para o número de partidos que fazem parte da coligação da candidata Ana Júlia, do PT, à reeleição, que ganha a referência de “supercoligação”. Aborda, ainda, nas duas manchetes ressaltadas, a situação do Democratas (DEM) e de sua representante paraense, Valéria Pires Franco, ex-vice-governadora de Simão Jatene, deixando clara a exclusão do DEM dos planos do PSDB, partido de Jatene, porém com possibilidades de aliar-se ao PT. Vale observar que o PMDB, de

Domingos Juvenil, não é citado nas chamadas, bem como o PSOL e o PSTU, de Fernando Carneiro e Cléber Rabelo.



Figura 16 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.491, de 1º de julho de 2010.

Fonte: Diário online

O Diário do Pará, por sua vez, aborda a mesma notícia de maneira bastante diversa ao usar o discurso do candidato Jatene em uma de suas manchetes – “Jatene bate forte no PT” –, ressaltando seu “ataque” e críticas à gestão da candidata do Partido dos Trabalhadores e minimizando as questões que envolvem o PMDB, partido de Jader Barbalho, da família proprietária do veículo de comunicação.

4.1 CENÁRIO POLÍTICO DO PRIMEIRO TURNO: CANDIDATOS, PARTIDOS E COLIGAÇÕES – AS ESCOLHAS DOS GRANDES PARTIDOS E SEUS APOIOS

No processo eleitoral de 2010, o PT, de Ana Júlia Carepa, formou a maior coligação estadual, sob a denominação de “Frente Popular Acelera Pará”, com 14 partidos (PRB / PP / PDT / PT / PTB / PTN / PSC / PR / PHS / PTC / PSB / PV / PC do B / PT do B), obtendo, também, maior tempo de propaganda política no rádio e na televisão. O então vice-prefeito de Belém, Anivaldo Vale, do PP, era o candidato a vice-governador, tendo, para o Senado, o nome de Paulo Rocha, então deputado federal pelo PT, envolvido nas questões relativas à aplicação ou não da nova Lei de iniciativa popular, chamada “Ficha Limpa”.

Na oposição, o PSDB era linha de frente. Sob o comando do ex-governador Simão Jatene, reuniu sete partidos na coligação “Juntos com o povo” (PPS / DEM / PSDC / PRTB / PMN / PRP / PSDB). Teve como vice Helenilson Pontes, do PPS, e a indicação de Flexa Ribeiro, do PSDB, para a reeleição ao senado.

O PMDB trouxe ao cenário eleitoral, sem coligação com outros partidos, o nome de Domingos Juvenil – que ocupava a presidência da Assembléia Legislativa do Pará e manteve o cargo durante a campanha – para a disputa pelo governo, ao lado de Hildegardo Nunes, como vice, sendo Jader Barbalho candidato ao senado federal, também imbricado na Lei da “Ficha Limpa”. Nestas eleições o PMDB contou com o apoio do ex-governador Almir Gabriel, então do PSDB, que teve suas relações com o partido arranhadas em função da eleição anterior, vencida por Ana Júlia Carepa.

O PSOL, representado por Fernando Carneiro, e o PSTU, à frente Cleber Rabelo, apresentaram menor densidade eleitoral, em um panorama estadual que se mostrava propício à candidatura de Dilma Rousseff, do PT, à presidência da república, que teve lugar garantido em dois palanques distintos no Pará – o de seu próprio partido e o do PMDB, de Jader Barbalho.

De acordo com o TSE – Tribunal Superior Eleitoral, o Pará contava, naquela eleição, com 4.763.456 eleitores, dos quais 78,8% (3.754.672) compareceram às urnas, depositando 3.517.559 (93,7%) dos votos válidos, contra 136.764 (3,6%) nulos e 100.349 (2,7%) brancos.

Ao final do primeiro turno foi confirmada nova disputa, em segundo turno, entre Simão Jatene (PSDB), que terminou com 48,9% dos votos válidos (1.720.631 votos) e Ana Júlia (PT), que obteve 36,05% de aceitação eleitoral (1.267.981 votos). O candidato do PMDB, Domingos Juvenil, angariou 10,8% (380.331) dos votos, Fernando Carneiro (PSOL) 3,04% (107.102 votos) e Cleber Rabelo (PSTU) 1,2% dos votos nesta eleição (41.514). No segundo turno, Jatene foi eleito governador do Pará com 55,7% dos votos (1.860.799), derrotando Ana Júlia, que obteve apenas 44,3% (1.477.609).

Relativamente ao Senado Federal, o Pará viveu momentos de suspense, em função da validade – ou não –, para aquelas eleições, da Lei da “Ficha Limpa”, aprovada após a mobilização de milhões de brasileiros.

Esse resultado movimentou o noticiário estadual, pois dois dos candidatos a senador – Jader Barbalho e Paulo Rocha – pelo Pará poderiam ser impedidos de participar da eleição. O Liberal e o Diário do Pará, como demonstrado no próximo item, obviamente estabeleceram franco confronto na divulgação das informações relativas a essa característica da eleição de 2010.

4.2 A LEI COMPLEMENTAR Nº. 135/2010 – A LEI DA “FICHA LIMPA” E AS ELEIÇÕES DOS SENADORES PARAENSES

O Brasil pode considerar, politicamente, o dia 04 de junho de 2010 como um marco para a democracia e da luta contra a impunidade e a corrupção no país. O presidente Luís Inácio Lula da Silva promulgou a Lei Complementar nº. 135/2010, batizada popularmente de Lei da “Ficha Limpa”, que traz em sua ementa a seguinte descrição:

Altera a Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990, que estabelece, de acordo com o § 9º do art. 14 da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação e determina outras providências, para incluir hipóteses de inelegibilidade que visam a proteger a probidade administrativa e a moralidade no exercício do mandato (BRASIL, 2010).

De acordo com a norma, são inelegíveis os que tiverem condenação definitiva ou de órgão colegiado, nos seguintes casos:

- **Ocupantes de cargos eletivos:**
- Cassados por violação à Constituição Estadual ou Lei Orgânica dos Municípios;
- Que tiverem suas contas recusadas;
- Que desfizerem união conjugal ou estável para descaracterizar situação de inelegibilidade;
- Que renunciaram para não serem cassados;
- Ocupantes de cargos na administração pública condenados por abuso de poder econômico ou político;
- Oficiais excluídos das forças armadas;
- Profissionais excluídos da categoria por falha ético-profissional;
- Magistrados e membros do MP aposentados compulsoriamente;
- Quem teve os direitos políticos suspensos por improbidade;
- Demitidos do serviço público em processo administrativo;
- Condenados por fazer doações eleitorais ilegais.
- **Condenados:**
- Por crime contra a economia popular, a fé pública, a administração e o patrimônio públicos;

- Por crime contra o patrimônio privado, o sistema financeiro, o mercado de capitais e por violação à Lei de Falências;
- Por crime contra o meio ambiente e a saúde pública;
- Por crime eleitoral punido com pena de prisão;
- Por abuso de autoridade;
- Por lavagem de dinheiro, tráfico de droga, racismo, tortura e crimes hediondos;
- Por trabalho escravo;
- Por crime contra a vida e a dignidade sexual;
- Por organização criminosa, quadrilha ou bando (grifos nossos).

Um mês depois da aprovação da Lei, a campanha eleitoral teria início para as eleições de outubro. A dúvida, então, era: a Lei já será aplicada a este pleito? A questão não só dividiu opiniões, país afora, como atravessou as eleições e o final do ano de 2010, sendo decidida apenas em março de 2011. E o resultado, definido pelo TSE? A regra, que impede políticos condenados por órgãos colegiados de disputar cargos eletivos, só poderia ser aplicada nas eleições seguintes, em 2012, visando à preservação de um dos pilares da democracia, a segurança jurídica brasileira, tudo de acordo com o que prevê a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 16: “A lei que alterar o processo eleitoral entrará em vigor na data de sua publicação, **não se aplicando à eleição que ocorra até um ano da data de sua vigência**” (BRASIL, 1988) (grifos nossos).

Mas, enquanto a situação não se definia por meio de Parecer do TSE, os Tribunais Regionais Eleitorais (TRE) decidiam sobre a aplicação da referida Lei, em quais casos retroagiria e se poderia retroagir, influenciando na impugnação ou não de candidaturas.

Assim ocorreu no Pará, onde Jader Barbalho³² (PMDB) e Paulo Rocha³³ (PT) foram considerados “Fichas Sujas”, tendo os registros de suas candidaturas impugnados, o que não fez com que deixassem de lado a campanha.

Nos maiores jornais do Pará, as informações se confrontavam e, até, divergiam nas interpretações dos fatos, de acordo com o alinhamento de cada

³² Barbalho renunciou ao mandato de Senador, em 2001, para escapar de um processo de cassação por suspeita de desvio de recursos do Banpará e da Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (Sudam).

³³ Em 2005, envolvido nas denúncias do escândalo conhecido por “mensalão”, renunciou ao mandato de Deputado Federal pelo PT, quando era líder do partido na Câmara dos Deputados.

um, conforme ilustram as Figuras 17 e 18, relativas às capas de O Liberal e do Diário do Pará do dia 30 de setembro de 2010, e as Figuras 19 e 20, referentes às matérias anunciadas nas capas daqueles jornais, no mesmo dia.



Figura 17 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.978, de 30 de setembro de 2010.

Fonte: O Liberal Digital



Figura 18 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.582, de 30 de setembro de 2010.

Fonte: Diário online



Figura 19 – Capa do Caderno “Poder”, do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.978, de 30 de setembro de 2010.

Fonte: O Liberal Digital

Jader e Rocha continuam candidatos ao Senado

Supremo extingue processo de Roriz e julgamento da Lei da Ficha Limpa fica invalidado

LUIZA MELLO
De Brasília, DF

O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu extinguir o processo em que o ex-governador do Distrito Federal, Joaquim Roriz (PSC), questionava a chamada Lei da Ficha Limpa. Na sessão plenária realizada na tarde de ontem, a maioria dos ministros entendeu que, após a desistência de Roriz de candidatar-se ao governo do DF, a ação perdeu o objeto.

Na prática, a decisão significa que o julgamento realizado na semana passada pelo STF - interrompido com o empate por 5 a 5 -, fica inválido, e que a corte não tem posição definida sobre a Lei da Ficha Limpa.

No entendimento de juristas que participaram da sessão plenária, a candidatura de políticos que foram impugnados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) continua valendo até que haja uma decisão final por parte



Jader Barbalho, candidato do PMDB



Paulo Rocha, candidato do PT

do STF, a corte máxima do Judiciário brasileiro. O STF só voltará a se manifestar sobre a Lei da Ficha Limpa quando um novo recurso chegar à corte, o que só deve ocorrer depois das eleições.

A decisão do Supremo foi tomada tendo em vista a desistência de Roriz em manter o recurso. Na semana passa-

da, temendo que a corte aprovasse a Lei da Ficha Limpa, ele abriu mão da candidatura ao governo em favor de sua mulher, Wesliam Roriz.

O Pso, partido que havia iniciado o processo contra Roriz, entregou uma petição ao Supremo pedindo que o julgamento prosseguisse, uma vez que a matéria teve repercussão geral reconhe-

cida (valeria para todos os casos). Mas ontem, a posição do Pso foi vencida. Quatro ministros - Carlos Ayres Brito, relator do processo, Ricardo Lewandowski, Carmen Lúcia e Joaquim Barbosa - votaram pela extinção apenas do recurso extraordinário ajuizado por Roriz.

Os outros seis magistrados - José Antonio Dias Toffoli, Gilmar Mendes, Ellen Gracie, Marco Aurélio Mello, Celso de Mello e Cezar Peluso - consideraram que, além do recurso, todo o processo envolvendo Roriz no TSE e no Tribunal Regional Eleitoral do DF estão extintos.

OBJETO

O presidente do STF, ministro Cesar Peluso, afirmou: "O objeto do processo é o pedido ou a pretensão. O que tínhamos era a pretensão ao registro de uma candidatura". Segundo o ministro, desaparecida a pretensão de registro, desaparece também o objeto de processo.

Ao mesmo tempo, o STF manteve o entendimento de que um novo caso terá repercussão geral reconhecida. Isso significa que, quando um novo recurso contra o ficha limpa chegar ao Supremo, a decisão valerá para todos os políticos afetados pela lei.

Figura 20 – Página 3 do Caderno "A" (Cidades) do Jornal Diário do Pará. Edição nº. 9.582, de 30 de setembro de 2010.

Fonte: Diário online

Fica clara, portanto, a defesa de cada um dos órgãos de imprensa, por seus interesses políticos, visto que a mesma notícia possui dupla interpretação. No dia seguinte, 1º de outubro, antevéspera da eleição, a duplicidade da informação se mantém, como se observa nas Figuras 21 e 22.

Basta um documento com foto para votar domingo

Exigência de título de eleitor e documento com foto para votar é derrubada no Supremo Tribunal Federal. O ministro Gilmar Mendes nega ter conversado com José Serra durante a sessão. A ação contra a obrigatoriedade de dois documentos foi interposta pelo PT. Poder, 3.

Validade dos votos de 14 'fichas sujas' dependerá de decisão do STF

"Fichas sujas" do Pará (Jader Barbalho - PMDB - à frente) só terão os votos validados se conseguirem o deferimento do registro, em recurso no Supremo Tribunal Federal, até a diplomação dos eleitos, no dia 17 de dezembro. Até lá, os votos não serão totalizados. Poder, 1 e 2.



Figura 21 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n°. 32.979, de 1º de outubro de 2010.

Fonte: O Liberal Digital

ELEIÇÕES 2010

JADER E ROCHA SÃO CANDIDATOS

Recurso ao STF garante Jader Barbalho e Paulo Rocha, candidatos do PMDB e PT, respectivamente, na disputa ao Senado. Votação de ambos será computada normalmente. PT declara voto a Jader. +A3



Figura 22 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n°. 9.583, de 1º de outubro de 2010.

Fonte: Diário online

Dois dias depois chegava a hora de o eleitor comparecer às urnas. Era um domingo, 3 de outubro, valendo lembrar que a tiragem dos exemplares de domingo sempre está disponível aos compradores e aos assinantes por volta das 16 horas do sábado. Ou seja, no dia imediatamente anterior à eleição, talvez ainda fosse possível influenciar os eleitores.

Em sua capa, O Liberal trouxe uma afirmativa categórica de Cláudio Abramo, Diretor Executivo da ONG Transparência Brasil: “Jader, se eleito, não pode assumir”. Ainda parte da chamada de capa, a explicação para a assertiva:

“porque ele não poderia nem ter recebido o registro eleitoral” (FIGURA 23). Apelo a mudanças nos “rumos do País” e mais informações sobre os potenciais alvos da Lei da “Ficha Limpa” também compõem o cenário eleitoral segundo o referido jornal.



Figura 23 – Capa do Jornal O Liberal. Edição n.º. 32.981, de 3 de outubro de 2010.

Fonte: O Liberal Digital

O Diário do Pará, por sua vez, limita-se a publicar, no mesmo espaço, uma charge com dados da Pesquisa UFPA-Veritate para o governo e para o senado, afirmando, textualmente, que “na corrida ao Senado, Jader Barbalho lidera com folga. Flexa Ribeiro e Paulo Rocha disputam a segunda vaga”. Já não aborda a questão da Lei da “Ficha Limpa” e, além disso, ao referir-se aos concorrentes de Barbalho, inclui o nome de Flexa Ribeiro antes de Rocha, clarificando seus interesses pela eleição do primeiro (FIGURA 24).



Pesquisa realizada pela Universidade Federal do Pará e Veritate indica vitória de Simão Jatene (PSDB) no 1º turno. Na corrida ao Senado, Jader Barbalho lidera com folga. Flexa Ribeiro e Paulo Rocha disputam segunda vaga. **A12**

Figura 24 – Capa do Jornal Diário do Pará. Edição n.º. 9.585, de 3 de outubro de 2010.

Fonte: Diário online

No decorrer de toda a celeuma em torno da aplicabilidade ou não da Lei da “Ficha Limpa”, Barbalho e Rocha interpuseram diversos recursos com o objetivo de manter válidas suas candidaturas.

Sem definição quanto ao assunto, depois de apuradas as urnas, os votos destinados a Jader Barbalho e a Paulo Rocha ficaram “pendentes”, ou seja, não apareceram nos resultados, por dependerem, os candidatos, de julgamento de seus recursos.

Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), as candidaturas dos representantes do PMDB e do PT estavam *Indeferidas com recurso*, que significa:

Candidato julgado não regular, por não terem sido atendidas todas as condições necessárias para obtenção do registro da candidatura. Interposto recurso, este se encontra ainda pendente de julgamento pela Instância Superior.

Sem terem seus votos considerados, Barbalho e Rocha abriram espaço para a eleição de Flexa Ribeiro, com 1.817.644, sendo o mais votado, e Marinor, do PSOL, com 727.583 votos nominais, que assumiram seus cargos em 1º de janeiro de 2011.

O voto do magistrado Luiz Fux, do Supremo Tribunal Federal, a última instância do judiciário brasileiro, encerrou o impasse sobre a “Ficha Limpa” em 23 de março de 2011, decidindo que os políticos que haviam sido barrados pela imposição da Lei poderiam tomar posse e a norma só poderia ser aplicada a partir das eleições de 2012.

Divulgados os votos nominais, Barbalho foi considerado eleito, com 1.799.762 votos – soube-se, nesse momento, que não foi o candidato ao senado mais votado, o que pode indicar a influência da mídia nesse processo de perda de votos, pela massificação da informação, principalmente por parte de O Liberal, de que Barbalho seria inelegível –, passando a ocupar a segunda vaga, antes atribuída a Marinor.

Paulo Rocha continua sem o número de votos nominais no site do TSE, apesar de considerado apto ao certame, por seu registro ainda estar “indeferido com recurso”³⁴.

³⁴ Candidato julgado não regular, por não terem sido atendidas todas as condições necessárias para obtenção do registro da candidatura. Interposto recurso, este se encontra ainda pendente de julgamento pela Instância Superior.

5 ATORES, INTERESSES E CONFLITOS NA ELEIÇÃO DE 2010

Para estabelecer o grau de comprometimento dos dois maiores jornais do Pará na campanha eleitoral de 2010, procurou-se medir, por meio da análise das notícias divulgadas sobre os candidatos, a ocorrência ou não de estratégias de favorecimento a eles, a partir do tratamento dado na divulgação de fatos e eventos que pudessem influenciar a opinião pública. Para isso, utilizou-se como metodologia preferencial a proposta estabelecida pelo Doxa/luperj, que procura, no conteúdo discursivo das notícias, fazer inferências qualitativas, aplicando-se critérios de valência positiva, negativa ou neutra.

De posse do material coletado estabeleceu-se uma comparação entre as informações veiculadas nos dois jornais e se a manifestação de preferência podia ser claramente percebida na forma como elas eram oferecidas ao eleitor.

Foram examinados os cargos majoritários (governador e senador). Utilizaram-se como material investigativo as edições dos dois jornais no período compreendido do dia 1º de julho a 03 de outubro de 2010, faixa temporal que coincide com a campanha eleitoral. Analisaram-se as matérias publicadas não apenas nos cadernos destinados à política de ambos os jornais (“Poder”, em O Liberal, e “Eleições”, caderno especial do Diário do Pará, veiculado a partir do dia 16 de agosto), mas, também, as informações de capa e aquelas veiculadas nos cadernos voltados às notícias locais (“Atualidades”, em O Liberal, e “Caderno Cidades” – ou “Caderno A” –, no Diário do Pará).

Como já informado, foram desprezadas as matérias que se limitavam a divulgar a agenda de campanha dos candidatos, bem como aquelas voltadas à resolução de problemas sociais específicos e as entrevistas do tipo “ping-pong”, por ressaltarem a própria opinião dos candidatos.

A análise empírica debruçou-se sobre os universos de 1.074 notícias para o cargo de governador, sendo 450 de O Liberal e 624 do Diário do Pará, e 395 para o cargo de senador, das quais 185 publicadas por O Liberal e 210 pelo Diário do Pará, totalizando 1.469 notícias, conforme Tabela 1.

