

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA  
POLÍTICA**

**ALINE LOUIZE DELIBERALI ROSSO**

**A INFLUÊNCIA DA POLÍTICA NA PRODUÇÃO  
JORNALÍSTICA: UMA ANÁLISE SOBRE A EDITORIA DE  
POLÍTICA DO JORNAL DIÁRIO CATARINENSE**

Dissertação submetida ao Programa de  
Pós-Graduação Em Sociologia Política  
da Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Mestre em Sociologia Política  
Orientador: Prof. Dr. Yan de Souza  
Carreirão

Florianópolis

2011

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária  
da  
Universidade Federal de Santa Catarina

R838i Rosso, Aline Louize Delibereali

A influência da política na produção jornalística  
[dissertação] : uma análise sobre a editoria de política do  
jornal Diário Catarinense / Aline Louize Delibereali Rosso ;  
orientador, Yan de Souza Carreirão. - Florianópolis, SC, 2011.  
165 p.: grafs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa  
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de  
Pós-Graduação em Sociologia Política.

Inclui referências

1. Sociologia política. 2. Jornalismo - Aspectos políticos.  
3. Crime e imprensa. 4. Mídia. I. Carreirão, Yan de Souza. II.  
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-  
Graduação em Sociologia Política. III. Título.

CDU 316



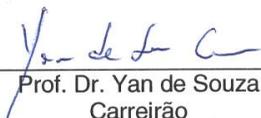
**Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política**

Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Campus Universitário - Trindade  
Caixa Postal 476  
Cep: 88040-900 - Florianópolis - SC - Brasil  
E-mail: [ppgsp@cfh.ufsc.br](mailto:ppgsp@cfh.ufsc.br)

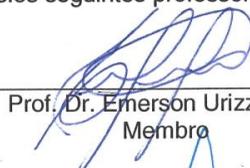
**A influência da política na produção jornalística: uma análise sobre a editoria de política do jornal diário catarinense**

**Aline Louize Deliberali Rosso**

Esta dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final pelo Orientador e pelos demais membros da Banca Examinadora, composta pelos seguintes professores:



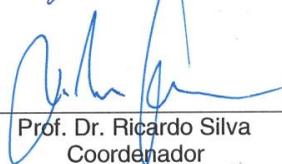
Prof. Dr. Yan de Souza  
Carreirão  
Orientador



Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi  
Membro



Dr. Paulo Fernando Liedtke  
Membro



Prof. Dr. Ricardo Silva  
Coordenador

FLORIANÓPOLIS (SANTA CATARINA) MAIO DE 2011.

Fone (48) 3721-9253 Fax: (48) 3721-9098

<http://www.sociologia.ufsc.br/>

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, aos grandes incentivadores da minha trajetória acadêmica, meus pais, que além de me apoiarem, sempre estiveram prontos para me amparar nos momentos mais difíceis, em todos os aspectos de minha vida.

Ao meu amor, pelo incentivo, amor e compreensão nos momentos difíceis e por sempre estar ao meu lado, o que é mais importante.

Ao meu orientador, Professor Dr. Yan de Souza Carreirão, que sempre conduziu com paciência e dedicação a orientação do meu trabalho, e que antes de tudo aceitou minha ideia de pesquisa.

Aos meus amigos de mestrado, por dividirem comigo as diversas questões e angústias sobre o processo acadêmico.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política (PPGSP), pela “passagem” de conhecimento através das aulas, seminários e palestras.

Aos funcionários da PPGSP, os quais sempre me concederam sua atenção e, com paciência, sanaram minhas dúvidas.

A toda equipe de jornalistas e editores, principalmente da Editoria de Política do Diário Catarinense, que permitiram a realização da pesquisa de campo e, conseqüentemente, tornaram a ideia dessa pesquisa completa.

À CAPES, pela bolsa que me deu a oportunidade de realizar meu mestrado com dedicação integral.

## RESUMO

Existem vários fatores que influenciam na produção da informação. O presente trabalho tem como objetivo analisar a inter-relação entre o campo jornalístico e o campo político na produção informativa – mais especificamente na produção da Editoria de Política (EP) do Diário Catarinense. Foram utilizados três aportes metodológicos: uma observação direta na redação do Diário Catarinense (na Editoria de Política), uma entrevista sobre o processo de produção da notícia com os editores de política e uma análise das matérias publicadas (de forma qualitativa e, em parte, quantitativa). A pesquisa realizou-se em dois períodos distintos: outubro de 2009 (não eleitoral) e agosto de 2010 (pré-eleitoral), visando a verificar se as influências do campo político eram maiores no período pré-eleitoral. Como aportes teóricos utilizam-se os conceitos de campo e habitus e outros conceitos próprios da comunicação política – como agendamento, enquadramento, critérios de noticiabilidade, newsmaking e objetividade. O conceito de campo traduz, de certa forma, a complexidade das relações existentes durante o processo de produção da notícia. Dessa maneira, as influências sobre a produção informativa não são somente externas (como é o caso das influências do campo político), mas também internas ao campo jornalístico. Ligada com essa ideia, a hipótese é a de que a produção da notícia na editoria de política é, sim, influenciada por fatores externos, como o campo político. Porém as características profissionais do campo jornalístico (relacionadas à noção de habitus) exercem uma maior influência na produção da notícia. A partir da comparação entre os períodos verificou-se um aumento na preocupação dos jornalistas do impresso com a objetividade e a neutralidade das matérias durante o segundo período. As tentativas de influência do campo político sobre o jornalístico ocorreram nos dois períodos, mas no período pré-eleitoral, devido ao maior monitoramento da produção da notícia (por possuir uma carga potencial maior de influências do campo político, pelas eleições), a cobertura do impresso busca tornar-se mais “fechada” às influências do campo político. Desse modo, a hipótese inicial do foi de certa forma reforçada: as influências do campo político certamente existem; no entanto, pelo fato de as regras internas do campo jornalístico atuarem enfaticamente na produção da notícia, isso resulta em certo grau de “fechamento do campo jornalístico” àquelas influências.

**Palavras-chave:** Campo jornalístico; Campo político; Newsmaking; Mídia e política

## ABSTRACT

There are several factors that influence the production of information. This study aims to examine the interrelationship between the journalistic field and the political field in the production of information - more specifically in the production of the Politics Editorial (PE) in the *Diário Catarinense*. Three methodological approaches were used: direct observation in the writing department of the *Diário Catarinense* (Politics Editorial), an interview about the news production process with the politics editors and an analysis of articles published (qualitative and partly quantitative). The research was carried out in two distinct periods: October 2009 (non-election period) and August 2010 (pre-election) in order to verify whether the influences of the political field were higher in the pre-election period. Concepts of habitus and field and other concepts inherent to political communication are used in this study as theoretical background - such as scheduling, supervision, criteria of newsworthiness, newsmaking and objectivity. The field concept translates to some extent, the complexity of the relationship during the news production process. Thus, the influences on production are not only external information (such as the influences of the political field), but also internal to the journalistic field. Linked with this idea, the hypothesis is that the news production in the politics editorial is indeed influenced by external factors such as the political field. But all the professional features of the journalistic field (related to the notion of habitus) exert a greater influence on news production. From the comparison between the periods, an increase in the concern of those journalists with objectivity and neutrality of the materials was noticed during the second period. Attempts from the political ground to influence the journalistic field occurred in both periods, but in the pre-election period, due to thorough monitoring of the news production (as the period presents greater possibilities of potential political influences, with the elections being so close), the newspaper coverage tends to become more "closed" to influences from the political field. Thus, the hypothesis of the study was somewhat strengthened: The political field certainly exerts some influence, however, because the internal rules of the journalistic field act boldly in the news production, this results in some degree of "protection of the journalistic field" against those influences.

**Keywords:** Journalistic field; Political field; Newsmaking, Media and Politics.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Espaço ocupado pelos candidatos .....	101
Tabela 2 – Enquadramento das matérias.....	102
Tabela 3 – Número de matérias segundo a valência .....	104
Tabela 4 - Valência das matérias, sem as matérias com o enquadramento “corrida de cavalos” .....	106
Tabela 5 - Área ocupada (cm <sup>2</sup> ) pelos candidatos conforme a valência das matérias de cada um.....	107
Tabela 6 - Área ocupada (cm <sup>2</sup> ) pelos candidatos conforme a valência das matérias de cada um - sem as matérias com o enquadramento “corrida de cavalos” .....	108