TABELA 1 – Universo de notícias analisadas nos Jornais O Liberal e Diário do Pará, de 1º de julho a 3 de outubro

GOVERNADOR	TOTAL GERAL DE NOTÍCIAS POR JORNAL		TOTAL DOS DOIS JORNAIS
	O LIBERAL	DIÁRIO DO PARÁ	
JATENE	105	140	245
ANA	132	171	303
JUVENIL	78	122	200
FERNANDO	72	101	173
CLEBER	63	90	153
TOTAL POR JORNAL	450	624	1.074
SENADOR	TOTAL GERAL DE NOTÍCIAS POR JORNAL		TOTAL DOS DOIS JORNAIS
	O LIBERAL	DIÁRIO DO PARÁ	
JADER	80	72	152
PAULO ROCHA	66	64	130
FLEXA RIBEIRO	28	55	83
MARINOR	11	19	30
TOTAL POR JORNAL	185	210	395

Fonte: Dados coletados pela autora – 2011-2012

Essas informações, traduzidas graficamente, em números absolutos, assim seriam representadas, aparecendo, inicialmente, os candidatos ao senado e, posteriormente, os concorrentes ao governo do estado do Pará (Gráfico 1):

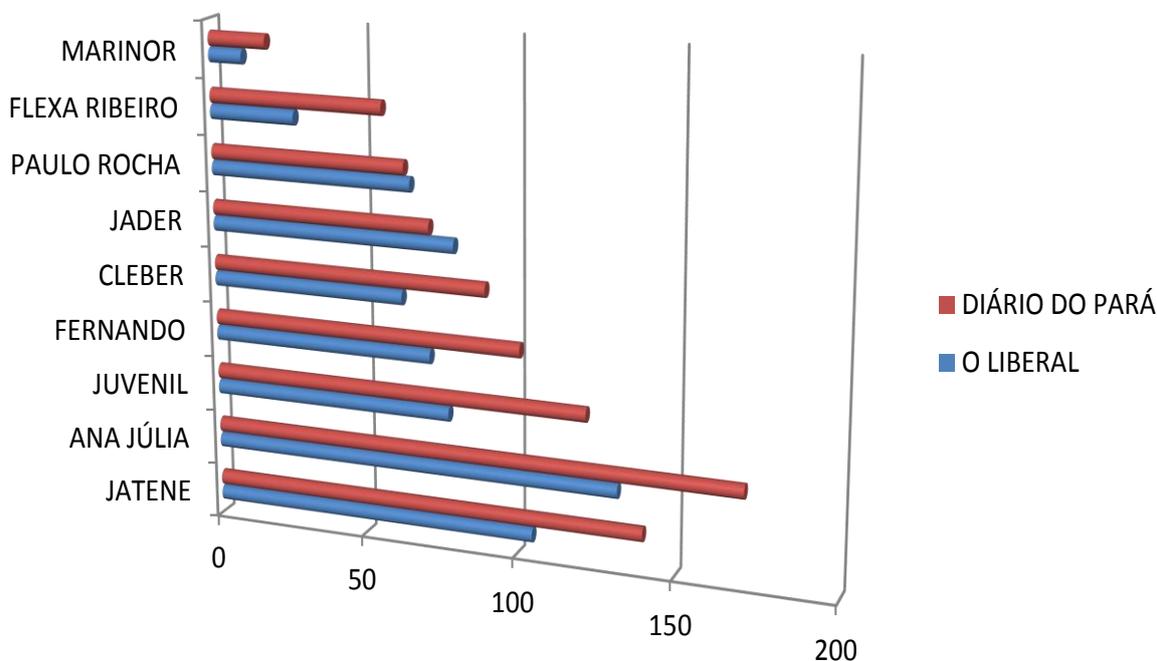


GRÁFICO 1 – Universo de notícias analisadas nos jornais O Liberal e Diário do Pará, no período de 1º de julho a 3 de outubro.

Fonte: Dados coletados pela autora, 2011-2012³⁵.

³⁵ Todos os dados disponíveis nos gráficos do presente trabalho foram coletados pela autora, responsável, também, pela confecção das representações gráficas aqui utilizadas.

Ao primeiro olhar já é fácil perceber que o maior número de notícias foi dedicado à Ana Júlia, pelos dois veículos, sendo que o Diário do Pará publicou 171 notícias sobre a candidata, que era candidata à reeleição, naquele momento submetendo seu governo à avaliação popular, estando numa espécie de vitrine, alvo de todos os olhares.

Entre os candidatos ao senado, Jader Barbalho foi o mais citado na totalização dos números dos dois jornais, com 152 menções, das quais 80 de O Liberal (sendo que nenhuma delas foi positiva) e 72 do Diário do Pará. Esse quadro desenhou-se em função de Barbalho correr o risco de ser enquadrado na Lei da Ficha Limpa, ficando em evidência nos dois jornais, a cada nova decisão do Poder Judiciário em relação ao assunto.

Para que as valências positiva, negativa ou neutra sejam visualizadas, far-se-á uma abordagem geral sobre o posicionamento de cada veículo no período pesquisado para, em seguida, por meio da desagregação dos dados, proceder uma avaliação por quinzena do alinhamento dos jornais, iniciando pelo cargo de governador.

5.1 O COMPORTAMENTO DOS VEÍCULOS NA CAMPANHA PARA O GOVERNO DO ESTADO

A pesquisa procedida nas edições dos jornais O Liberal e Diário do Pará ao longo dos três meses que antecederam as eleições de outubro de 2010 possibilitou a visualização de variados dados e seus cruzamentos.

Quantitativamente, por meio das valências utilizadas, o maior destaque observado, tanto do jornal O Liberal quanto do Diário do Pará, se estabeleceu na disputa entre Ana Júlia Carepa e Simão Jatene que, juntos, concentraram mais da metade das notícias divulgadas. Os outros candidatos tiveram proporcionalmente menor espaço dedicado à divulgação de informações que poderiam influenciar na opinião do eleitorado, como mostra a Tabela 2.

TABELA 2 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo do estado segundo valência e veículo de comunicação

GOVERNADOR	O LIBERAL								DIÁRIO DO PARÁ								
	POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRAS		TOTAL		POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRAS		TOTAL		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
JATENE	52	50	14	13	39	37	105	100	41	29	24	17	75	54	140	100	
ANA	25	19	67	51	40	30	132	100	15	8,8	90	53	66	39	171	100	
JUVENIL	11	14	13	17	54	69	78	100	39	32	7	5,7	76	62	122	100	
FERNANDO	27	38	3	4,2	42	58	72	100	14	14	0	0	87	86	101	100	
CLEBER	13	21	9	14	41	65	63	100	5	5,5	0	0	85	94	90	100	
TOTAL							450	100	TOTAL							624	100

FONTE: Jornais O Liberal e Diário do Pará – edições de 1º de julho a 3 de outubro de 2010³⁶.

Em relação à divulgação das informações pelos dois jornais, percebe-se claramente a tentativa de influenciar na opinião do leitorado. Com base nos dados verificou-se que o Jornal o Liberal ofereceu seu apoio ao candidato ao governo pelo PSDB, Simão Jatene, com 49,5% de notícias positivas das 105 publicadas no período, assim como o Diário do Pará, que apostou na candidatura do tucano, contra a de Ana Júlia, que recebeu do jornal apenas 8,8% de notícias positivas e 52,6% de notícias negativas, das 171 em que foi mencionada.

Essa análise fica bastante visível ao se observar o Gráfico 2, que demonstra, ainda, a quantidade de notícias negativas atribuídas à Ana Júlia pelo jornal O Liberal, 50,7%, contra somente 18,9% positivas das 132 publicadas. Esse cenário demonstra o interesse dos veículos em influenciar negativamente a opinião do eleitorado relativamente à candidatura do PT ao governo do estado, visto que sua candidata foi açoitada, levando à rejeição observada, posteriormente, nas urnas.

³⁶ Todos os dados disponíveis nas tabelas do presente trabalho foram coletados pela autora.

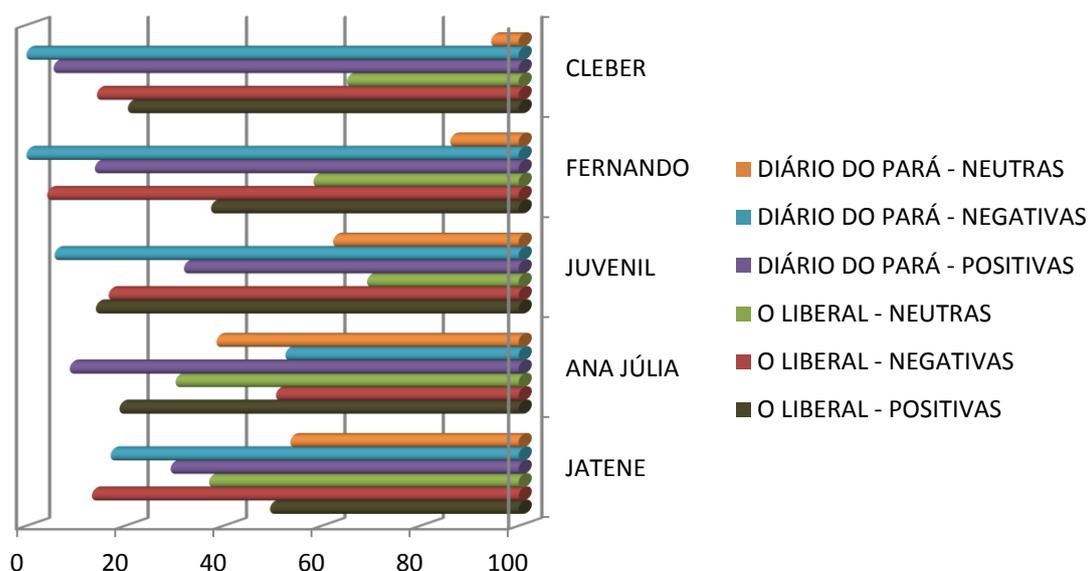


GRÁFICO 2 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo do estado segundo valência e veículo de comunicação.
 FONTE: Jornais O Liberal e Diário do Pará – edições de 1º de julho a 3 de outubro de 2010.

5.2 AS NOTÍCIAS NOS CADERNOS DE POLÍTICA: GOVERNO DO ESTADO

Dos cadernos analisados, por exemplo, ficou clara a massificação das notícias em “Poder”, de O Liberal, e “Eleições”, do Diário do Pará, que circulou somente a partir do dia 16 de agosto daquele ano.

Por meio da desagregação dos dados, conseguiu-se demonstrar, de acordo com as valências apuradas, o interesse político dos dois grupos rivais detentores do oligopólio da imprensa no Pará, um alinhado ao candidato do PSDB – O Liberal; outro ao candidato do PT – Diário do Pará; e ambos contra a reeleição da governadora do estado, Ana Júlia Carepa, do PT (Tabela 3).

TABELA 3 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência e cadernos “Poder” e “Eleições”

GOVERNADOR	“PODER” – O LIBERAL								“ELEIÇÕES” – DIÁRIO DO PARÁ										
	POS		NEG		NEU		TOTAL		POS		NEG		NEU		TOTAL				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
JATENE	45	50	13	14	32	36	90	100	24	31	13	17	40	52	77	100			
ANA	24	21	55	49	34	30	113	100	9	12	36	49	29	39	74	100			
JUVENIL	10	15	8	12	48	73	66	100	24	35	3	4,4	41	60	68	100			
FERNANDO	28	44	1	1,6	35	55	64	100	12	19	0	0	50	81	62	100			
CLEBER	13	22	7	12	38	66	58	100	3	5,3	0	0	54	95	57	100			
TOTAL								391	100	TOTAL								338	100

FONTE: Jornais O Liberal e Diário do Pará – edições de 1º de julho a 3 de outubro de 2010.

Nota-se facilmente a relação de poder da mídia sobre a política a partir da análise dos dados dispostos no Gráfico 3, a seguir. Jatene, candidato do PSDB, reiteradamente defendido pelo jornal O Liberal, com vistas a sua manutenção à frente do governo do estado, recebeu, no caderno “Poder”, 90 citações, das quais 50% positivas.

Por outro lado, Ana Júlia, do PT, foi citada mais vezes, 113, mas, inversamente, obteve apenas 21,2% de avaliações positivas, contra 48,7% negativas. Os demais candidatos foram noticiados, em média, 62 vezes. Fernando Carneiro, do PSOL, foi o melhor avaliado depois de Jatene, com referências positivas em 43,7% das 64 notícias sobre ele publicadas.

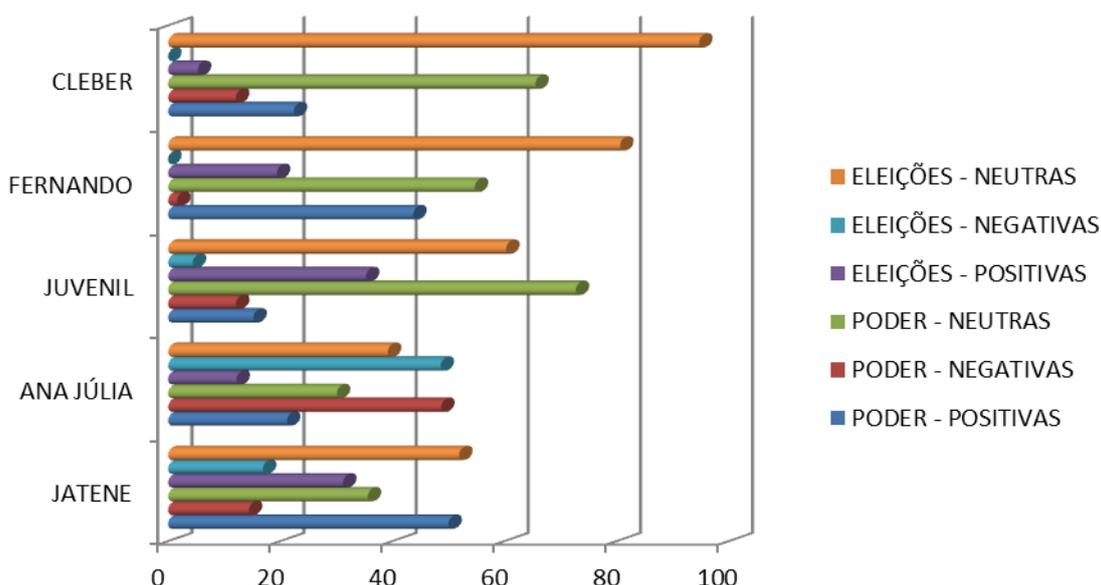


GRÁFICO 3 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência e cadernos “Poder” e “Eleições”.

FONTE: Jornais O Liberal e Diário do Pará – edições de 1º de julho a 3 de outubro de 2010.

Chama a atenção, ainda, no Gráfico 3, o fato de O Liberal não se voltar contra Juvenil, candidato do PMDB e do Diário do Pará, o que se explica pela inexpressividade do referido candidato naquela eleição. Das 66 notícias em que foi citado, apenas 12,1% foram negativas (índice menor que o de Jatene, que recebeu 14,4% de notícias negativas, e igual ao de Cleber Rabelo, do PSTU. Fernando Carneiro ficou somente com 1,6% de negatividade) e, surpreendentemente, 72,7% de notícias neutras, superando os demais candidatos nesse quesito.

Em relação ao caderno “Eleições”, do Diário do Pará, Juvenil, seu candidato de preferência, foi, obviamente, o melhor avaliado, com 35,3% de notícias positivas de um total de 68 em que foi lembrado – o maior índice de positividade entre todos os concorrentes. Depois dele, Jatene, com 31,2% de notícias a favor das 77 publicadas.

Ana Júlia não fugiu à regra imposta pelos dois veículos em relação a sua candidatura e emplacou 48,6% de notícias negativas das 74 citações. Carneiro e Rabelo, durante toda a campanha veiculada no Diário, no caderno em questão, não foram citados negativamente. Mas, as notícias neutras sobre eles chegaram a 80,6% e 94,7%, respectivamente, superando, em muito, os demais candidatos. Mais uma amostra da falta de expressividade de candidaturas que não fariam diferença na apuração final da eleição, que se encontrava polarizada entre os candidatos do PSDB e do PT.

5.3 COMPORTAMENTO DOS VEÍCULOS: UMA ANÁLISE QUINZENAL PARA O GOVERNO DO ESTADO

Ao desagregarmos ainda mais os dados coletados, percebe-se a força dos veículos na medida em que a eleição se aproxima, quando aumenta o número de notícias sobre os concorrentes.

5.3.1 A primeira quinzena de julho: governo do estado

O caderno “Atualidades”, nesse início de campanha, não foi utilizado por O Liberal para abordar questões políticas. A capa de O Liberal, “vitrine” de qualquer veículo impresso, deu uma notícia negativa a Jatene (o que representa 100%, visto que o candidato não foi citado, nessa quinzena, negativamente nos demais cadernos); três (33,3%) a Ana Júlia, do total de nove, incluindo as seis (66,7%) do caderno “Poder”, e uma a Juvenil, do total de duas.

Nenhum dos cadernos abordou a candidata do PT positivamente, assim como Juvenil, do PMDB, sendo, na verdade, as notícias positivas exclusividade de Jatene naquele período, com duas notícias no caderno “Poder”, representando 50% das informações publicadas sobre o candidato.

Vejamos como se comportaram os jornais durante a primeira quinzena do mês de julho, por meio das informações disponíveis na Tabela 4.

TABELA 4 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de julho

GOVERNADOR	O LIBERAL – JULHO – PRIMEIRA QUINZENA															TOTAL									
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL															
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU													
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%										
JATENE	0	0	1	100	1	50	0	0	0	0	0	0	2	100	0	0	1	50	2	100	1	100	2	100	5
ANA	0	0	3	33,3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	66,7	6	100	0	100	9	100	6	100	15
JUVENIL	0	0	1	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	0	100	2	100	0	100	2
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL															22										

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

Ao todo, O Liberal veiculou, em 15 dias, 22 notícias, sem mencionar, em qualquer delas, os nomes de Fernando Carneiro e Cleber Rabelo, também por não representarem possibilidade de efetiva oposição à candidatura de Jatene, como demonstra cabalmente o Gráfico 4.

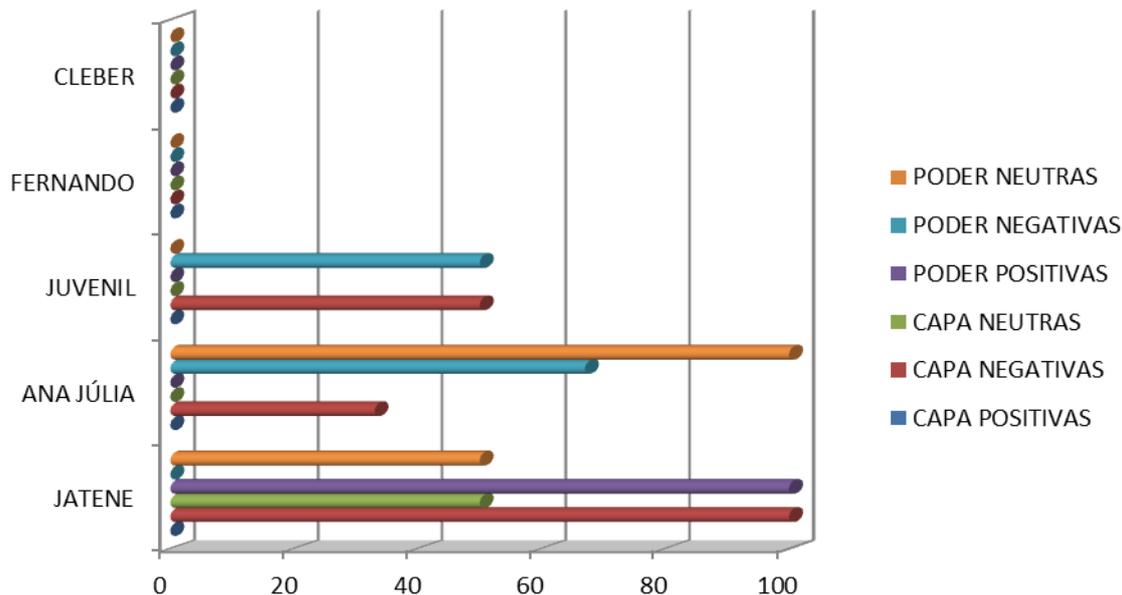


GRÁFICO 4 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e no caderno “Poder” – primeira quinzena de julho.
 FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

O comportamento do Diário do Pará se mostra diferente de seu concorrente já na primeira quinzena de julho, pois utiliza o caderno “Cidades”

para as notícias políticas, antes de lançar um caderno exclusivo, denominado “Eleições”, para tratar do tema, como demonstra a Tabela 5.

TABELA 5 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ – JULHO – PRIMEIRA QUINZENA																	TOTAL	
	CAPA						CIDADES						TOTAL PARCIAL						
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F		
JATENE	1	50	0	0	0	0	1	50	3	100	5	100	2	100	3	100	5	100	10
ANA	0	0	2	18,2	0	0	1	100	9	81,8	6	100	1	100	11	100	6	100	18
JUVENIL	0	0	0	0	1	16,7	2	100	2	100	5	83,3	2	100	2	100	6	100	10
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	100	0	100	0	100	3	100	3
CLEBER	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	3	100	1	100	0	100	3	100	4
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																			45

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

Na capa, apenas uma notícia positiva para Jatene, das duas ao longo do período, representando 50%; duas negativas sobre Ana Júlia, das 11 publicadas, totalizando 18,2%; e uma notícia neutra (16,7%) sobre o seu próprio candidato, Juvenil, das seis que lhe couberam no período em análise.

Já o caderno “Cidades” atribuiu 16 notícias a Ana Júlia, sendo uma positiva, a única dessa linha do tempo (100%), nove negativas (81,8%) e seis neutras (100%), demonstrando, desde cedo, as intenções do veículo para com a candidata do PT.

Nesse mesmo caderno Jatene foi citado nove vezes, sendo uma positivamente (50% do total de notícias positivas); três negativamente (100% no período) e cinco de maneira neutra (também 100%). Fernando Carneiro recebeu três notícias neutras, assim como Cleber Rabelo, que ainda foi citado pelo jornal, positivamente, uma vez (Gráfico 5).

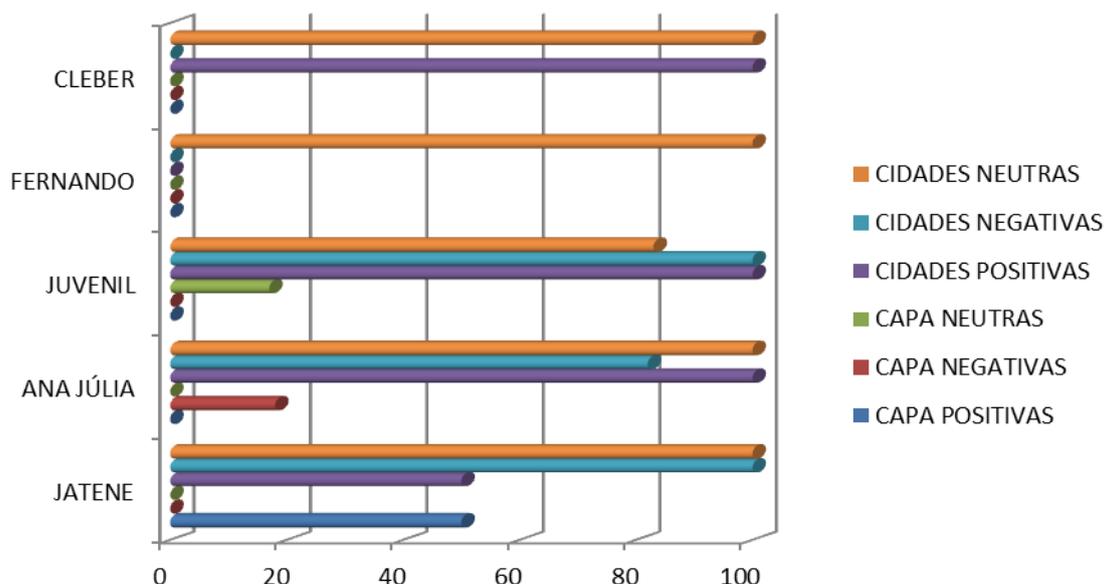


GRÁFICO 5 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de julho.
 FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

5.3.2 A segunda quinzena de julho: governo do estado

Na segunda quinzena do mês de julho O Liberal refere-se, na capa, apenas a Ana Júlia, com uma menção negativa e outra neutra. Mais uma vez o caderno “Atualidades” fica alheio à disputa eleitoral, assim como silente se mantém este segmento do jornal acerca dos candidatos do PSOL e do PSTU, Fernando Carneiro e Cleber Rabelo (Tabela 6).

TABELA 6 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – segunda quinzena de julho

GOVERNADOR	O LIBERAL – JULHO – SEGUNDA QUINZENA																		TOTAL						
	CAPA						ATUALIDADES						PODER							TOTAL PARCIAL					
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU			POS		NEG		NEU	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%	F	%	F	%
JATENE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	100	0	100	1	100	1
ANA	0	0	1	14,3	1	25	0	0	0	0	0	0	0	0	6	85,7	3	75	0	100	7	100	4	100	11
JUVENIL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	100	0	100	1	100	1
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																		13							

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

Durante os últimos 15 dias de julho, Jatene é mencionado uma vez, apenas, no caderno “Poder”, de forma neutra, ocorrendo o mesmo com Juvenil.

Quando se trata da candidata Ana Júlia, o panorama difere naquele caderno. São seis notícias negativas, representando 85,7% do total de sete notícias negativas veiculadas no período, e três, das quatro neutras, totalizando 75%. Nenhum dos candidatos é mencionado positivamente, visualização possível a partir da observação do Gráfico 6.

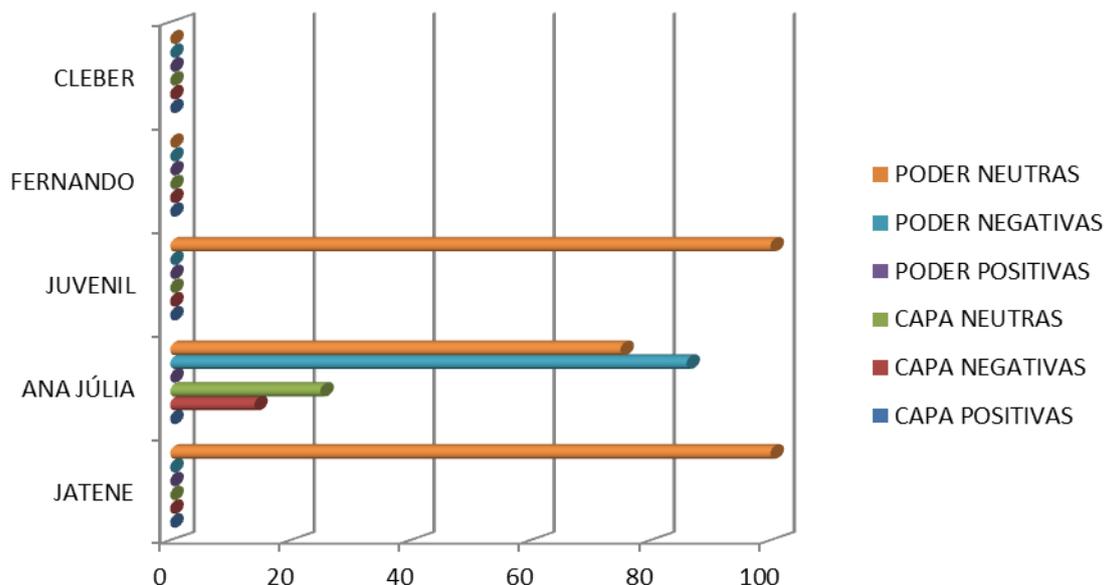


GRÁFICO 6 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e no caderno “Poder” – segunda quinzena de julho.
 FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

A partir da segunda quinzena de julho, o Diário do Pará intensifica o massacre à candidatura de Ana Júlia. A petista recebe 18 notícias negativas, sendo três na capa (16,7%) – nenhum dos demais candidatos foi citado nesse espaço editorial – e 15 no caderno “Cidades” (83,3%). Apesar disso, atribui três notícias positivas à então governadora e sete neutras (Tabela 7).

TABELA 7 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ JULHO – SEGUNDA QUINZENA																		TOTAL
	CAPA						CIDADES						TOTAL PARCIAL						
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
JATENE	0	0	0	0	0	0	5	100	3	100	11	100	5	100	3	100	11	100	19
ANA	0	0	3	16,7	0	0	3	100	15	83,3	7	100	3	100	18	100	7	100	28
JUVENIL	0	0	0	0	0	0	5	100	1	100	10	100	5	100	1	100	10	100	16
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	13	100	1	100	0	100	13	100	14
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	100	0	100	0	100	12	100	12
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																			89

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 15 a 31 de julho de 2010.

Juvenil continua sendo favorecido pelas notícias positivas e/ou neutras a ele atribuídas. Nesse período foram cinco positivas (100%) e 10 neutras (100%) no caderno “Cidades”, recebendo apenas uma notícia negativa no mesmo espaço (também totalizando 100%). Jatene, na esteira do prejuízo que o veículo pretende causar à candidatura de Ana Júlia, beneficia-se com cinco notícias positivas e 11 neutras no caderno “Cidades”, ambas totalizando 100% no período, como demonstra o Gráfico 7.

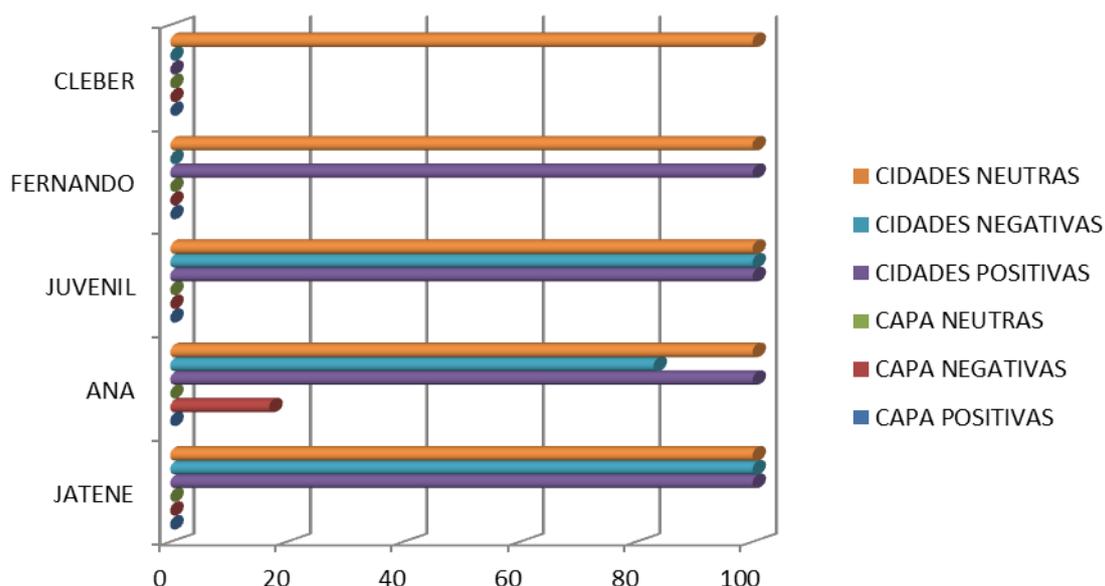


GRÁFICO 7 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho.
 FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

5.3.3 A primeira quinzena de agosto: governo do estado

Na primeira quinzena do mês de agosto, O Liberal continua a dedicar sua capa a assuntos diversos, que não as eleições daquele ano. Apenas Ana Júlia e Cleber Rabelo recebem citações neutras – duas para ela, representando 40% das neutras no período, e uma para ele, totalizando 25% das quatro neutras. Jatene emplaca apenas cinco notícias, todas no caderno “Poder”, sendo uma positiva, uma negativa e três neutras (Tabela 8).

TABELA 8 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de agosto

GOVERNADOR	O LIBERAL – AGOSTO – PRIMEIRA QUINZENA															TOTAL								
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL														
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU												
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%									
JATENE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	1	100	3	100	1	100	1	100	3	100	5
ANA	0	0	0	0	2	40	0	0	0	0	0	0	0	5	100	3	60	0	100	5	100	5	100	10
JUVENIL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	1	100	1	100	0	100	1	100	2
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	3	100	1	100	0	100	3	100	4
CLEBER	0	0	0	0	1	25	0	0	0	0	0	0	0	1	25	3	75	0	100	1	100	4	100	5
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																26								

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

As notícias neutras no caderno “Poder” foram as mais representativas do período, contrastando somente com as cinco negativas atribuídas a Ana Júlia, como se pode verificar no Gráfico 8, que dispõe os dados em números absolutos.

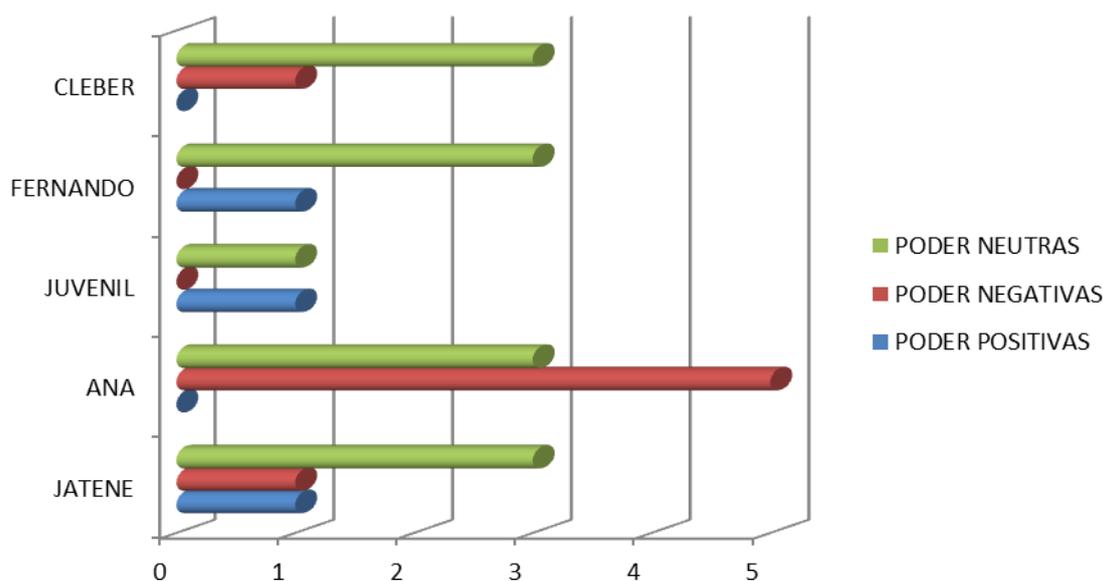


GRÁFICO 8 – Quantidade de notícias neutras por candidato ao governo no caderno “Poder”, de O Liberal, em números absolutos – primeira quinzena de agosto.
 FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

O Diário do Pará, no mesmo período, destinou sua capa à Ana Júlia, com duas notícias negativas (12,5%) e duas neutras (13,3%). No caderno “Cidades”, a petista recebeu 14 notícias negativas, uma representação percentual de 87,5% das 16 notícias negativas sobre ela divulgadas (Tabela 9).

TABELA 9 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ – AGOSTO – PRIMEIRA QUINZENA																			TOTAL
	CAPA						CIDADES						TOTAL							
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
JATENE	0	0	0	0	1	7,1	7	100	0	0	13	92,9	7	100	0	100	14	100	21	
ANA	0	0	2	12,5	2	13,3	1	100	14	87,5	13	86,7	1	100	16	100	15	100	32	
JUVENIL	0	0	0	0	0	0	5	100	0	0	12	100	5	100	0	100	12	100	17	
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	2	100	0	0	15	100	2	100	0	100	15	100	17	
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	100	0	100	0	100	15	100	15	
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																			102	

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

Fácil notar, ainda, o posicionamento voltado mais à neutralidade relativamente a Jatene (13 – 92,9% – notícias neutras no caderno “Cidades” e uma – 7,1% – na capa), apesar de dedicar a ele sete notícias positivas no caderno “Cidades” durante o período em análise, como demonstra o Gráfico 9, que traz, também, 15 notícias neutras sobre os candidatos do PSOL e do PSTU.

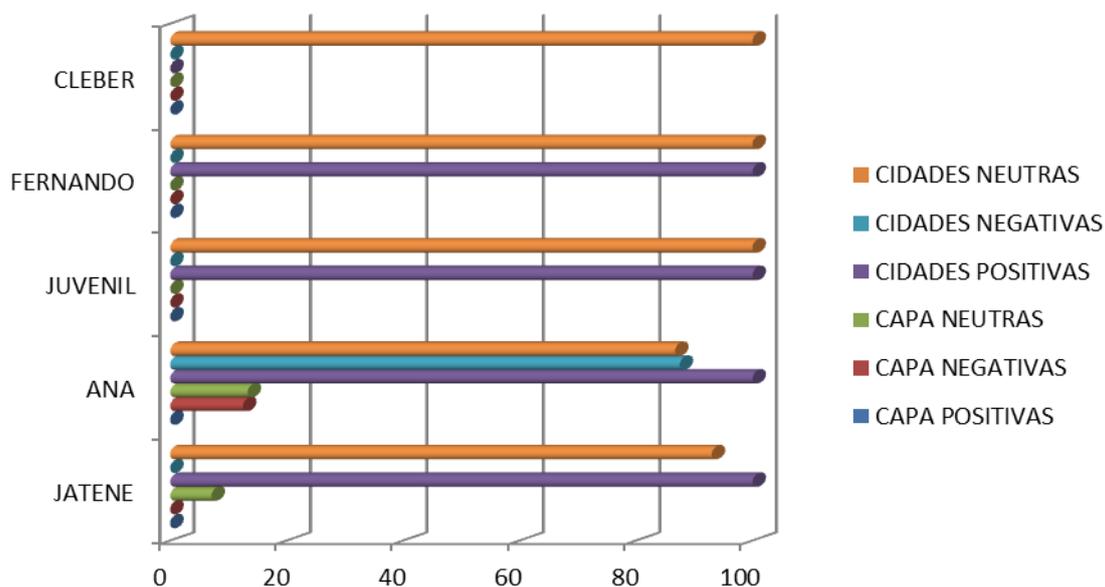


GRÁFICO 9 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

5.3.4 A segunda quinzena de agosto: governo do estado

Na medida em que a eleição se aproxima, os jornais tornam-se mais agressivos na quantidade de matérias publicadas, bem como na parcialidade manifestada.

O Liberal, por exemplo, na segunda quinzena de agosto, dedica apenas uma notícia negativa ao seu candidato de preferência, Jatene, no caderno “Poder”; nove neutras, sendo 2 (22,2%) na capa e sete (77,8%) no “Poder” e 14 positivas, das quais, duas (14,3%) na capa e 12 (85,7%) em seu caderno específico de assuntos políticos.

O maior número de notícias negativas cabe a Ana Júlia, 13 no total, dispostas na capa (23,1%) e no “Poder” (76,9%), como se pode observar por meio da Tabela 10.

TABELA 10 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – segunda quinzena de agosto

GOVERNADOR	O LIBERAL – AGOSTO – SEGUNDA QUINZENA																TOTAL										
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL																	
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU															
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%											
JATENE	2	14,3	0	0	2	22,2	0	0	0	0	0	0	0	0	12	85,7	1	100	7	77,8	14	100	1	100	9	100	24
ANA	0	0	3	23,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	100	10	76,9	5	100	7	100	13	100	5	100	25
JUVENIL	1	50	1	33,3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50	2	66,7	16	100	2	100	3	100	16	100	21
FERNANDO	0	0	1	50	2	28,6	0	0	0	0	0	0	0	0	11	100	1	50	5	71,4	11	100	2	100	7	100	20
CLEBER	0	0	1	33,3	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0	7	100	2	66,6	9	90	7	100	3	100	10	100	20
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																110											

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 15 a 31 de agosto de 2010.

Nas 17 edições de O Liberal, nesse período, constata-se que os inexpressivos Fernando Carneiro e Cleber Rabelo recebem 11 e 7 notícias positivas, respectivamente, no mesmo caderno, “Poder”. E, apesar de declaradamente contra a campanha de Ana Júlia, a petista ainda alcança sete menções positivas nessa quinzena (Gráfico 10).

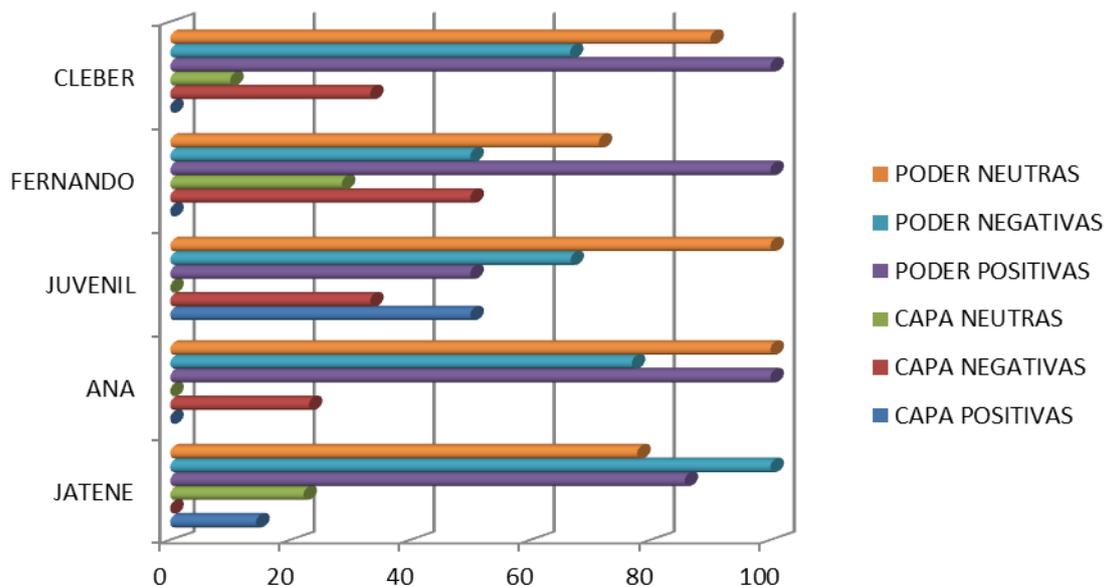


GRÁFICO 10 – Quantidade de notícias por candidato ao governo no caderno “Poder” e na capa de O Liberal – segunda quinzena de agosto.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 15 a 31 de agosto de 2010.

O Diário do Pará lançou, em 16 de agosto de 2010, um caderno especial, denominado “Eleições”, para abordar o pleito daquele ano. Mas isso não fez com que o veículo deixasse de utilizar o caderno “Cidades” para algumas notícias políticas, mesmo que esporádicas.

Na capa, Jatene, Ana Júlia, Juvenil e Fernando foram mencionados. Cada um, duas vezes, de forma neutra e Ana Júlia recebeu uma notícia negativa. No caderno “Eleições” esse número se amplia: a candidata à reeleição foi brindada com 11 citações negativas, representando, no período, um índice de 84,6% diante das 13 notícias, no total, com a mesma valência (Tabela 11).

TABELA 11 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de agosto

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ – AGOSTO – SEGUNDA QUINZENA																		TOTAL						
	CAPA			CIDADES						ELEIÇÕES						TOTAL									
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU													
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%											
JATENE	0	0	0	2	11,8	0	0	1	20	1	5,9	9	100	4	80	14	82,3	9	100	5	100	17	100	31	
ANA	0	0	1	7,7	2	11,8	0	0	1	7,7	1	5,9	1	100	11	84,6	14	82,3	1	100	13	100	17	100	31
JUVENIL	0	0	0	0	2	11,1	1	9,1	0	0	2	11,1	10	90,9	0	0	14	77,8	11	100	0	100	18	100	29
FERNANDO	0	0	0	0	2	13,3	1	8,3	0	0	1	6,7	11	91,7	0	0	12	80	12	100	0	100	15	100	27
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	20	100	1	100	0	100	20	100	21
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																		139							

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 31 de agosto de 2010.

Ana e Jatene foram mencionados pelo jornal exatas 31 vezes. Mas o tucano obteve índice de negatividade menor – apenas 5 notícias, representando 16,1%. Dessas, 80% foram disponibilizadas no caderno “Eleições”.

Juvenil e Fernando Carneiro são os candidatos com maiores citações positivas (11 e 12 em números absolutos) e Cleber Rabelo dominou a quantidade de notícias neutras, 20, todas essas publicadas no “Eleições”, de acordo com o Gráfico 11.