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I – Habitus, campo, política e jornalismo.....</b>	<b>13</b>
I.1. Os conceitos de campo, habitus e capital.....	13
I.1.1. O campo político.....	22
I.1.2. Relações entre o campo jornalístico e o campo político.....	23
I.2. As pesquisas de mídia e política no Brasil.....	26
<b>CAPÍTULO II - Abordagens e conceitos na área de comunicação e política.....</b>	<b>32</b>
II.1. O agendamento.....	32
II.2. O enquadramento.....	35
II.3. Newsmaking.....	37
II.4. Objetividade jornalística e profissionalismo.....	42
II.5. Critérios de noticiabilidade ou valores-notícia .....	49
II.6. O jornalismo e os impressos diários.....	53
<b>CAPÍTULO III – A editoria de política do Diário Catarinense: uma metodologia para a compreensão do processo de produção noticiosa.....</b>	<b>56</b>
III.1. O Diário Catarinense.....	56
III. 2. A metodologia.....	60
III.3. A produção da notícia.....	63
III.4. As influências internas do campo jornalístico .....	67
III.4.1. Objetividade e neutralidade enfatizadas no período pré-eleitoral.....	67
III.4.2. Os interesses dos (e)leitores delineando as notícias.....	73
III.4.3. Jorginho Mello: um caso específico.....	80
III.5. A relação jornalista-fonte.....	85
III.6. A influência econômica – os anúncios tomando os espaços das notícias.....	89
III.7. A influência externa do campo político e a interferência interna do campo jornalístico delineando a notícia.....	91
III.8. A cobertura dos três principais candidatos ao governo de SC no DC: uma análise quantitativa.....	99
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>111</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>117</b>
<b>APÊNDICE I – Entrevista com os editores da editoria de política.....</b>	<b>125</b>
<b>APÊNDICE II – Critérios para análise qualitativa das matérias.....</b>	<b>132</b>
<b>ANEXO I - Artigo 35, da Resolução 23.191 do TSE.....</b>	<b>135</b>

<b>ANEXO II – Editoriais do diário catarinense.....</b>	<b>137</b>
<b>ANEXO III – Matérias da série “Um perfil diferente”.....</b>	<b>140</b>
Matéria 1 – Perfil de Angela Amin – matéria publicada em 17/08/2010.....	140
Matéria 2 – Perfil de Ideli Salvatti – matéria publicada em 18/08/2010.....	142
Matéria 3 - Perfil de Raimundo Colombo – matéria publicada em 19/08/2010.....	144
<b>ANEXO IV – Matérias da série “Vida Real”.....</b>	<b>146</b>
Matéria 4 - “Alta complexidade: como dar saúde ao doente mais grave” -publicada no dia 15 de agosto de 2010.....	146
Matéria 5 - Cultura em SC – como investir o dinheiro público”- publicada em 23/08/2010.....	148
<b>ANEXO V – Matérias do “caso Jorginho Mello”.....</b>	<b>150</b>
Matéria 6- “Jorginho Mello chega ao governo” – publicada em 10/11/2009.....	150
Matéria 7 – “Interino com uma agenda de candidato” - publicada em 12/11/09.....	151
Matéria 8 – “Queda de Jorginho em dia de devoção” - publicada em 13/10/2009.....	152
Matéria 9 – “Agenda será cumprida” publicada em 14/10/1009”.....	153
Matéria 10 – “Votação extremamente rápida” - publicada em 15/10/2009.....	154
Matéria 11 – “Revezamento no poder” – publicada em 21/11/2009...	155
<b>ANEXO VI – Matérias do “Caso IPUF”.....</b>	<b>156</b>
Matéria 12 – “Caso IPUF – Contrato vai ser extinto” - publicada em 05/08/2010.....	156
Matéria 13 – “Caso IPUF – Entre os emails e a agenda” - publicada em 04/08/2010.....	157
Matéria 14 – “Caso IPUF – Vereador quer cassar Dário” - publicada em 05/08/2010.....	158
<b>ANEXO VII – Matérias “soltas” analisadas.....</b>	<b>159</b>
Matéria 15 – “A alimentação é a mesma, mas o vale...” - publicada em 11/11/2009.....	159
Matéria 16 – “Declaração de Bens” - publicada em 07/08/2010.....	160
Matéria 17 – “Um prédio de R\$ 25 milhões” - publicada em 02/10/2009.....	161
Matéria 18 – “Balanço – Prestação de contas descentralizada” - publicada em 11/11/2009.....	162
Matéria 19 – “Memória Política – Você lembra em quem votou na última eleição?” - publicada em 12/08/2010.....	164

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho centra-se na discussão sobre a inter-relação do campo jornalístico e o campo político, mais especificamente em uma análise da interferência do campo político na produção das notícias. O recorte empírico de análise é a produção informativa da Editoria de Política (EP) do Diário Catarinense (DC).