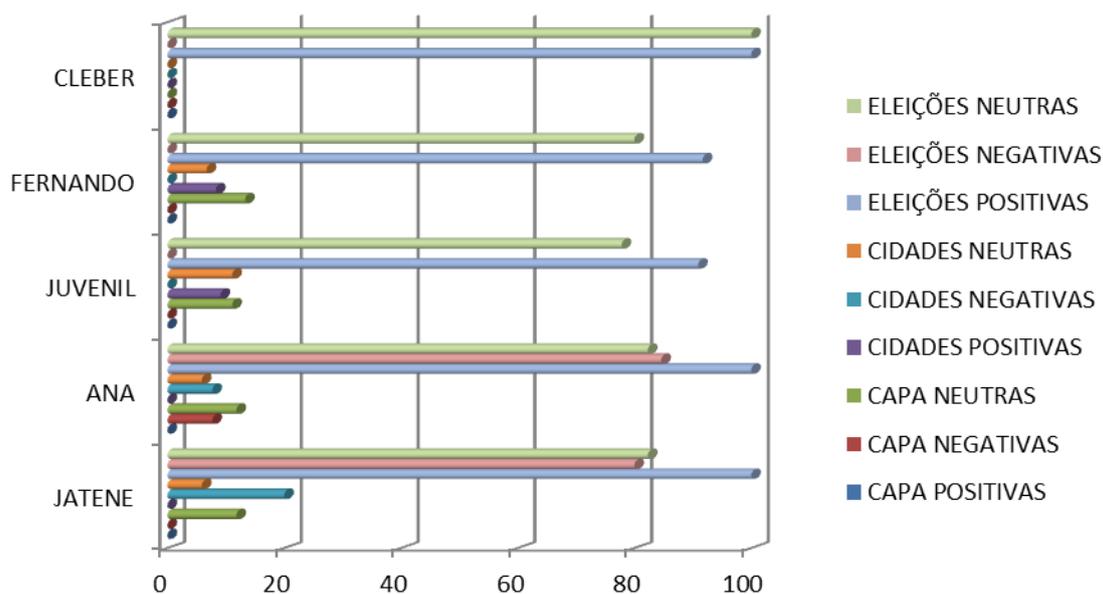


GRÁFICO 11 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de agosto.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 31 de agosto de 2010.

5.3.5 A primeira quinzena de setembro: governo do estado

Faltando pouco mais de um mês para que os votos fossem depositados nas urnas, O Liberal mantém a média de notícias sobre Ana Júlia (33), e surpreende ao atribuir a ela 10 notícias positivas (90,9%) no caderno “Poder” e uma na capa (9,1%), na primeira quinzena de setembro. Jatene recebeu 13 notícias positivas, todas no caderno “Poder” (Tabela 12).

TABELA 12 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de setembro

GOVERNADOR	O LIBERAL – SETEMBRO – PRIMEIRA QUINZENA																													
	CAPA						ATUALIDADES						PODER						TOTAL PARCIAL			TOTAL								
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS	NEG	NEU									
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F		%							
JATENE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	100	5	100		11	100	13	100	5	100	11	100
ANA	1	9,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	90,9	14	100	8	100	11	100	14	100	8	100	33
JUVENIL	0	0	1	100	2	11,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	100	0	0	16	88,9	3	100	1	100	18	100	22
FERNANDO	0	0	0	0	1	7,7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	100	0	0	12	92,3	6	100	0	100	13	100	19
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	100	4	100	9	100	3	100	4	100	9	100	16
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																				119										

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

Outro dado que chama a atenção é a quantidade de notícias neutras atribuídas a todos os candidatos, numa tentativa do jornal de manter a aparente imparcialidade pregada pelos meios de comunicação.

Por ordem de citação na tabela acima, Jatene aparece com 11 menções que inferem neutralidade; Ana Júlia, oito; Juvenil é o mais agraciado, com 18 citações neutras; Fernando arrebata 13 e Cleber nove, uma notícia a mais que a candidata do PT, conforme demonstrado no Gráfico 12, em números absolutos.

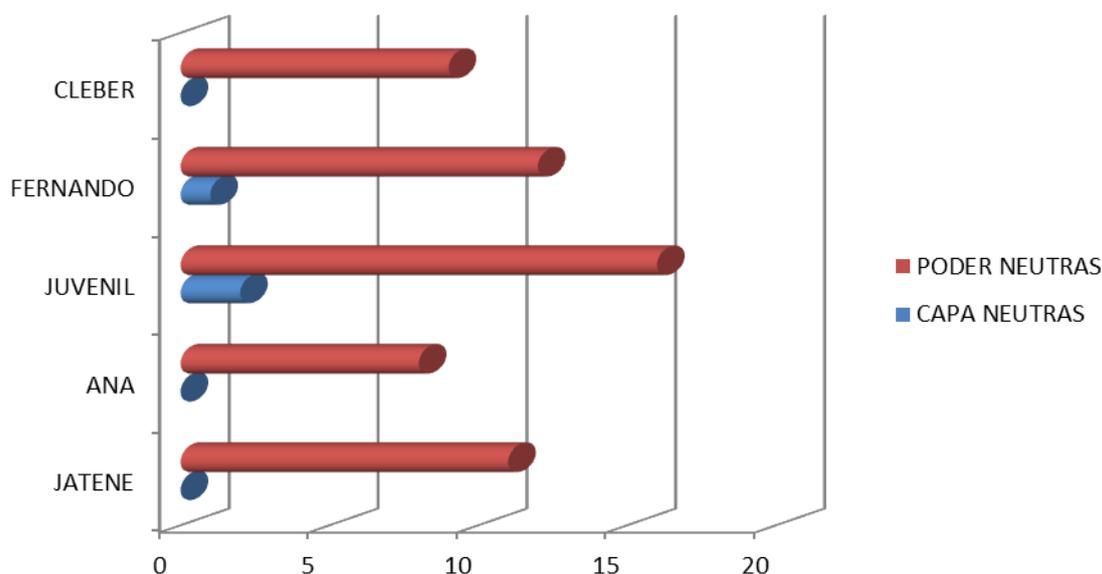


GRÁFICO 12 – Quantidade de notícias neutras por candidato ao governo no caderno “Poder” e na capa de O Liberal, em números absolutos – primeira quinzena de setembro.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

O Diário do Pará publicou, no período ora analisado, sete notícias a menos que seu concorrente. Jatene foi o mais citado, 31 vezes, aparecendo na capa uma vez de maneira negativa (14,3%) e outra neutra (7,1%). Positivamente recebeu 10 citações, das quais, 90% no caderno “Eleições”, sendo o candidato com maior número de notícias com essa valência.

Fernando Carneiro liderou a quantidade de notícias neutras na primeira quinzena de setembro, no Diário do Pará. Foram 21 citações, das quais 95,2% no caderno “Eleições” (Tabela 13).

TABELA 13 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ – SETEMBRO – PRIMEIRA QUINZENA																		TOTAL						
	CAPA			CIDADES			ELEIÇÕES			TOTAL			TOTAL												
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU		TOTAL											
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%													
JATENE	0	0	1	14,3	1	7,1	1	10	1	14,3	2	14,3	9	90	5	71,4	11	78,6	10	100	7	100	14	100	31
ANA	1	33,3	0	0	1	12,5	0	0	3	27,3	1	12,5	2	66,7	8	72,7	6	75	3	100	11	100	8	100	21
JUVENIL	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	5	100	1	50	16	100	5	100	2	100	16	100	23
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4,8	0	0	0	0	20	95,2	0	100	0	100	21	100	21
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	15	100	1	100	0	100	15	100	16
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																		112							

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

Das 112 notícias publicadas sobre os candidatos nesta quinzena, Ana Júlia foi citada 21 vezes. E as notícias negativas dominaram – 11 (52,4%) no total –, assim distribuídas: três no caderno “Cidades” (27,3%) e oito no “Eleições” (72,7%).

Carneiro e Rabelo não apareceram negativamente, mas Juvenil, apesar de ser o candidato de preferência do jornal, foi alvo de duas notícias negativas (Gráfico 13).

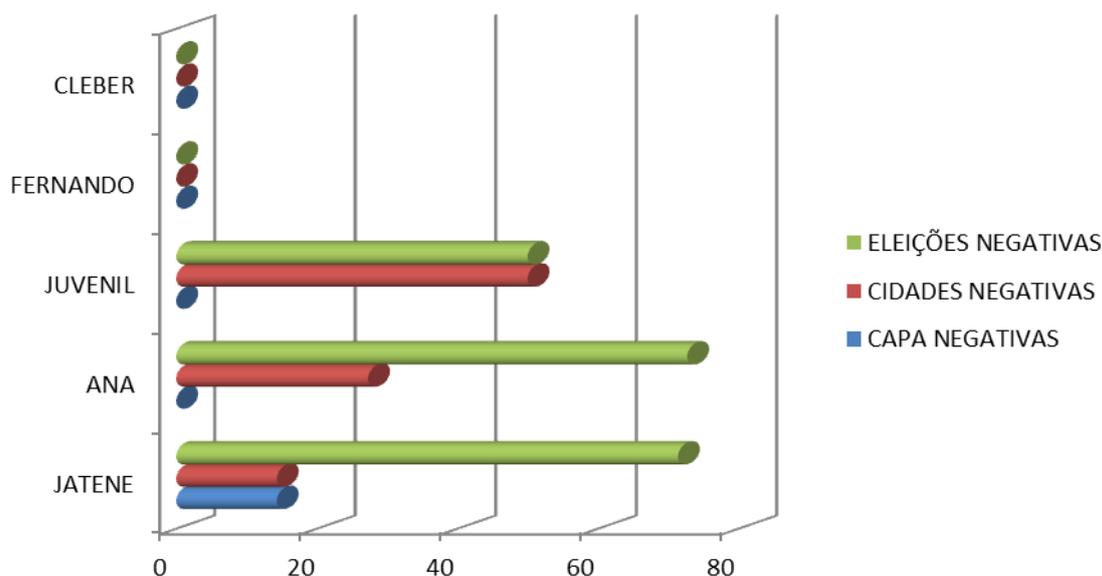


GRÁFICO 13 – Quantidade de matérias negativas publicadas por candidato ao governo na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro.
 FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

5.3.6 A segunda quinzena de setembro: governo do estado

A última quinzena de setembro faz com que O Liberal amplie o número de notícias sobre os concorrentes ao governo do estado. Divulga 146 informações, das quais 38 (26%) dedicadas ao seu candidato de preferência, Simão Jatene. Apenas ele e Fernando Carneiro são citados positivamente na capa nesse período, enquanto que o jornal dedica o mesmo espaço à candidata Ana Júlia para mencioná-la negativamente duas vezes (12,5%). O caderno “Atualidades” é usado nesta quinzena, com uma citação positiva a Jatene (5,3%) e uma negativa para cada um dos demais candidatos, como se pode observar por meio da Tabela 14.

TABELA 14 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – segunda quinzena de setembro

GOVERNADOR	O LIBERAL – SETEMBRO – SEGUNDA QUINZENA																TOTAL								
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL															
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU													
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%									
JATENE	2	10,5	0	0	4	30,8	1	5,3	0	0	0	0	16	84,2	6	100	9	69,2	19	100	6	100	13	100	38
ANA	0	0	2	12,5	3	25	0	0	1	6,2	0	0	7	100	13	81,2	9	75	7	100	16	100	12	100	35
JUVENIL	0	0	1	16,7	2	12,5	0	0	1	16,7	0	0	4	100	4	66,7	14	87,5	4	100	6	100	16	100	26
FERNANDO	1	11,1	0	0	2	12,5	0	0	1	100	0	0	8	88,9	0	0	14	87,5	9	100	1	100	16	100	26
CLEBER	0	0	0	0	1	5,9	0	0	1	100	0	0	3	100	0	0	16	94,1	3	100	1	100	17	100	21
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																146									

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

Já no caderno “Poder”, dedicado à política, Jatene é referenciado positivamente 16 vezes (84,2%), mais que o dobro de sua principal oponente, Ana Júlia, agraciada com sete menções positivas – as únicas em todos os cadernos no decorrer do período em análise, totalizando 100% –, e com 82,6% de citações com essa valência em relação à soma dos demais candidatos (23 notícias positivas), de acordo com o que demonstra, em números absolutos, o Gráfico 14.

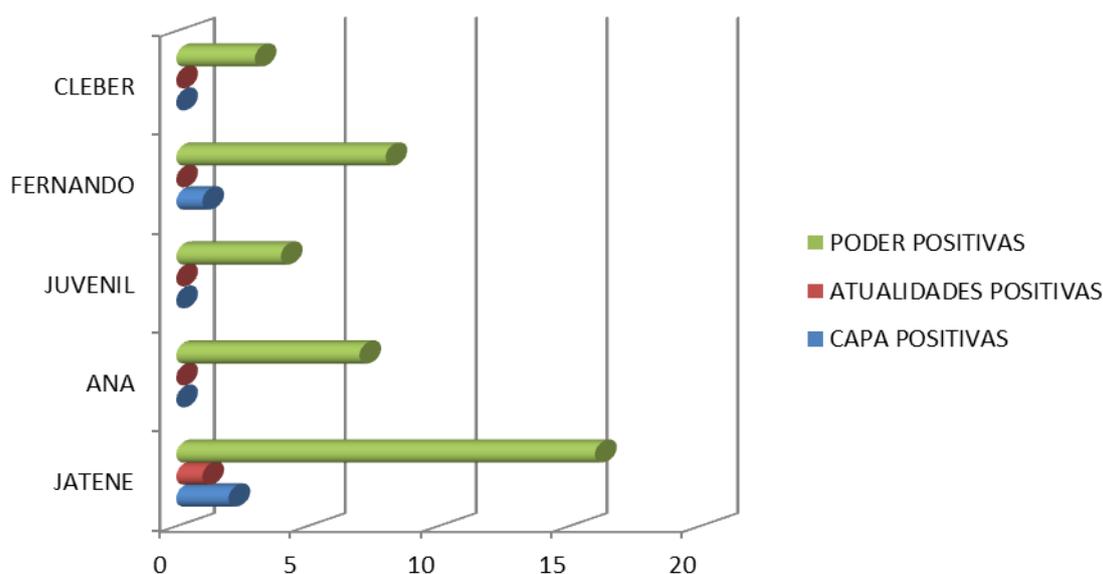


GRÁFICO 14 – Quantidade de notícias positivas por candidato ao governo nos cadernos “Atualidades” e “Poder” e na capa de O Liberal, em números absolutos – segunda quinzena de setembro.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

O Diário do Pará se comportou de forma mais modesta no final do mês de setembro, usando suas páginas para a divulgação de 97 notícias relativamente a todos os candidatos.

Na capa ganharam espaço Juvenil, com uma notícia positiva (10%), e Jatene e Ana Júlia cada um com uma notícia neutra, representando 7,1% e 10% respectivamente.

O caderno “Cidades” foi palco para as únicas notícias positivas que couberam a Fernando Carneiro e a Cleber Rabelo no período, representando 100% delas para cada um. Juvenil também foi citado positivamente uma vez nesse caderno (10%), com mais uma menção negativa (100%) e outra neutra (10%). Ana Júlia e Jatene foram lembrados de formas negativa (37,5% e 40%,

respectivamente) e neutra (20% e 7,1%, respectivamente). Os dois candidatos receberam a mesma quantidade total de inferências na segunda quinzena, com 24 citações a eles, sendo que Jatene teve o maior número de notícias neutras, 14, contra 10 de Ana Júlia que, por sua vez, recebeu seis notícias positivas contra cinco de Jatene (Tabela 15).

TABELA 15 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de setembro

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ – SETEMBRO – SEGUNDA QUINZENA															TOTAL									
	CAPA			CIDADES						ELEIÇÕES							TOTAL								
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU										
	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %										
JATENE	0	0	0	1	7,1	0	0	0	2	40	1	7,1	5	100	3	60	13	98,8	5	100	5	100	14	100	24
ANA	0	0	0	0	1	10	0	0	3	37,5	2	20	6	100	5	62,5	7	70	6	100	8	100	10	100	24
JUVENIL	1	10	0	0	0	0	1	10	1	100	1	10	8	80	0	0	9	90	10	100	1	100	10	100	11
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	2	11,1	0	0	0	0	16	88,9	1	100	0	100	18	100	19
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	1	5,5	0	0	0	17	94,4	1	100	0	100	18	100	19
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO															97										

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

O caderno “Eleições” traz 91,75% das notícias analisadas nesse período, com altos índices de neutralidade atribuídos a todos os candidatos. Jatene obteve 98,8%; Ana Júlia, 70%; Juvenil, 90%; Fernando, 88,9% e Cleber 94,4% de notícias neutras, sendo este o destaque o caderno em questão.

As notícias negativas nesse caderno só atingiram os candidatos que polarizaram a eleição daquele ano, Jatene e Ana Júlia, ele obtendo um percentual de 12,5% do total de notícias publicadas no período e ela de 20,8%, tudo de acordo com o demonstrado no Gráfico 15.

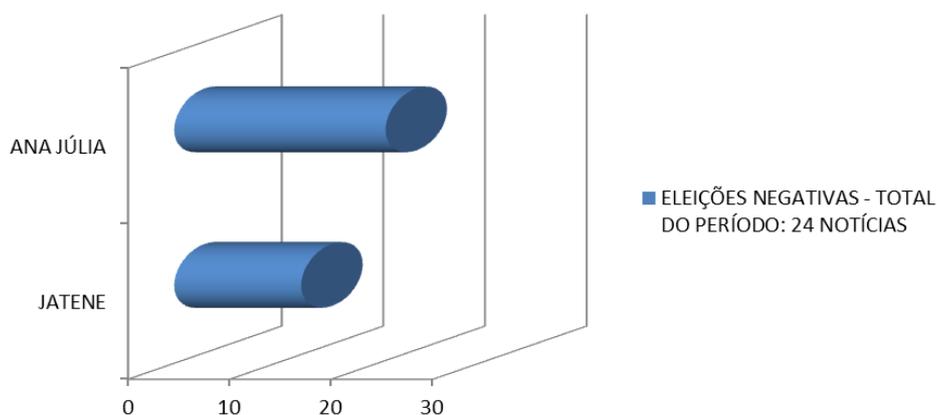


GRÁFICO 15 – Quantidade de matérias negativas publicadas sobre Jatene e Ana Júlia no caderno “Eleições” do Diário do Pará em relação ao total de notícias do período – segunda quinzena de setembro.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

5.3.7 Os três primeiros dias de outubro: governo do estado

O dia 3 de outubro, agora, estava muito próximo. Foi possível observar nos dois jornais, em apenas três edições, a veiculação de 38 notícias, sendo 15 em O Liberal – exatas três notícias para cada um dos candidatos – e 23 no Diário do Pará, que dedicou seis notícias para Jatene e Ana Júlia, cinco para Juvenil e três para Fernando e Cleber.

Ana Júlia foi alvo de três notícias negativas no total, uma em cada um dos cadernos analisados em O Liberal. Ou seja, todas as notícias atribuídas a ela pelo veículo foram negativas, não contando com nenhuma menção positiva ou neutra.

Exatamente o inverso que ocorreu com Jatene, mencionado apenas três vezes pelo jornal, uma em cada caderno, todas com valência positiva, não sendo alvo de notícias neutras ou negativas. Tal postura revela, categoricamente, o desejo do veículo pela derrocada da candidata do PT e, mais, a retomada do poder pelo seu candidato de preferência, o tucano Jatene, como nos mostra a Tabela 16.

TABELA 16 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – 1º a 3 de outubro

GOVERNADOR	O LIBERAL – OUTUBRO – 1 A 3																		TOTAL						
	CAPA						ATUALIDADES						PODER							TOTAL PARCIAL					
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU			POS		NEG		NEU	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%	F	%	F	%
JATENE	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	3	100	0	100	0	100	3
ANA	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	100	3	100	0	100	3
JUVENIL	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50	1	100	0	0	0	0	1	100	0	100	2	100	3
FERNANDO	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	100	0	100	3	100	3
CLEBER	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	0	100	0	100	1	100	3
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																							15		

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

O comportamento do veículo e a fragmentação das notícias por caderno analisado ficam muito claros a partir da observação do Gráfico 16, que explicita, ainda, a única notícia positiva atribuída a Juvenil, perfazendo um total de 100% no caderno “Poder”.

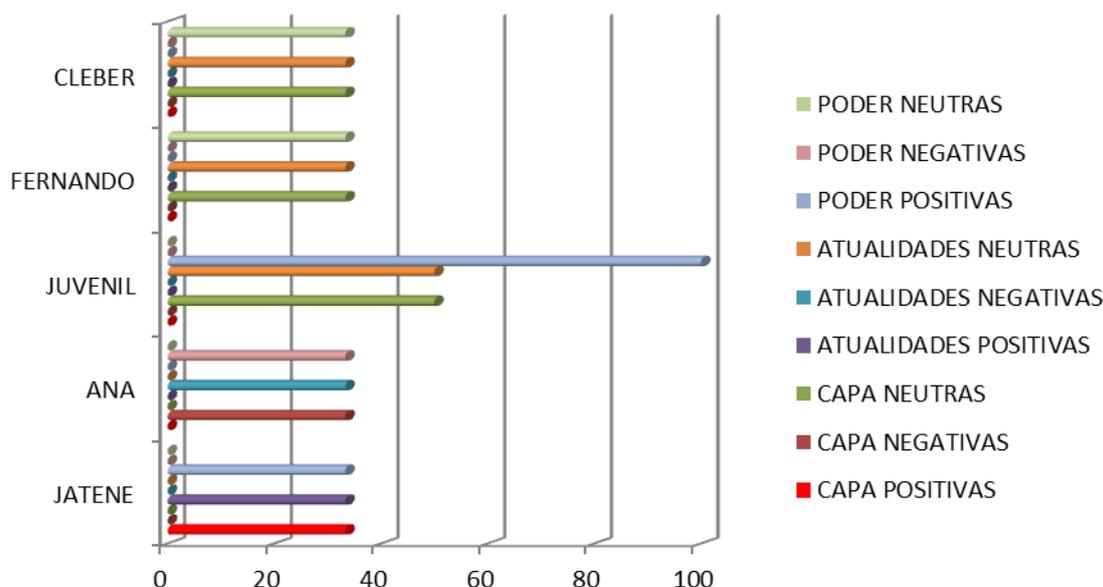


GRÁFICO 16 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência nos cadernos “Atualidades” e “Poder” e na capa de O Liberal – 1º a 3 de outubro.
 FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

O Diário do Pará também fragmentou as notícias acerca dos candidatos ao governo em seus três cadernos, apesar de a capa ter sido exclusividade de Jatene, com uma notícia positiva (33,3%) das três a que teve direito no período.

Relativamente à valência positiva, exceção feita a Ana Júlia, todos receberam menções no caderno “Eleições”, uma para cada candidato, tudo de conformidade com a Tabela 17.

TABELA 17 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – 1º a 3 de outubro

GOVERNADOR	DIÁRIO DO PARÁ – OUTUBRO – 1 A 3																TOTAL							
	CAPA			CIDADES			ELEIÇÕES			TOTAL														
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU												
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%									
JATENE	1	33,3	0	0	0	1	33,3	0	0	0	1	33,3	1	100	2	100	3	100	1	100	2	100	6	
ANA	0	0	0	0	0	0	0	1	33,3	1	33,3	0	0	2	66,7	2	66,7	0	100	3	100	3	100	6
JUVENIL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	33,3	1	100	1	100	2	66,7	1	100	1	100	3	100	5
FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	2	100	1	100	0	100	2	100	3
CLEBER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	2	100	1	100	0	100	2	100	3
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																23								

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

O Gráfico 17 possibilita a visualização das notícias negativas atribuídas à Ana Júlia – três no total, sendo que 33,3% delas no caderno “Cidades” e 66,7% no caderno “Eleições”. Além disso, as três notícias positivas

dirigidas a Jatene, fragmentadas nos três cadernos, bem como o índice de neutralidade oferecido a Juvenil, indicativos dos interesses do jornal em relação à ocupação do cargo de governador do estado do Pará.

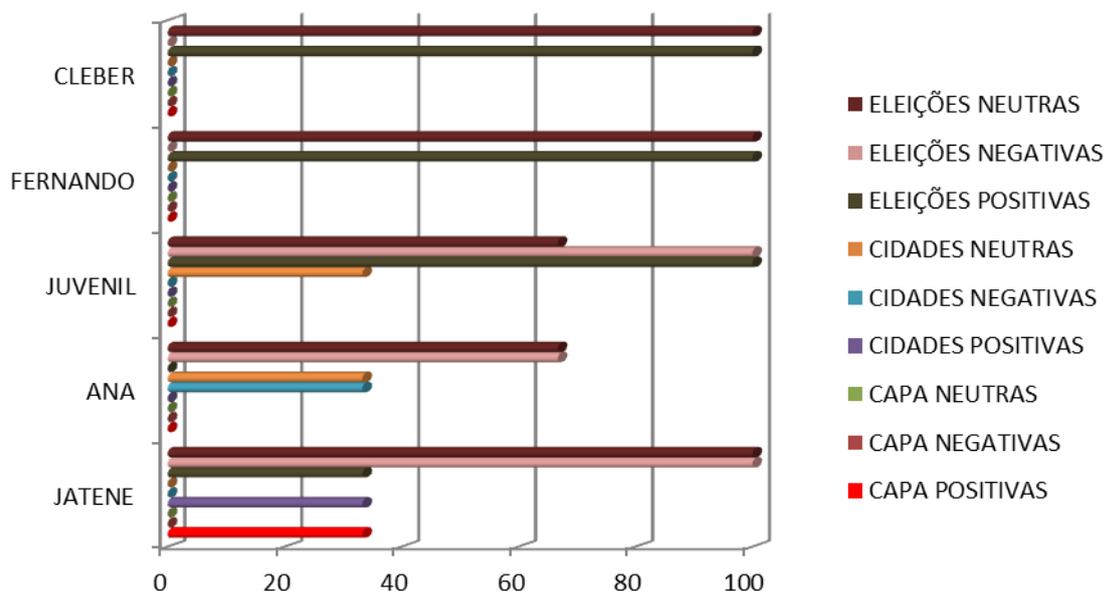


GRÁFICO 17 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao governo segundo valência nos cadernos “Cidades” e “Eleições” e na capa do Diário do Pará – 1º a 3 de outubro.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

Os dados apurados demonstram as intenções específicas dos veículos que, ao longo da campanha, defenestraram a candidatura de Ana Júlia, em prol de Jatene, do PSDB, de forma explícita. Juvenil que, inicialmente, poderia ser o mais beneficiado pelo jornal Diário do Pará, acabou sendo o candidato que poderia receber notícias positivas, até mesmo, por parte de O Liberal, em função de sua candidatura, no final das contas, não influenciou no resultado final, visto que aquela eleição estava claramente polarizada entre os candidatos do PT e do PSDB, como há muito se vê no estado do Pará.

Percebe-se nitidamente a diferença no tratamento das notícias estabelecidas pelos dois jornais. O Jornal O Liberal, que tradicionalmente se posicionou mais alinhado ao candidato do PSDB, deu um destaque preferencialmente positivo para as notícias divulgadas sobre Simão Jatene e uma maior proporção de notícias negativas para a candidata do PT, Ana Júlia Carepa, que aparecia nas pesquisas como principal opositora do candidato do PSDB.

Os demais candidatos não receberam tratamento negativo por parte do Jornal O Liberal. Domingos Juvenil não aparecia nas pesquisas como um

candidato capaz de representar algum risco à candidatura Jatene. Além disso, Juvenil disputava o mesmo eleitorado que Ana Julia Carepa.

Portanto, não avaliar negativamente Juvenil podia se constituir numa estratégia interessante para possibilitar a transferência de votos de Ana Julia para Juvenil, o que favoreceria enormemente a candidatura Jatene, evitando-se um eventual segundo turno, para o qual havia possibilidade de negociações futuras, visto que o PMDB, aliado de Ana Júlia em boa parte de seu mandato, havia rompido com a governadora no final de sua gestão. Os votos de Juvenil, então, eram disputados tanto pelo PT quanto pelo PSDB, o que responde pela ausência de um tratamento negativo por parte do jornal O Liberal para este candidato.

Os candidatos Fernando Carneiro, do PSOL, e Cleber Rabelo, do PSTU, por não representarem risco significativo à candidatura Jatene, não receberam tratamento negativo por parte do jornal O Liberal, que preferiu manter certa neutralidade em relação à divulgação de matérias sobre estes candidatos.

No caso das matérias veiculadas pelo jornal Diário do Pará, Ana Júlia também recebeu maior tratamento negativo em relação aos demais candidatos, pelo mesmo motivo já exposto antes, a disputa do mesmo eleitorado com Juvenil. Ambos pretendiam a passagem para o segundo turno, já que Jatene seguia como primeiro colocado, segundo as pesquisas de intenção de voto divulgadas no período. Assim, estabelecer uma imagem negativa de Ana Júlia representava uma tentativa de produzir uma mudança de opinião da parcela de eleitores da então governadora para Domingos Juvenil, o que lhe ofereceria maiores chances de passagem para um eventual segundo turno com Jatene.

Por outro lado, as pesquisas de opinião refletiam a enorme rejeição que tinha o nome de Ana Júlia frente a uma fração importante do eleitorado e a baixíssima rejeição de Domingos Juvenil, o que poderia se traduzir numa vantagem na captura dos votos dos eleitores indecisos. Portanto, o jornal Diário do Pará centralizou preferencialmente sua avaliação negativa à principal adversária da candidatura do PMDB, no caso, Ana Júlia, e dispensou certo combate às outras candidaturas.

5.4 O COMPORTAMENTO DOS VEÍCULOS NA CAMPANHA PARA O SENADO FEDERAL

Na disputa para o senado, a candidatura de Jader Barbalho recebeu maior atenção por parte dos dois jornais, devido às notícias divulgadas no último mês de campanha envolvendo a polêmica travada no STF sobre a aplicação da Lei da “Ficha Limpa”, o que acabou se refletindo no tratamento dado a esta questão pelos veículos, já que Jader era alvo da lei. O candidato Paulo Rocha, apesar de também ser afetado pelo resultado da votação em relação à referida lei, não recebeu a mesma atenção da mídia relativamente a esta questão quanto Jader.

A Tabela 18 demonstra o total de notícias divulgadas por candidato, nos dois jornais, bem como as valências atribuídas a essas informações.

TABELA 18 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência e veículo de comunicação

SENADOR	O LIBERAL								DIÁRIO DO PARÁ								
	POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRAS		TOTAL		POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRAS		TOTAL		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
JADER	0	0	70	87,5	10	12,5	80	100	36	50	8	11,1	28	38,9	72	100	
PAULO ROCHA	1	1,5	46	69,7	19	28,8	66	100	15	23,4	18	28,1	31	48,4	64	100	
FLEXA RIBEIRO	7	25	1	3,6	20	71,4	28	100	7	12,7	8	14,5	40	72,7	55	100	
MARINOR	2	18,2	2	18,2	7	63,6	11	100	1	5,3	1	5,3	17	89,4	19	100	
TOTAL							185	100	TOTAL							210	100

FONTE: Jornais O Liberal e Diário do Pará – edições de 1º de julho a 3 de outubro de 2010.

Outro dado que salta aos olhos é o fato de o jornal O Liberal, ao longo de toda a campanha, não ter publicado nenhuma notícia positiva relativamente ao seu maior opositor, o candidato Jader Barbalho que, ao contrário, teve do jornal pertencente a sua família, o Diário do Pará, 36 notícias positivas das 72 publicadas no mesmo período, ou seja, 50% delas, conforme se depreende do Gráfico 18.

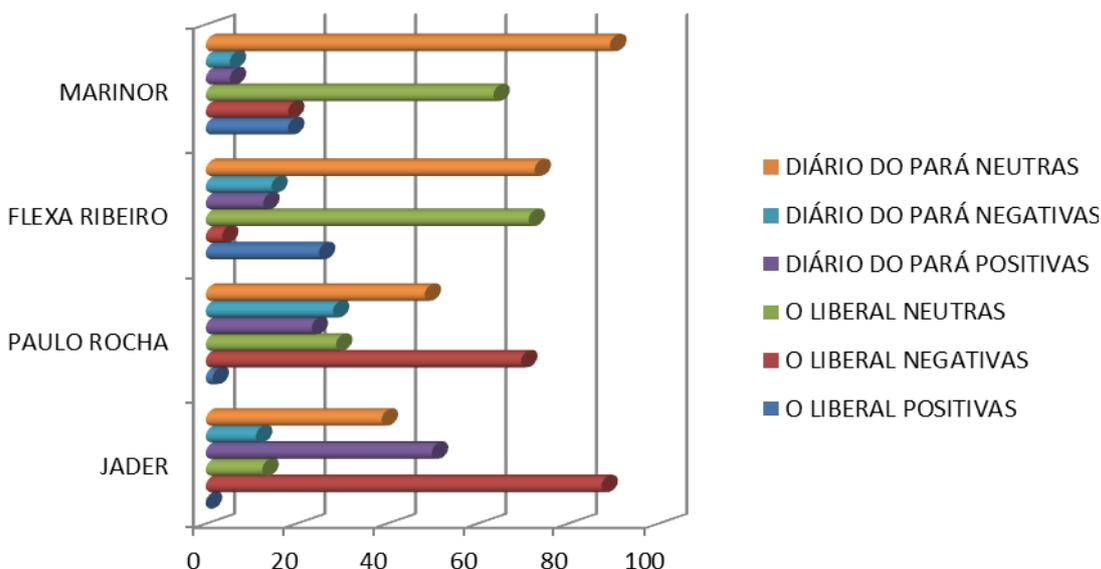


GRÁFICO 18 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência e veículo de comunicação.

FONTE: Jornais O Liberal e Diário do Pará – edições de 1º de julho a 3 de outubro de 2010.

Para que o cenário no qual esteve envolta a eleição para o senado seja melhor compreendido, vale a pena desagregar os dados pesquisados, para que sejam observados por quinzena e por veículo de comunicação.

5.4.1 A primeira quinzena de julho: senado

Na primeira quinzena de julho, O Liberal divulgou 35 notícias de interesse desta pesquisa. O mais citado foi o candidato Paulo Rocha, do PT, com 18 notícias, tendo logo atrás Jader Barbalho, do PMDB, com 10 citações – 60% negativas. Flexa Ribeiro, candidato do PSDB, partido ao qual o jornal mais se aproxima, teve seis notícias publicadas, das quais 83,3% neutras. A Tabela 19 mostra o comportamento do veículo no decorrer desse período.

TABELA 19 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Poder” e “Atualidades” – primeira quinzena de julho

SENADOR	O LIBERAL – JULHO – PRIMEIRA QUINZENA															TOTAL
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL						
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU				
	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %				
JADER	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6	3	0	0	6	4	10
PAULO ROCHA	0	0	1	0	0	0	0	0	0	9	8	0	0	9	9	18
FLEXA RIBEIRO	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	4	0	1	0	5	6
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL															35	

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

No Gráfico 19 é possível perceber que o caderno “Atualidades” não foi utilizado para veicular informações acerca das eleições para o senado, bem como para acentuar a tendência de neutralidade do veículo à candidatura de Paulo Rocha, que obteve nove notícias neutras, das quais, oito no caderno “Poder” (88,9%) e uma na capa (11,1%). Flexa Ribeiro emplacou cinco notícias neutras: uma na capa (20%) e quatro no caderno de política de O Liberal (80%). Barbalho foi alvo de seis notícias negativas, todas no caderno “Poder”, e quatro neutras.

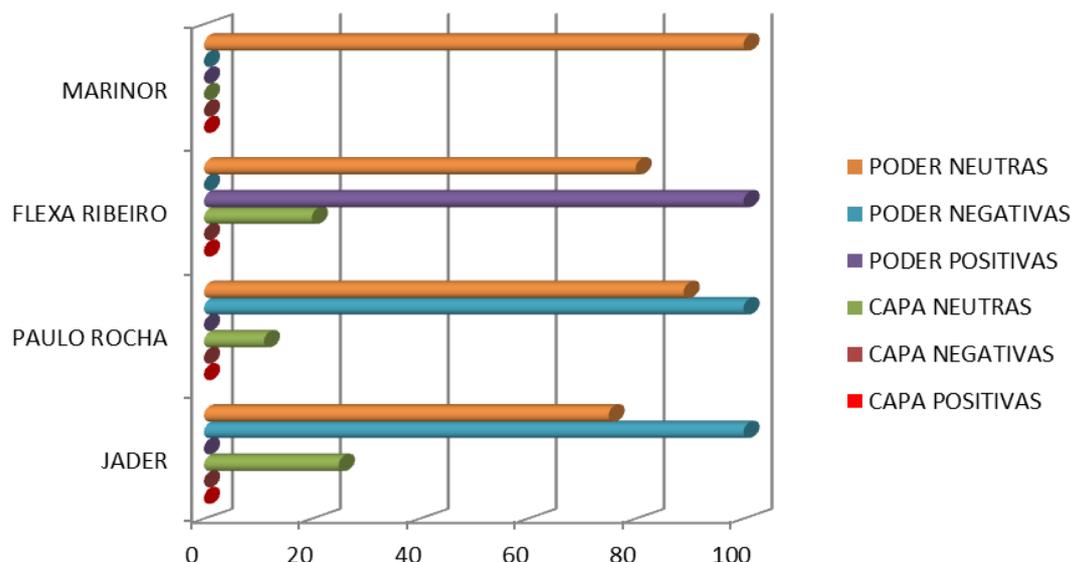


GRÁFICO 19 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na capa de O Liberal e no caderno “Poder” – primeira quinzena de julho.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

Das 39 notícias analisadas no Diário do Pará, nesse período, 19 destinaram-se a Paulo Rocha e 12 a Jader Barbalho, totalizando 79,5% das menções em relação aos demais candidatos – ou melhor, relativamente a Flexa Ribeiro, do PSDB, citado oito vezes, visto que Marinor, do PSOL, não foi noticiada.

Dentre os candidatos, apenas Jader Barbalho, pertencente à família proprietária do jornal, recebeu notícias positivas nessa quinzena – duas – 16,7% do total analisado, informações detalhadas na Tabela 20.

TABELA 20 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de julho

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – JULHO – PRIMEIRA QUINZENA																TOTAL		
	CAPA						CIDADES						TOTAL PARCIAL						
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG			NEU	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%
JADER	0	0	0	0	1	14,3	2	100	3	100	6	85,7	2	100	3	100	7	100	12
PAULO ROCHA	0	0	1	14,3	5	41,7	0	0	6	85,7	7	58,3	0	100	7	100	12	100	19
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	2	100	6	100	0	100	2	100	6	100	8
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																39			

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

Paulo Rocha foi o candidato que mais recebeu notícias negativas no período, uma tentativa do jornal, antes do advento da Lei da “Ficha Limpa”, de denegrir a candidatura para não atrapalhar a eleição de Barbalho, já que naquele pleito os eleitores teriam direito a votar em dois candidatos ao senado.

O Gráfico 20 mostra que o representante do PT naquelas eleições foi alvo de sete notícias negativas, sendo uma na capa (14,3%) e seis no caderno “Cidades” (85,7%). Barbalho foi citado negativamente três vezes, todas no “Cidades”, o que demonstra que o jornal buscou demonstrar neutralidade quanto às relações familiares mantidas com o representante do PMDB, inclusive pelas sete notícias neutras publicadas no mesmo caderno.

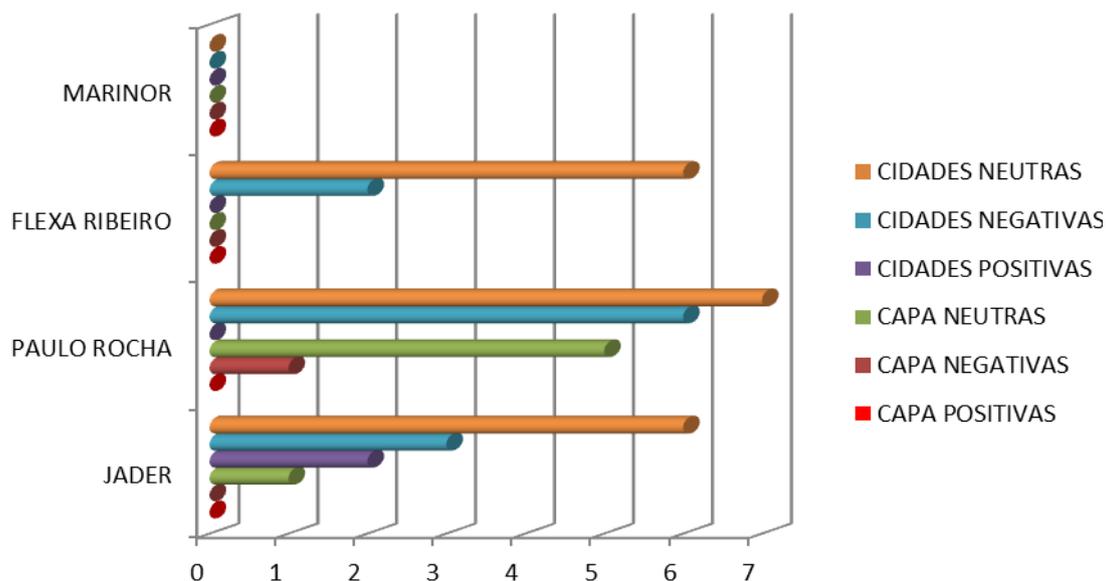


GRÁFICO 20 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de julho.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de julho de 2010.

5.4.2 A segunda quinzena de julho: senado

Na segunda quinzena de julho O Liberal trouxe apenas 16 notícias que interessam a esta pesquisa, nove das quais destinadas a Jader Barbalho, todas negativas, como expõe a Tabela 21.

TABELA 21 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de julho

SENADOR	O LIBERAL – JULHO – SEGUNDA QUINZENA														TOTAL														
	CAPA			ATUALIDADES				PODER			TOTAL PARCIAL																		
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG		NEU													
	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %		F %													
JADER	0	0	2	22,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	77,8	0	0	0	100	9	100	0	100	9		
PAULO ROCHA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	100	1	100	0	100	5	100	1	100	6	
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	0	100	1	100	0	100	1
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																		16											

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

O caderno “Atualidades” não foi utilizado pelo veículo, demonstrando essa praxe. Em contrapartida, o caderno “Poder” concentrou 15 das 16 notícias do período, sendo que apenas uma neutra, a Paulo Rocha. Em números absolutos, o Gráfico 21 a frequência dos informes negativos aos candidatos, exceção feita a Marinor, no referido caderno.

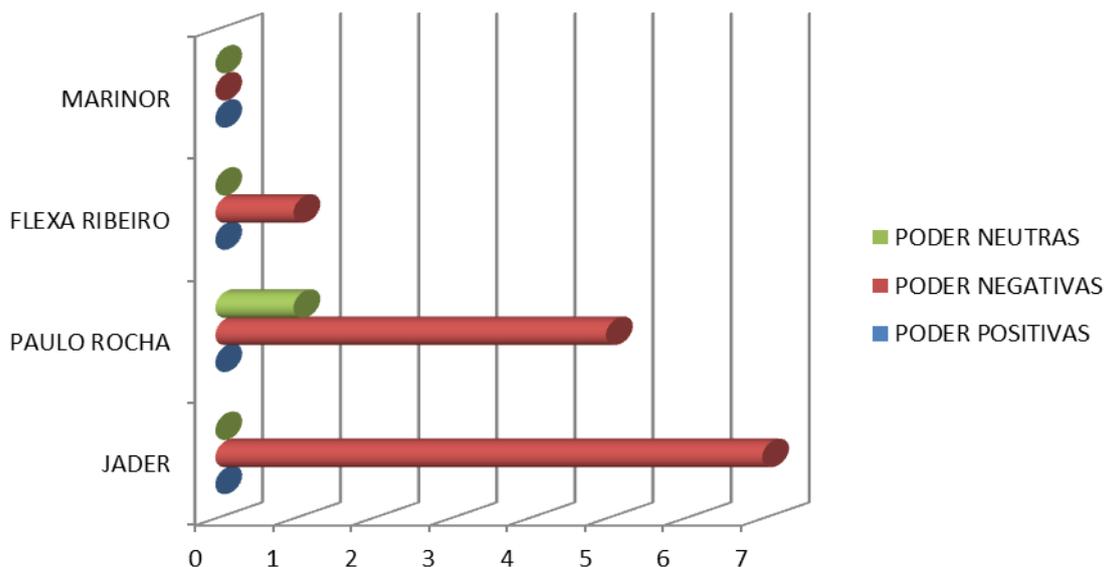


GRÁFICO 21 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, no caderno “Poder”, de O Liberal – segunda quinzena de julho.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

O comportamento do Diário do Pará foi diferente de seu concorrente. Centralizou as notícias no caderno “Cidades”, não dedicando espaço na capa a nenhum dos concorrentes, e, surpreendentemente, não atribuindo nenhuma notícia positiva ao seu candidato preferencial, Jader Barbalho, que contou com três notícias no período, todas neutras (Tabela 22).

TABELA 22 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – segunda quinzena de julho

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – JULHO – SEGUNDA QUINZENA																TOTAL		
	CAPA						CIDADES						TOTAL PARCIAL						
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG			NEU	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%
JADER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	100	0	100	0	100	3	100	3
PAULO ROCHA	0	0	0	0	0	0	0	0	2	100	0	0	0	100	2	100	0	100	2
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	100	0	100	0	100	4	100	4
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																9			

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

O Gráfico 22 demonstra, em números absolutos, todas as notícias do período, publicadas no caderno “Cidades” – três neutras a Barbalho, duas negativas a Rocha e quatro neutras a Flexa Ribeiro. Marinor, mais uma vez, não recebe nenhuma referência do jornal em questão.

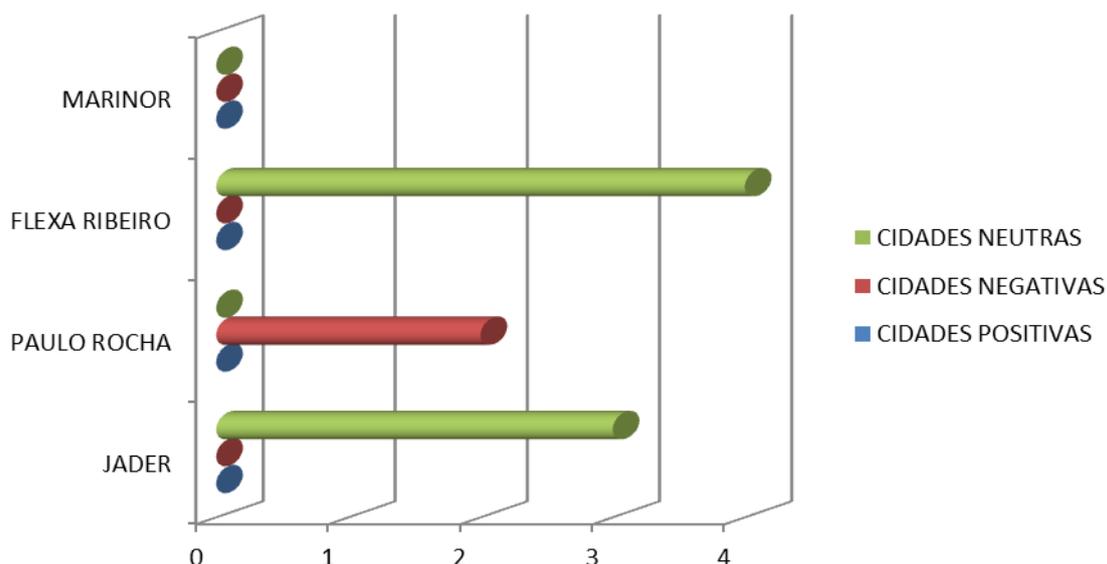


GRÁFICO 22 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, no caderno “Cidades”, do Diário do Pará – segunda quinzena de julho.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 31 de julho de 2010.

5.4.3 A primeira quinzena de agosto: senado

A primeira quinzena do segundo mês de campanha ampliou o uso da capa em O Liberal. O caderno “Atualidades” também traz duas notícias negativas – uma para Jader Barbalho e outra para Paulo Rocha. O caderno “Poder” menciona apenas notícias negativas e neutras, ainda relativas a estes candidatos. Flexa Ribeiro e Marinor não aparecem no noticiário (Tabela 23).

TABELA 23 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – primeira quinzena de agosto

SENADOR	O LIBERAL – AGOSTO – PRIMEIRA QUINZENA																		TOTAL								
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL																	
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU												
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%									
JADER	0	0	2	13,3	0	0	0	0	1	6,7	0	0	0	0	0	0	12	80	2	100	0	100	15	100	2	100	17
PAULO ROCHA	0	0	2	15,4	0	0	0	0	1	7,7	0	0	0	0	0	0	10	76,9	2	100	0	100	13	100	2	100	15
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																		32									

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

Os índices percentuais desse momento, em que apenas Rocha e Barbalho são abordados pelo veículo, em 32 notícias, estão representados no Gráfico 23.

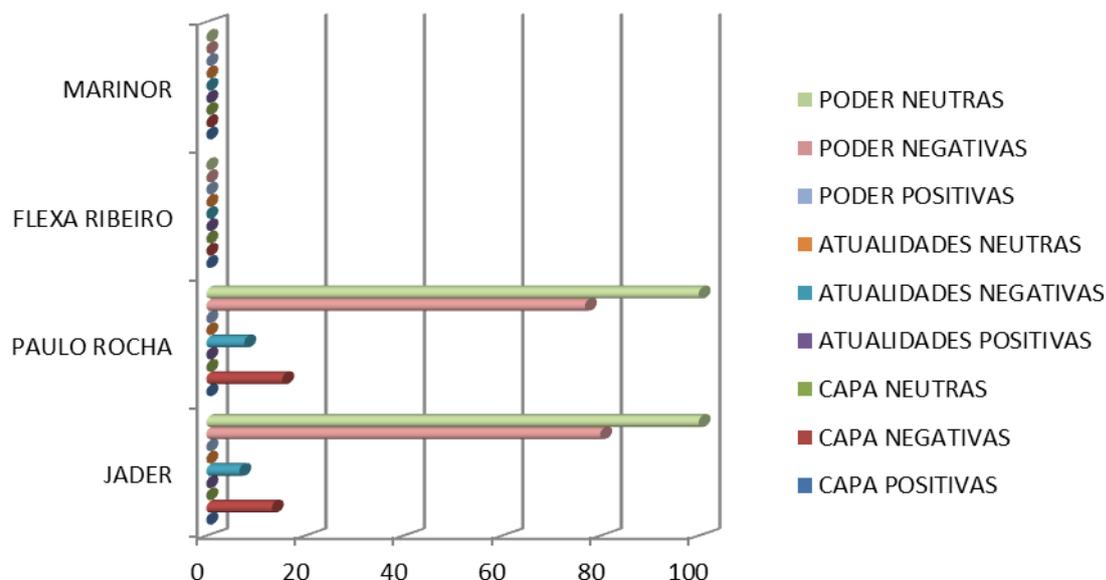


GRÁFICO 23 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência, na capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – primeira quinzena de agosto.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

No Diário do Pará, Marinor também não emplacou nenhuma notícia no mesmo período. O jornal dedicou suas 25 notícias a Jader e Rocha, na capa e no caderno “Cidades”, que também acolheu seis notícias neutras a Flexa Ribeiro e uma positiva. O mais citado nessa quinzena foi Paulo Rocha (Tabela 24).

TABELA 24 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – AGOSTO – PRIMEIRA QUINZENA															TOTAL			
	CAPA					CIDADES					TOTAL								
	POS		NEG		NEU	POS		NEG		NEU	POS		NEG		NEU				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F		%		
JADER	1	33,3	0	0	0	0	2	66,7	5	100	0	0	3	100	5	100	0	100	8
PAULO ROCHA	2	50	0	0	0	0	2	50	0	0	6	100	4	100	0	100	6	100	10
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	6	100	1	100	0	100	6	100	7
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																			25

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

Nessa quinzena, Paulo Rocha foi citado positivamente quatro vezes, duas (50%) na capa e duas (50%) no “Cidades”. Barbalho recebeu três menções positivas, uma na capa (33,3%) e duas no outro caderno (66,7%). O candidato do PMDB, apoiado pelo jornal em foco, foi alvo de cinco notícias negativas no período, totalizando oito citações a seu nome. Flexa Ribeiro, que contou com sete notícias avaliadas, foi mencionado de forma neutra em seis delas. O Gráfico 24 demonstra, em números absolutos, as avaliações atribuídas pelo jornal aos candidatos ao senado.

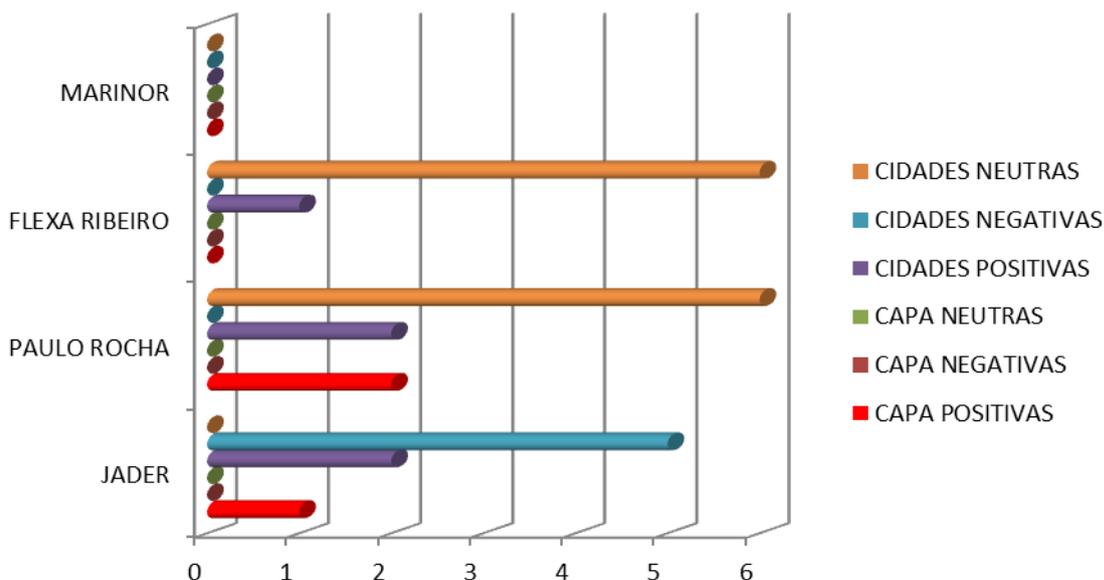


GRÁFICO 24 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e no caderno “Cidades” – primeira quinzena de agosto.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de agosto de 2010.

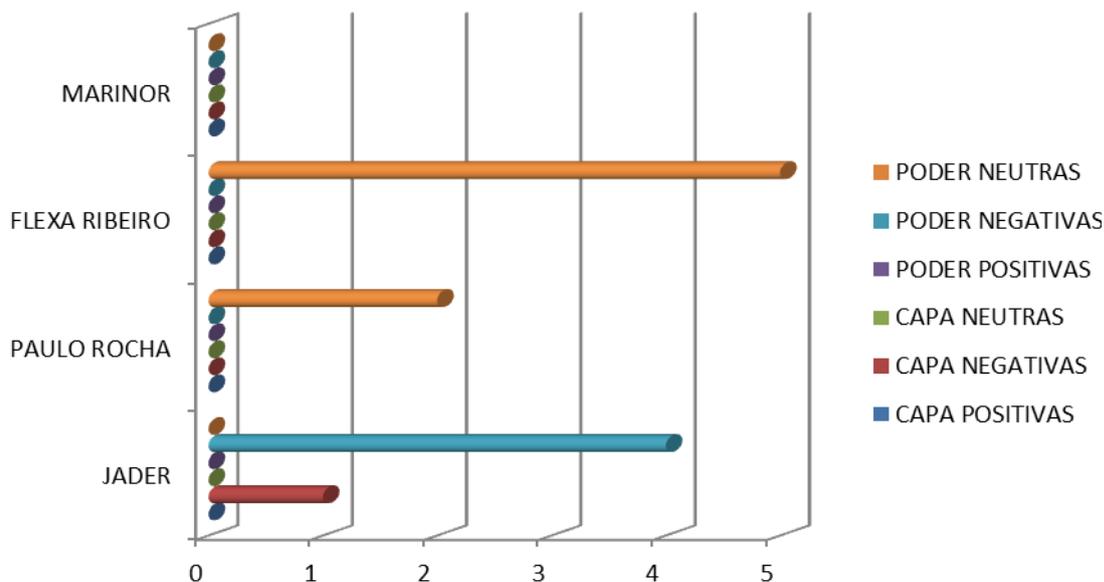


GRÁFICO 25 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa de O Liberal e no caderno “Poder” – segunda quinzena de agosto.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 31 de agosto de 2010.

A partir do dia 16 de agosto o Diário do Pará dedica um caderno especial à cobertura do pleito de 2010, denominado “Eleições”. Nesta segunda quinzena, a capa do jornal não foi utilizada para a cobertura das eleições ao senado. As notícias se concentraram no novo caderno, tendo espaço, no “Cidades”, apenas para as neutras atribuídas a Flexa Ribeiro e Marinor, que pela primeira vez é citada, com uma neutra nesse espaço (20%) e outras quatro no “Eleições” (80%), que ainda trouxe uma positiva a seu respeito (100%). Flexa Ribeiro é o candidato mais mencionado nessa quinzena, com 10 citações, duas positivas e oito neutras, como se depreende da Tabela 26.

TABELA 26 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de agosto

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – AGOSTO – SEGUNDA QUINZENA														TOTAL								
	CAPA			CIDADES				ELEIÇÕES						TOTAL									
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG		NEU							
	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %		F %							
JADER	0	0	0	0	0	0	3	100	0	0	0	6	3	100	0	100	6	100	9				
PAULO ROCHA	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	3	100	0	100	1	100	3	100	4				
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	1	12,5	0	0	2	100	7	87,5	0	100	2	100	8	100	10
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	1	20	1	100	0	0	4	80	1	100	0	100	5	100	6
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO														29									

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 31 de agosto de 2010.

O jornal garante a Jader Barbalho três notícias positivas e seis neutras no caderno “Eleições”, que veicula, ainda, uma notícia negativa sobre Paulo

Rocha e três neutras, totalizando as quatro a ele dedicadas no período. Em números absolutos é possível visualizar esse momento por meio do Gráfico 26.

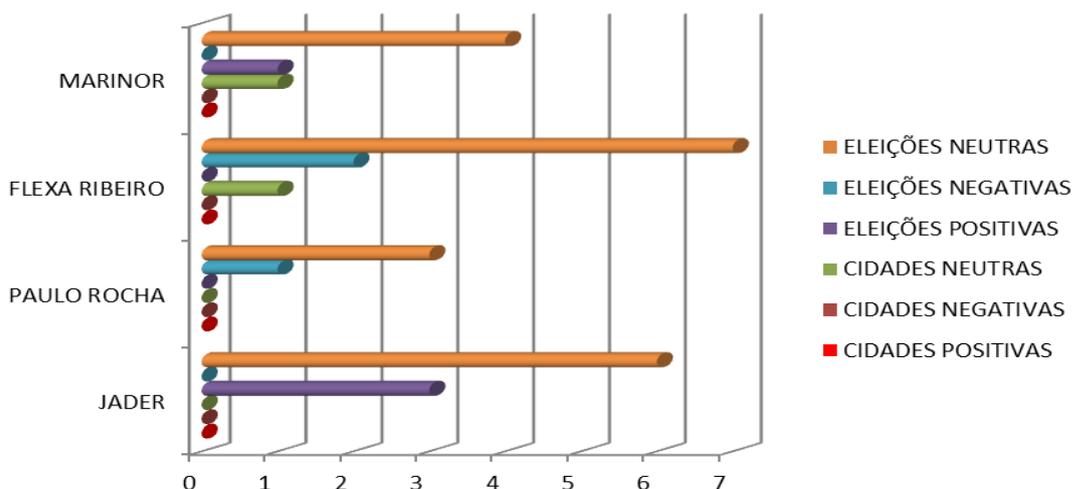


GRÁFICO 26 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, nos cadernos “Cidades” e “Eleições” do Diário do Pará – segunda quinzena de agosto.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 31 de agosto de 2010.

5.4.5 A primeira quinzena de setembro: senado

No último mês de campanha, O Liberal divulga, na primeira quinzena de setembro, 35 notícias. Dessas, Jader é citado em 40% – 14 menções, das quais apenas duas neutras (14,3%) e as demais negativas (85,7%), sendo três na capa e nove no caderno “Poder”.

Paulo Rocha também é alvo de informações negativas, totalizando sete notícias, das quais duas (28,6%) são dispostas na capa do jornal e cinco (71,4%) no “Poder”. Além dessas, o candidato ainda recebeu uma notícia positiva e duas neutras no mesmo caderno, como demonstrado na Tabela 27.

TABELA 27 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – primeira quinzena de setembro

SENADOR	O LIBERAL – SETEMBRO – PRIMEIRA QUINZENA														TOTAL													
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL																		
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU																
	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %																
JADER	0	0	3	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	75	2	100	0	100	12	100	2	100	14
PAULO ROCHA	0	0	2	28,6	0	0	0	0	0	0	0	1	100	5	71,4	2	100	1	100	7	100	2	100	0	100	6	100	10
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	100	0	0	6	100	2	100	0	100	0	100	6	100	8		
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	2	100	1	100	0	100	0	100	2	100	3		
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL														35														

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

Em números absolutos, a disposição e as valências das notícias desse período em O Liberal, que traz a candidata Marinor com uma citação positiva e duas neutras no caderno “Poder”, ficam assim representadas (Gráfico 27).

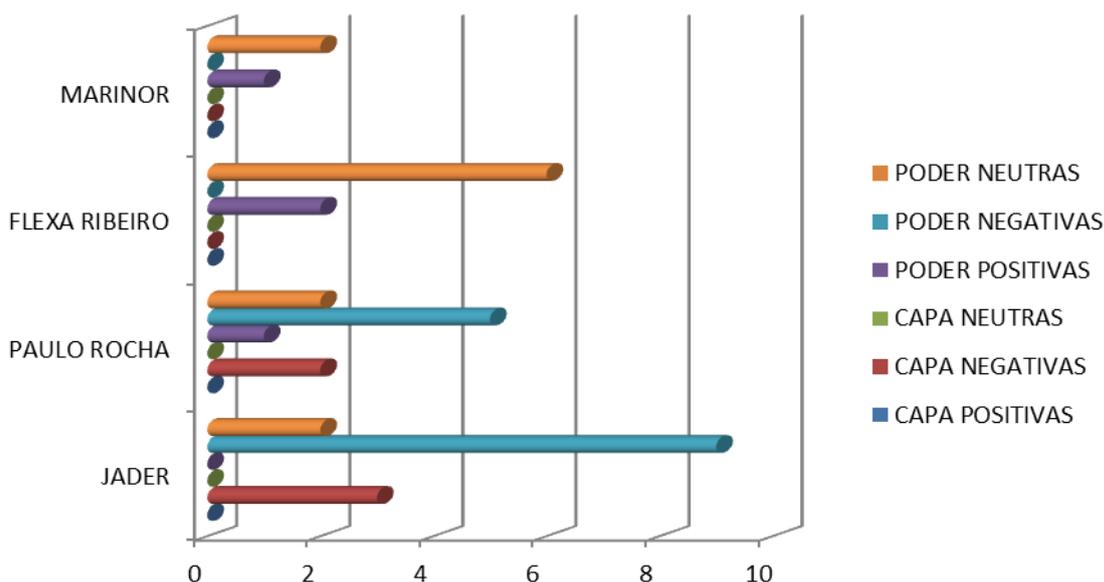


GRÁFICO 27 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, no caderno “Poder” e na capa de O Liberal – primeira quinzena de setembro.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

O Diário do Pará se manifestou 42 vezes acerca da eleição ao senado na primeira quinzena de setembro. O mais citado foi Jader Barbalho, com 15 notícias, das quais, 73,3% positivas, explicitando a intenção do veículo em cooptar o eleitor. Vale lembrar que a partir de setembro iniciaram-se as discussões sobre a aplicação da Lei da “Ficha Limpa”, o que fez com que o Diário do Pará, reiteradamente, se manifestasse favoravelmente a seu candidato, como mostra a Tabela 28.

TABELA 28 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – SETEMBRO – PRIMEIRA QUINZENA															TOTAL									
	CAPA			CIDADES			ELEIÇÕES			TOTAL			TOTAL												
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU													
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%										
JADER	2	18,9	0	0	1	25	4	36,7	0	0	0	0	5	45,4	0	0	3	75	11	100	0	100	4	100	15
PAULO ROCHA	0	0	2	33,3	0	0	0	0	2	33,3	0	0	1	100	2	33,3	5	100	1	100	6	100	5	100	12
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	1	14,3	0	0	1	50	0	0	2	100	1	50	6	85,7	2	100	2	100	7	100	11
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	100	0	100	0	100	4	100	4
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO															42										

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

As citações positivas ao candidato do PMDB, que não recebeu nenhuma avaliação negativa no período, se diluíram nos três cadernos analisados. Jader também foi mencionado de forma neutra em quatro oportunidades, uma na capa (25%) e as demais no caderno “Eleições” (75%).

Rocha foi avaliado negativamente em seis notícias, duas em cada caderno, sendo citado, ainda, positivamente uma vez no caderno “Eleições”, que também trouxe cinco menções neutras.

Flexa Ribeiro, que no período teve 11 notícias sobre sua candidatura, aparece uma vez de forma neutra na capa (14,3%) e seis vezes no “Eleições” (85,7%). No caderno “Cidades” foi alvo de uma notícia negativa e de outra no caderno “Eleições”.

Marinor foi lembrada pelo veículo de forma neutra, quatro vezes, no caderno destinado especificamente à cobertura política eleitoral de 2010.

O Gráfico 28 mostra, em números absolutos, as manifestações do Diário do Pará, nos três cadernos utilizados para divulgar as notícias das campanhas.

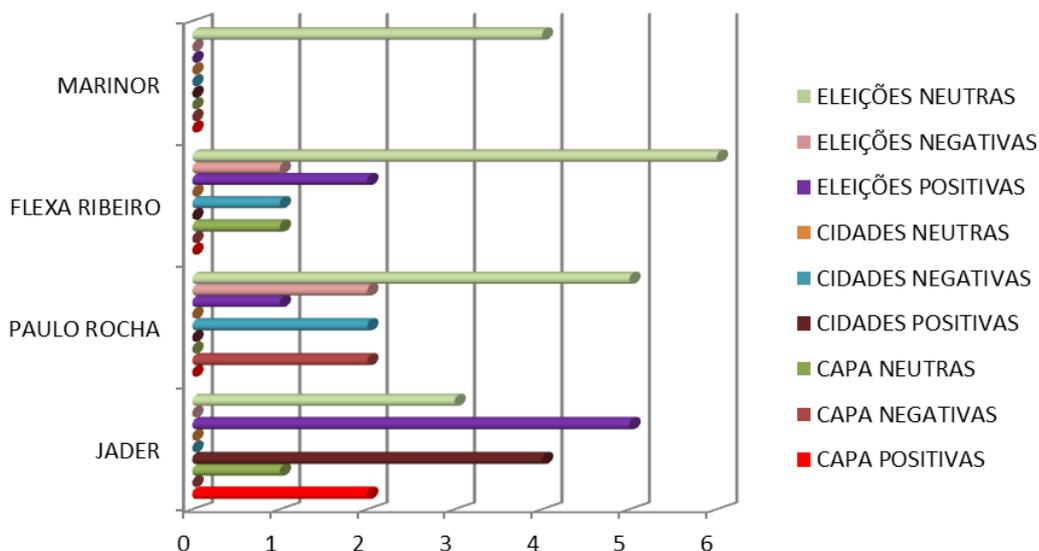


GRÁFICO 28 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – primeira quinzena de setembro.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 15 de setembro de 2010.

5.4.6 A segunda quinzena de setembro: senado

Na última quinzena antes das eleições, O Liberal dedicou espaço a 10 notícias negativas contra seu maior adversário político, Jader Barbalho, do

PMDB, principalmente em função da discussão da aplicabilidade ou não da Lei da “Ficha Limpa”, que poderia derrubar sua candidatura. Paulo Rocha, também implicado na questão legal, das oito notícias a que teve direito no período, sete foram negativas (87,5%).

Flexa Ribeiro teve ampliada a positividade das notícias a ele dedicadas. Nessa quinzena, totalizou quatro – duas na capa (50%), uma no caderno “Atualidades” (25%) e outra no “Poder” (25%), demonstrando a fragmentação das informações sobre o candidato. Marinor figurou em cinco notícias, apenas uma positiva, duas negativas e duas neutras. O Liberal demonstrou, taxativamente, suas preferências (Tabela 29).

TABELA 29 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de setembro

SENADOR	O LIBERAL – SETEMBRO – SEGUNDA QUINZENA															TOTAL									
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL															
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU													
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%										
JADER	0	0	4	40	0	0	0	0	1	10	0	0	0	0	5	50	0	0	0	100	10	100	0	100	10
PAULO ROCHA	0	0	3	42,8	1	100	0	0	1	14,3	0	0	0	0	3	42,8	0	0	0	100	7	100	1	100	8
FLEXA RIBEIRO	2	50	0	0	0	0	1	25	0	0	0	0	1	25	0	0	2	100	4	100	0	100	2	100	6
MARINOR	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50	0	0	1	100	0	0	2	100	1	100	2	100	2	100	5
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL																	29								

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

Os números absolutos dessa cobertura de O Liberal são relevantes, e podem ser observados com mais clareza por meio do Gráfico 29.

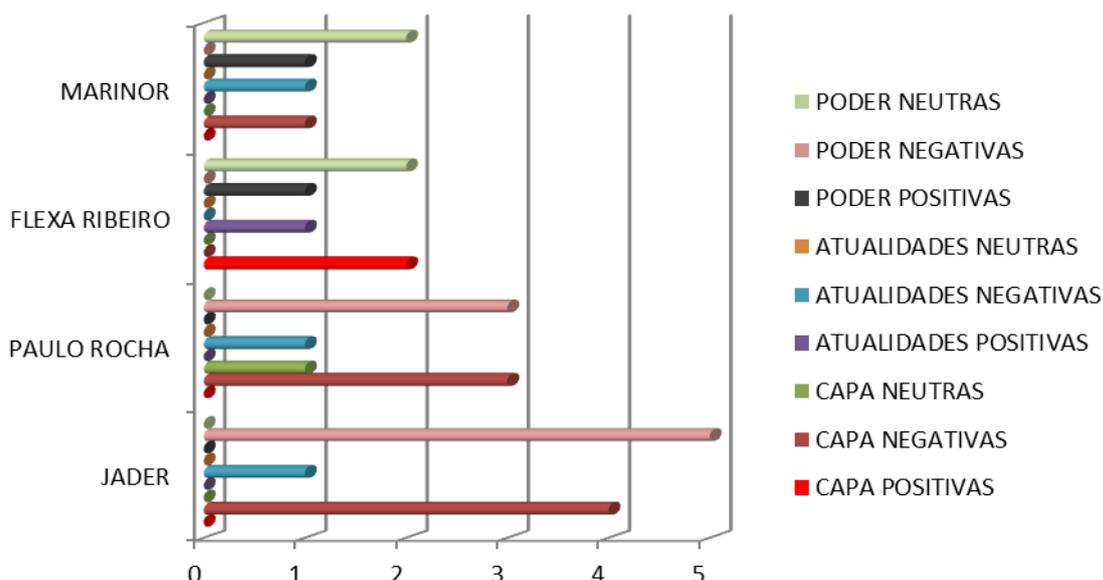


GRÁFICO 29 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – segunda quinzena de setembro.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

O Diário do Pará, por seu turno, massificou a campanha positiva a Jader Barbalho, em função do imbróglio no qual estava envolvido. A ele foram dedicadas 17 notícias, das quais apenas cinco neutras (29,4%) e as demais positivas (70,6%).

Paulo Rocha também ganhou espaço positivo no jornal, por estar envolvido no mesmo problema legal que a Lei da “Ficha Limpa” poderia trazer a Barbalho. Não seria possível, portanto, defender um e, concomitantemente, defenestrar o outro. Assim, o candidato do PT foi beneficiado com nove notícias positivas no período, contra uma negativa e duas neutras (Tabela 30).

TABELA 30 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de setembro

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – SETEMBRO – SEGUNDA QUINZENA														TOTAL										
	CAPA			CIDADES				ELEIÇÕES			TOTAL														
	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG	NEU	POS	NEG		NEU									
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%								
JADER	3	25	0	0	0	0	3	25	0	0	0	0	6	50	0	0	5	100	12	100	0	100	5	100	17
PAULO ROCHA	2	22,2	0	0	0	0	2	22,2	0	0	1	50	5	55,5	1	100	1	50	9	100	1	100	2	100	12
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	0	0	2	50	0	0	0	0	2	50	0	0	5	100	4	100	0	100	5	100	9
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	100	0	100	0	100	6	100	6
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO														44											

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

Em números absolutos fica muito clara a parcialidade do veículo em prol da campanha do líder do PMDB no Pará, à família de quem pertence a propriedade do jornal Diário do Pará. Na capa, por exemplo, só aparecem notícias positivas aos candidatos Jader Barbalho e Paulo Rocha, que também recebem o maior número de notícias positivas, conforme demonstra o Gráfico 30.

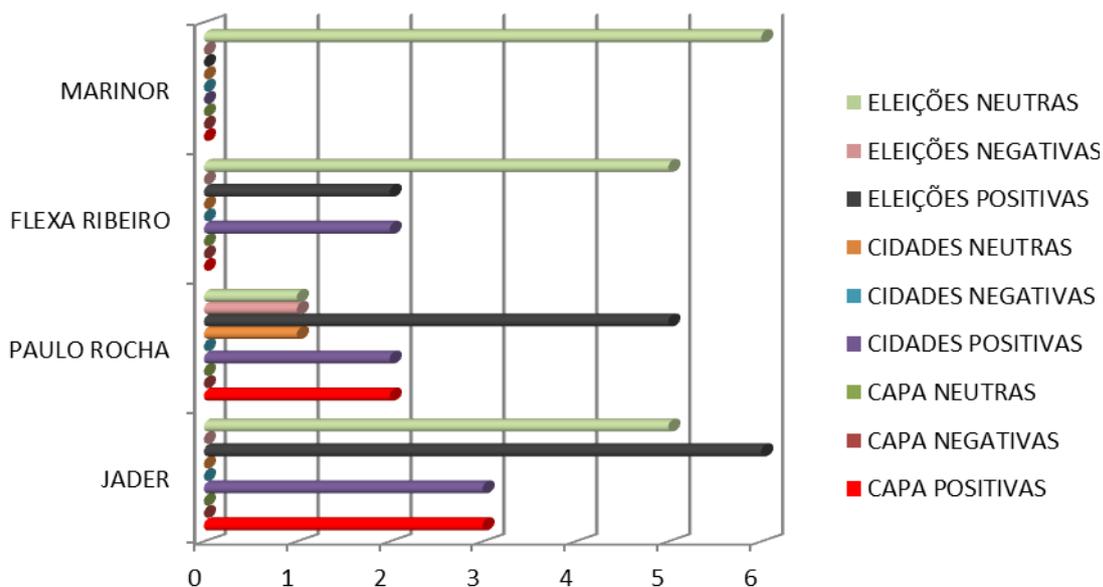


GRÁFICO 30 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – segunda quinzena de setembro.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 16 a 30 de setembro de 2010.

5.4.7 Os três primeiros dias de outubro: senado

Chega o mês de outubro e com ele uma pesquisa do IBOPE relativa às eleições para o senado, no Pará³⁷. Realizada durante três dias – de 29 de setembro a 1º de outubro –, levou em consideração uma amostra de 812 eleitores de 43 municípios do estado, possuindo uma margem de erro de três pontos percentuais e um grau de confiança de 95%.

Contratada pela TV Liberal – emissora pertencente ao grupo proprietário do jornal O Liberal –, a pesquisa, registrada no TRE sob o nº. 17756/2010 e no TSE sob o protocolo nº. 33072/2010, considerou que, até aquele momento, não seria possível indicar quais, dentre os três primeiros colocados, seriam os dois senadores eleitos pelo Pará, em função da grande quantidade de indecisos, em torno de 36%, se somados aos brancos e nulos, conforme Figura 25.

³⁷ Não foi possível localizar outra pesquisa de opinião disponível sobre essa eleição para verificar o comportamento do eleitor diante das notícias negativas publicadas pelo jornal O Liberal relativamente a Jader Barbalho e a Paulo Rocha ou face as notícias positivas divulgadas pelo jornal Diário do Pará sobre os mesmos candidatos.

Senador

Em função da diferença do 1º colocado para o 2º e o 3º e pela quantidade de indecisos até o momento, não é possível afirmar quais serão os dois senadores eleitos entre os três primeiros.

Também para o cargo de Senador, estamos calculando os votos válidos, para facilitar a comparação com os resultados oficiais divulgados pelos Tribunais Regionais Eleitorais.

O cálculo dos votos válidos exclui as menções aos votos brancos, nulos e indecisos, considerando para a base de cálculo do percentual somente os votos atribuídos aos candidatos. Além disso, uma vez que nesta eleição existem duas vagas para o Senado, a base de cálculo fica maior do que o total de pessoas entrevistadas, pois cada entrevistado pode escolher dois nomes.

VOTOS VÁLIDOS PARA SENADOR

	%
Jader Barbalho – 151 – PMDB	32%
Flexa Ribeiro – 456 – PSDB	27%
Paulo Rocha – 131 – PT	26%
Marinor Brito – 500 – PSOL	9%

Figura 25 – Recorte do resultado da pesquisa de opinião para os cargos de senador do estado do Pará encomendada ao IBOPE – Votos Válidos.

FONTE: Sítio do IBOPE (http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/historicopesquisaeleitoral/Documents/02_10_Resumo_PA.pdf)

O IBOPE disponibilizou, ainda, um gráfico relativo à pesquisa, disposto na Figura 26, em que Jader Barbalho aparece, inicialmente, com 50 pontos, caindo para 42, chegando a 46, relativos aos votos totais.

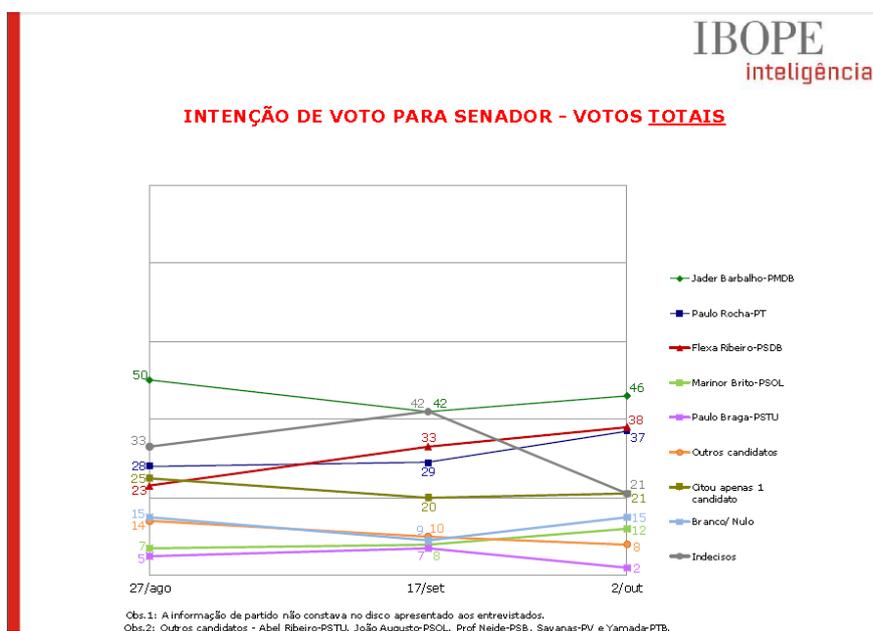


Figura 26 – Recorte do resultado da pesquisa de opinião para os cargos de senador do estado do Pará encomendada ao IBOPE – Votos Totais.

FONTE: Sítio do IBOPE (http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/historicopesquisaeleitoral/Documents/02_10_Resumo_PA.pdf)

Os jornais, já de posse da referida pesquisa, mantêm suas linhas editoriais.

O Liberal, de 1º a 3 de outubro, publica 26 notícias, sendo 14 destinadas a Jader Barbalho. Destas, apenas uma neutra, disposta na capa. As demais, 13, todas negativas (92,85%).

Paulo Rocha é mencionado pelo veículo a metade de vezes relativamente a Barbalho, com cinco notícias negativas, todas no caderno “Poder”, uma neutra na capa e outra no caderno “Atualidades” (Tabela 31).

TABELA 31 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – 1º a 3 de outubro

SENADOR	O LIBERAL – OUTUBRO – 1 A 3														TOTAL											
	CAPA			ATUALIDADES			PODER			TOTAL PARCIAL																
	POS		NEG	NEU		POS		NEG	NEU		POS		NEG	NEU												
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%									
JADER	0	0	3	23,1	1	100	0	0	1	7,7	0	0	0	0	9	69,2	0	0	0	0	100	13	100	1	100	14
PAULO ROCHA	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50	0	0	5	100	0	0	0	0	100	5	100	2	100	7
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50	1	100	0	0	0	0	1	100	0	100	2	100	3	
MARINOR	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	2	100	2
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS LIBERAL														26												

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

Vejamos, em números absolutos, a representação gráfica desses três dias de outubro – os dois que antecedem a eleição e o dia “D” (Gráfico 31).

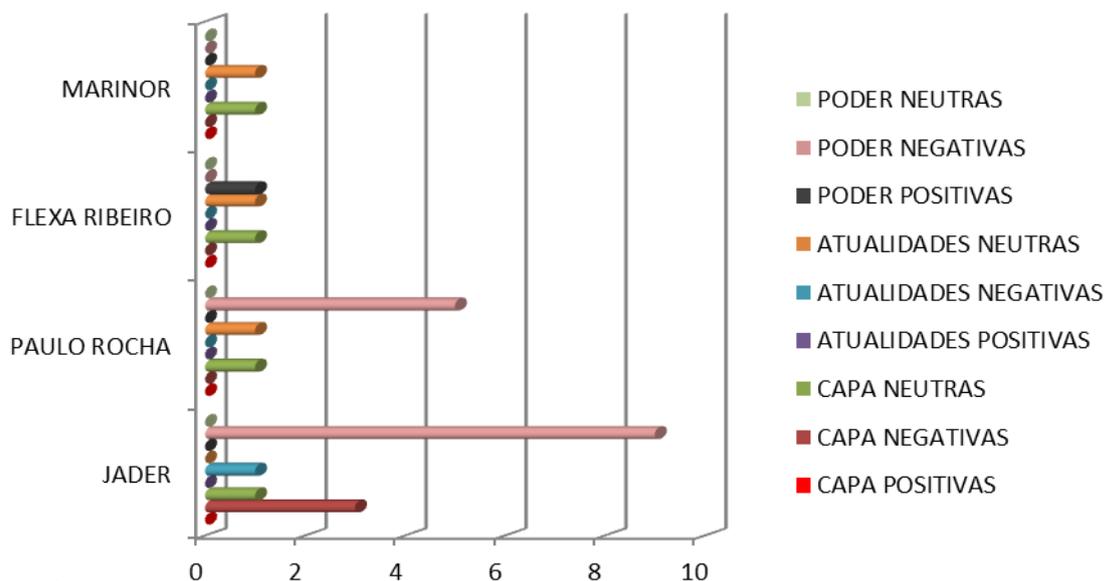


GRÁFICO 31 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa de O Liberal e nos cadernos “Atualidades” e “Poder” – 1º a 3 de outubro.

FONTE: Jornal O Liberal – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

Flexa Ribeiro, do PSDB, partido ao qual se alinha o veículo, é o único citado positivamente no caderno “Poder”. Todos os candidatos, a exceção de

Barbalho, recebem notícias neutras e os dois maiores concorrentes de Ribeiro são incididos com notícias negativas.

O Diário do Pará, no mesmo período, traz em suas páginas cinco notícias positivas sobre Barbalho – nenhuma no caderno “Eleições”, preferindo a capa para a disposição de uma notícia (20%) e o caderno “Cidades” para as quatro outras (80%). O caderno “Eleições” é escolhido para estampar duas notícias neutras acerca do candidato (66,7%), que recebe mais uma no “Cidades” (33,3%).

Paulo Rocha, na esteira de Barbalho, é agraciado com cinco notícias: uma positiva, uma negativa e três neutras (uma em cada um dos cadernos) – de acordo com o demonstrado na Tabela 32.

TABELA 32 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo valência na Capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – 1º a 3 de outubro

SENADOR	DIÁRIO DO PARÁ – OUTUBRO – 1 A 3																		TOTAL						
	CAPA						CIDADES						ELEIÇÕES							TOTAL					
	POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU		POS		NEG		NEU			POS		NEG		NEU	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		F	%	F	%	F	%
JADER	1	20	0	0	0	0	4	80	0	0	1	33,3	0	0	0	0	2	66,7	5	100	0	100	3	100	8
PAULO ROCHA	0	0	0	0	1	33,3	1	100	1	100	1	33,3	0	0	0	0	1	33,3	1	100	1	100	3	100	5
FLEXA RIBEIRO	0	0	0	0	1	25	0	0	1	50	2	50	0	0	1	50	1	25	0	100	2	100	4	100	6
MARINOR	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	0	0	0	0	2	100	0	100	1	100	2	100	3
TOTAL DE NOTÍCIAS DE TODOS OS CANDIDATOS DIÁRIO																			22						

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

Em números absolutos fica perceptível, no Gráfico 32, a pouca participação, como de praxe, da candidata Marinor, do PSOL, com três notícias, e do candidato do PSDB, Flexa Ribeiro, com seis, sendo quatro neutras e duas positivas.

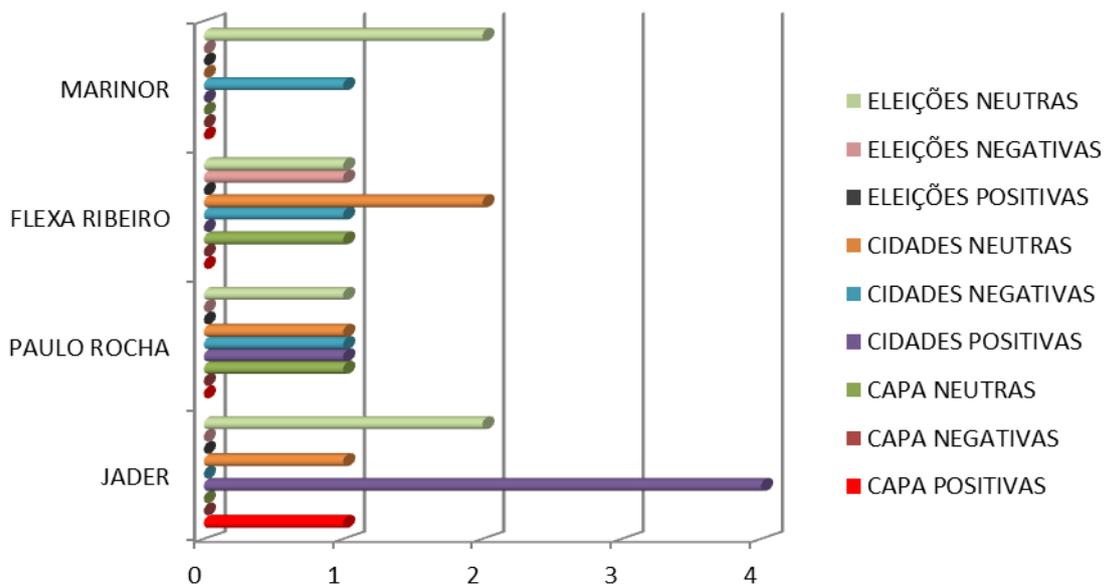


GRÁFICO 32 – Quantidade de matérias publicadas por candidato ao senado segundo frequência, em números absolutos, na capa do Diário do Pará e nos cadernos “Cidades” e “Eleições” – 1º a 3 de outubro.

FONTE: Jornal Diário do Pará – edições de 1º a 3 de outubro de 2010.

Na veiculação das informações sobre os candidatos que concorriam a uma vaga de senador, a diferença entre os dois jornais quanto ao apoio a determinada candidatura ficou evidente. O jornal O Liberal deu um destaque preferencialmente negativo para a candidatura de Paulo Rocha e taxativamente negativo à de Jader Barbalho, além de um tratamento mais positivo para as candidaturas de Flexa Ribeiro e Marinor.

O Diário do Pará, ao contrário, deu destaque preferencialmente positivo para a candidatura de Jader Barbalho e Paulo Rocha, se manteve um pouco mais neutro em relação a Flexa Ribeiro e não ofereceu nenhum destaque à candidatura de Marinor.

As manchetes e informações veiculadas pelo jornal O Liberal deram grande destaque na divulgação de notícias sobre a chamada Lei da “Ficha Limpa”, acusando os dois principais adversários do candidato do PSDB, Jader Barbalho e Paulo Rocha, ambos com risco de terem suas candidaturas impugnadas pela aplicação da lei³⁸, de tornarem-se inelegíveis por serem “ficha suja”. O grande destaque dado pelo jornal a esta questão demonstra claramente sua intenção de influenciar a opinião pública, já que Jader aparecia

³⁸ Jader Barbalho e Paulo Rocha, mesmo bem votados, não tiveram seus votos contabilizados após a eleição, devido decisão do TSE que os enquadrou na Lei da Ficha Limpa. Assumiram os cargos de Senador(a), pelo Pará, Flexa Ribeiro (PSDB) e Marinor Brito (PSOL), até a decisão final do TSE, como já mencionado neste trabalho.

em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto e havia grande disputa pelo segundo lugar entre Paulo Rocha e Flexa Ribeiro.

Portanto, acredita-se que a estratégia do jornal O Liberal em denunciar os principais adversários do PSDB como fichas sujas se constituía numa manobra para produzir uma transferência de votos dos dois candidatos para Flexa Ribeiro e Marinor.

No caso do Jornal Diário do Pará, a principal preocupação em relação à divulgação das informações era neutralizar as acusações do jornal adversário sobre a candidatura de Jader Barbalho e sua relação com a Lei da “Ficha Limpa”. Por esta razão, além de divulgar irrisórias matérias negativas quanto à candidatura Jader, o jornal se posicionou preferencialmente de forma positiva quando se referia a este candidato.

Paulo Rocha também recebeu tratamento positivo, pois além de disputar votos com o principal concorrente de Jader Barbalho, ainda estava enquadrado na mesma situação política que este, com possibilidades de inelegibilidade pela aplicação da Lei da “Ficha Limpa”. Portanto, defender Rocha significava, também, defender Jader frente à opinião pública.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresenta os resultados de pesquisa procedida sobre a relação existente entre mídia e política no estado do Pará, a partir da premissa de que uma sociedade democrática exige a publicização de informações atinentes às atividades governativas e parlamentares, papel a ser exercido, dentre outros meios, pela imprensa, idealmente livre e atuante, capaz de exercer a função, de cunho social e de interesse público, de mediação entre as atividades políticas e a população, possibilitando a esta o exercício do direito de fiscalização e de influência nas ações de seus representantes políticos.

Entretanto, para efeito desta pesquisa, partimos da proposição de que a atividade informativa exercida pela imprensa não se constitui como algo neutro, imparcial, descompromissado ou a-político. Ao contrário, os veículos de comunicação, como integrantes de uma sociedade plural, alinham-se a determinados projetos políticos e procuram, por meio da divulgação das informações, favorecer determinados projetos políticos, oferecendo ao eleitor um cardápio de notícias com teor positivo dos candidatos de sua preferência e notícias com teor negativo sobre os candidatos adversários. Neste sentido, os veículos da grande imprensa utilizam a divulgação da informação como estratégia para influenciar na decisão do eleitor de forma a favorecer determinados partidos ou candidatos.

Tendo, portanto, como foco de investigação a utilização da informação pela mídia para defender determinado projeto político e influenciar na decisão do eleitor, o seguinte questionamento constituiu-se enquanto problema de pesquisa: **durante a campanha eleitoral de 2010 para os cargos majoritários do Estado do Pará, no primeiro turno, quais as estratégias e recursos que os jornais “O Liberal” e o “Diário do Pará” utilizaram para favorecer (ou prejudicar) os grupos que defendem (ou rejeitam) a partir da veiculação da informação?**

Para responder a esta pergunta, duas hipóteses principais foram levantadas. Primeiramente, afirmou-se que os jornais analisados, de acordo com seu posicionamento político, procuram criar uma percepção negativa e/ou positiva dos candidatos por parte do eleitorado. Posteriormente, que o advento da Lei da Ficha Limpa – a Lei Complementar nº. 135/2010 – produziu

posicionamentos diferentes dos jornais em relação às candidaturas dos que estavam enquadrados na lei, atingindo o eleitor.

Para o desenvolvimento desta pesquisa documental, procedida por meio da análise de 1.469 notícias publicadas por dois dos mais importantes jornais do Pará, de 1º de julho a 3 de outubro de 2010, relativamente à campanha eleitoral para os cargos de governador e senador, no primeiro turno, foi utilizada como base a metodologia proposta pelo DOXA/IUPERJ, que busca no conteúdo discursivo das notícias divulgadas pelos jornais inferências qualitativas, aplicando critérios de valência positiva, negativa ou neutra.

O universo pesquisado visou à identificação de aproximação dos veículos aos projetos políticos dos candidatos àquela eleição, estabelecendo, assim, as relações existentes entre a mídia e a política, que objetivam dirigir o voto do eleitor para determinado candidato.

Foram analisadas 1.074 notícias veiculadas sobre os candidatos ao cargo de governador, Simão Jatene, do PSDB; Ana Júlia Carepa, do PT; Domingos Juvenil, do PMDB; Fernando Carneiro, do PSOL; e Cleber Rabelo, do PSTU, além de 395 notícias para o cargo de senador, relativamente aos candidatos do PMDB, Jader Barbalho; do PT, Paulo Rocha; do PSDB, Flexa Ribeiro; e do PSOL, Marinor Brito.

Além disso, foi necessário buscar a evolução histórica da relação entre mídia e política nos contextos nacional e estadual, bem como proceder à descrição de diversas teorias que interpretam a relação entre mídia e política.

A análise verificou que a primeira hipótese estipulada foi plenamente confirmada, visto que os jornais analisados utilizaram a divulgação da informação para defender determinado projeto político e, ao mesmo tempo, rejeitar os candidatos dos partidos adversários. Para isso, veicularam notícias com maior teor de positividade para os candidatos de sua preferência e outras com maior teor de negatividade para os candidatos dos partidos adversários, em relação aos candidatos disponíveis no mercado de votos aos cargos de governador e senador.

Prova disso é a quantidade de notícias negativas veiculadas nos jornais O Liberal e Diário do Pará, por exemplo, sobre a candidata Ana Júlia, então governadora do Estado, que não era a preferida por nenhum dos veículos analisados. Por esta razão, Ana Júlia foi duramente criticada por

ambos os jornais, visto que dominava a máquina administrativa no momento da eleição e se apresentava como o principal adversário a ser combatido tanto pelo jornal O Liberal, que defendia a candidatura de Simão Jatene, do PSDB, quanto pelo Diário do Pará, que tinha preferência pelo candidato do PMDB, Domingos Juvenil.

Nesta situação, Ana Júlia foi citada por O Liberal 132 vezes, das quais 50,7% negativamente. O Diário do Pará mencionou a candidata 171 vezes, sendo que 52,6% das notícias eram negativas. Por outro lado, O Liberal veiculou sobre Simão Jatene 102 notícias, sendo 49,5% positivas, 37,1% neutras e apenas 13,3% negativas. Já o Diário do Pará, defensor mais alinhado ao PMDB de Domingos Juvenil, atribuiu a Jatene, das 140 notícias publicadas, 53,6% informações neutras, 29,3% positivas e apenas 17,1% negativas.

De O Liberal, Domingos Juvenil teve 78 citações, das quais 14,1% foram positivas, 16,7% negativas e 69,2% neutras. O Diário do Pará citou o candidato 122 vezes, sendo que a maioria das notícias teve caráter neutro – 62,3%. As notícias positivas representaram 32% do total e as negativas apenas 5,7%.

Ressalta-se que Ana Júlia e Juvenil disputavam, efetivamente, a segunda vaga na eleição para levar a decisão para o 2º turno. E esse cenário demonstra a tentativa do Diário do Pará de buscar nos eleitores de Ana Júlia os votos necessários para alçar o candidato do PMDB à condição de concorrente direto de Jatene.

Os candidatos ao governo também foram alvo de manchetes que deixavam claras as posturas dos veículos, positivas ou negativas. Ana Júlia Carepa foi negativada pelos dois jornais. Do total de 187 notícias (em todos os cadernos) destinadas à candidata, 91 foram negativas, representando 48,7% no período pesquisado.

A segunda hipótese, relativa à forma como os veículos atuaram na divulgação das notícias a partir do advento da aprovação da Lei da Ficha Limpa, também se confirmou. Foi possível notar, por exemplo, os interesses particulares dos dois veículos nas manchetes principais de algumas de suas edições, especialmente no que se refere à divulgação da aprovação da Lei da Ficha Limpa e suas consequências – o possível indeferimento das candidaturas de Jader Barbalho e Paulo Rocha ao Senado, por terem

renunciado aos seus respectivos mandatos, evitando a cassação em função de denúncias de corrupção.

Durante todo o período pesquisado, a cada nova decisão do poder judiciário em relação à aplicabilidade da referida Lei, O Liberal e Diário do Pará confrontavam-se, publicando a informação devidamente interpretada de acordo com seus interesses particulares. O primeiro voltado à execração pública de Jader Barbalho e, conseqüentemente, de Paulo Rocha, enquadrados na Lei; o segundo, procurando manter na cabeça do eleitorado o nome de Barbalho como candidato ao senado, e sempre em primeiro lugar nas pesquisas eleitorais.

A análise dos dados, relativamente aos candidatos ao senado, demonstrou claramente o posicionamento dos jornais. O Liberal publicou 185 notícias sobre os quatro concorrentes às duas vagas disponíveis, das quais, 43,2% sobre Barbalho. Destas, que totalizaram 80 citações, 87,5% foram negativas e 12,5% neutras, não recebendo o candidato, deste veículo, nenhuma referência positiva. O Diário do Pará, por seu turno, publicou um total de 208 notícias sobre os candidatos, sendo que, destas, 34,6% citavam Jader Barbalho, que alcançou um índice de 50% de notícias positivas, 38,9% neutras e apenas 11,1% negativas.

Constatou-se, portanto, que, também no Pará, a mídia é um ator que se utiliza das notícias para influenciar o voto do eleitorado, visando atingir seus interesses empresariais e políticos, visto que os jornais O Liberal e Diário do Pará posicionam-se de forma a criar, junto ao eleitor paraense, percepções negativas e/ou positivas em relação a determinados candidatos e a promulgação da Lei da Ficha Limpa gerou posicionamentos distintos dos veículos relativamente às candidaturas dos políticos nela enquadrados, buscando atingir o eleitor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002.

_____. **A Democratização no Brasil: Atores e Contextos**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.

_____. **Transição em Fragmentos: Desafios da Democracia no Final do Século XX**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2001.

ALDÉ, Alessandra. As eleições presidenciais de 2002 nos jornais. **ALCEU** - v.3 - n.6 - p. 93 a 121 - jan./jun. 2003.

ANJ – Associação Nacional de Jornais. **Imprensa brasileira: dois séculos de história**. Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianobrasil/arquivos-em-pdf/Imprensa_Brasileira_dois_seculos_de_historia.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2012.

BARROS, Antonio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum; LEMOS, Cláudia Regina Fonseca. As mídias legislativas e a redefinição da noticiabilidade política no Brasil. **Em Questão**. Vol. 14, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pAHBoHEF28AJ:www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/viewArticle/3142/3748+bernardes+-+m%C3%ADdia+e+pol%C3%ADtica+-+2008&cd=8&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a>>. Acesso em: 10 ago 2010.

BEZERRA, Heloisa Dias. **Cobertura Jornalística e Eleições Majoritárias: proposta de um modelo analítico**. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/tese_heloisadidas.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2012.

BEZERRA, Heloisa Dias; MUNDIM, Pedro Santos. **Qual foi o papel das variáveis midiáticas na eleição presidencial de 2010?**. *Opin. Publica* [online]. 2011, vol.17, n.2, pp. 452-476. ISSN 0104-6276. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762011000200007&script=sci_arttext>. Acesso em: 20 ago. 2012.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. Trad. Carmen C, Varriale et. ai.; coord. trad. João Ferreira; ver. geral João Ferreira e Luis Guerreiro Pinto Cacaís. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 13ª ed. 4ª reimpressão, 2010. Vol. 2: 656 p.

BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. Malheiros Editores. 10ª ed. Revista e atualizada. 9ª tiragem, 2000.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1988.

_____. **Lei Complementar nº. 135**. 2010.

CATTETE, Odacyl Souza. **Odacyl de tal...** Livro inédito deixado pelo autor.

COSTA, Catiane Trindade da. **A Imprensa no Grão-Pará no Século XIX**. Disponível em:
<http://amazoniagraopara.ufpa.br/publicacoes/Imprensa_grao_para.pdf>. Acesso em: 10 set. 2012.

CRUZ, Ernesto. **Procissão dos Séculos: Vultos e Episódios da História do Pará**. Belém, 1952, reeditado em 1999.

DIÁRIO ONLINE – DOL. Web Site do Jornal Diário do Pará.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: e a profissão de jornalista**. 9. ed. São Paulo: Summus, 2009.

DOMINGUES, Adriano da Silva. **A parcialidade impressa: o subliminar nas eleições de 2006 no Tocantins**. Trabalho apresentado na INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em:
<<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=33577>>. Acesso em: 21 ago. 2012.

DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. São Paulo: Edusp, 2002.

FERNANDES, Phillippe; SEIXAS, Netília. Imprensa e Política na Belém do início do século XIX (1820-1830). Artigo apresentado à **INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Rio Branco – AC.** 27 a 29 de maio, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2010/resumos/R22-0153-1.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

_____. Comunicação & História: a imprensa de Belém no alvorecer do século XX. Artigo apresentado no **VIII Encontro Nacional de História da Mídia. Unicentro, Guarapuava-PR** – 28 a 30 de abril de 2011. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0CGUQFjAH&url=http%3A%2F%2Fpaginas.ufrgs.br%2Falcar%2Fencontros-nacionais-1%2F8o-encontro-2011-1%2Fartigos%2FComunicacao%2520-%2520Historia%2520a%2520imprensa%2520de%2520Belem%2520no%2520alvorecer%2520do%2520seculo%2520XX.pdf%2Fdownload%2Ffile&ei=mFBaUJnclI2a8gTlI4HoCw&usq=AFQjCNEZ-QFSVJsrMT_N9C_VlwmRzmRmTA&sig2=RKjDloF9zyBY2GPLRmCQQQ&cad=rja>. Acesso em: 20 set. 2012.

FERREIRA, Paulo Roberto. Mais de 180 anos de imprensa na Amazônia. Artigo apresentado no **3º Encontro Nacional da História da Mídia, promovido pela da Rede Alfredo Carvalho – Novo Hamburgo (RS)** – abril/2005.

FONSECA, Francisco C. P. Mídia e democracia: falsas confluências. **Revista de Sociologia e Política.** n. 22, Curitiba, jun. 2004. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782004000100003&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 ago 2010.

_____. **Mídia e poder:** elementos conceituais e empíricos para o desenvolvimento da democracia brasileira. n. 1509. Texto para discussão. IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. 2010. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/tds/td_1509.pdf>. Acesso em out. 2010.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa.** São Paulo: Editora Paulus, 2004.

GOMES, Marcelo Bolshaw. **A imagem pública de Lula e Eleições Presidenciais Brasileiras (1989/2002).** Trabalho apresentado no I Congresso da COMPOL (Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e

Política), Salvador, UFBA, 2006. Disponível em:
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-bolshaw-lula.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

JAKOBSEN, Kjeld. A cobertura da mídia impressa aos candidatos nas eleições presidenciais de 2006. In: LIMA, Venâncio A. de. (org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2007. pp.31-64.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

LEAL, Expedito. **Um jornal de campanha**. Campinas: Editora Komedi, 2007. 272 p.

LIMA, Venício Artur de. Sete teses sobre mídia e política no Brasil. In: **Rev. USP [online]**. 2004a, n.61, pp. 48-57. ISSN 0103-9989. Disponível em:
<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S0103-99892004000200006&script=sci_arttext>. Acesso em: 03 jun. 2012.

_____. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004b.

_____. (org.). **A Mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2007a.

_____. Eleições 2006, um balanço. O papel da mídia na campanha presidencial. 24 jul. 2007b. In: **Observatório de Imprensa**, ed. 443. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-papel-da-midia-na-campanha-presidencial>>. Acesso em: 20 maio 2012.

MIGUEL, Luis Felipe. Dossiê Mídia e Política. In: **Revista Sociologia e Política**. Curitiba, 22, p. 7-12, jun. 2004a. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n22/n22a02.pdf>>. Acesso em: 05 set. 2011.

_____. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. In: **Opinião Pública**, Campinas, Vol. X, nº 1, Maio, 2004b, p. 91-111. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v10n1/20316.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2012.

_____. O possível, aquém do necessário: transformando a ação política da mídia no Brasil. In: LIMA, Venício A. de. **A Mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2007. pp. 213-235.

MOREIRA, Elizabeth Huber. **A Mídia e o Exercício do Poder na Atualidade**. Rio Grande do Sul: EDUNISC, 2002.

MUNDIM, Pedro Santos. **Tomando partido?** Uma análise da cobertura dos jornais nas eleições presidenciais brasileiras de 2002 e 2006. Trabalho provisório, ainda não publicado, gentilmente cedido pelo autor para a confecção desta pesquisa. 2011 – sem paginação.

_____. Cientistas Políticos, Comunicólogos e o Papel da Mídia nas Teorias da Decisão do Voto. In: **Revista Política Hoje**. Vol. 19, n. 2, 2010 – p. 338-364. Disponível em: <<http://www.politica hoje.ufpe.br/index.php/politica/article/view/81/52>>. Acesso em 20 ago. 2012.

NEGREIROS, Davys Sleman de. Mídia e política: a metamorfose do poder. In: **Revista Espaço Acadêmico**. Ano II, n. 19. Dez. 2002. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/019/19cnegreiros.htm>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

NOBLAT, Ricardo. **A Arte de Fazer um Jornal Diário**. São Paulo: Contexto, 2002 (Coleção Comunicação).

O LIBERAL DIGITAL. Web Site do Jornal O Liberal.

PINTO, Lúcio Flávio. "**Dossiê Censura**" do *Jornal Pessoal*. JORNAL PESSOAL. Edição da segunda quinzena de fevereiro de 2011. Blog Luis Nassif Online. Disponível em: <<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/o-dificil-caminho-da-imprensa-no-para>>. Acesso em: 15 dez. 2011.

REVISTA VEJA. Web Site. 2012. Acesso em: 15 ago. 2012.

RUBIM, A. A. C. & AZEVEDO, F. A. **Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa**. Lua Nova, São Paulo, n. 43, p. 189-216. 1998.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O Marketing Eleitoral**. São Paulo: Publifolha, 2002 (Folha Explica).

SOARES, Murilo César. **Representações, jornalismo e a esfera pública deocrática**. São Paulo : Cultura Acadêmica Editora, 2009.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4. Ed. Mauad, 1999.

SOUZA, Carlos Augusto da Silva. **Geografia eleitoral e padrões de competição política no Estado do Pará**. Tese de doutorado apresentada ao IUPERJ, 2006.

ZANARDI, Bianca Botter. **A imprensa e a liberdade de expressão no estado democrático de direito**: análise da concepção de justiça difundida pelos meios de comunicação de massa. Trabalho vencedor do Prêmio Francisco Cunha Pereira Filho, do Instituto dos Advogados do Paraná. Curitiba – PR, 2010. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/noticias-dos-associados/instituto-dos-advogados-do-parana-entrega-premio-francisco-cunha-pereira-filho/>>. Acesso em: 20 ago. 2012.