Atualmente os meios de comunicação possuem um espaço de destaque na sociedade. Sabemos que por trás das produções jornalísticas existem diversos fatores que influenciam o produto final, a notícia. Uma questão central para este estudo é investigar, dentre esses fatores, como o campo político interfere no dia-a-dia do fazer jornalístico. Qual a influência real do campo político no campo jornalístico?

Pierre Bourdieu (2007) conceitua o campo político como um palco para as disputas simbólicas pelo poder. Ainda, o campo político pode ser comparado à lógica do mercado, assim há uma concorrência entre os políticos para que estes consigam vender suas ideias, projetos, planos (produtos) aos cidadãos (os consumidores) que se veem muitas vezes sem saber por qual político ou proposta optar (BOURDIEU, 2007). Por conseguinte, os meios de comunicação servem de instrumentos para que os políticos tornem-se visíveis ao público. Há, assim, um interesse do campo político em estar presente no campo jornalístico. Portanto, questões ou fatos relacionados à política acabam influenciando a produção jornalística.

Nesses dois campos sociais existe uma complexa inter-relação: tanto a política interfere no jornalismo, quanto o jornalismo interfere na política. Alguns teóricos afirmam que houve mudanças no fazer político depois do advento dos meios de comunicação (RUBIM, 2002). A mídia interfere em diversos campos da vida social. No entanto, outros campos sociais também intervêm na produção jornalística. Há também a questão de que no Brasil os meios de comunicação “escondem” a sua opinião política, de uma forma que o público não reconheça a posição do veículo. “No Brasil não faltam exemplos desta interseção de interesses e de ações [...] um exemplo recente pode ser encontrado na verdadeira cruzada implementada pela revista *Veja*, contra o governo Lula” (BEZERRA, 2005, p.5). Além disso, há também a questão de os meios de comunicação serem propriedades de políticos.

Isto é, no Brasil a política e a mídia estabelecem relações muito próximas, chegando às vezes até a se confundir. Por isso é tão importante estudar como a política influencia a produção jornalística diária. Com a análise de elementos do processo de produção jornalística

do impresso Diário Catarinense (regional) tentaremos perceber de que forma se dá a relação entre o jornalismo e a política local e regional do município de Florianópolis e do estado de Santa Catarina. O jornal abrange todo estado de Santa Catarina, possui uma periodicidade diária e um formato tablóide; foi criado em 1986 e é um dos mais conhecidos do estado.

Como o trabalho jornalístico diário da Editoria de Política é atingido por fatores externos, oriundos do campo político (como interesses dos políticos)? Quais as influências do campo político na produção jornalística da Editoria de Política do Diário Catarinense? E as influências internas no campo jornalístico (como a posição do veículo perante as eleições), como elas interferem no processo de produção da notícia?

São inúmeros os estudos que trazem a análise sobre a cobertura jornalística de fatos, específicos ou isolados, principalmente sobre a cobertura das eleições. Por isso é importante estudar a influência do campo político fora desses episódios específicos, pois assim, se houver alguma interferência entre os dois campos, ela permanecerá também fora dos referidos períodos. Por isso a comparação entre o período não eleitoral (outubro de 2009) e o período pré-eleitoral (agosto de 2010) trará uma melhor compreensão das influências do campo político na produção jornalística na editoria de Política do jornal Diário Catarinense.

Além disso, existem poucos estudos envolvendo a relação entre os veículos de comunicações, regionais/locais, e a política. Segundo Colling (2007), raras são as pesquisas sobre eleições presidenciais e as coberturas jornalísticas que analisam impressos estaduais ou regionais. A maioria dessas pesquisas acompanha veículos de abrangência nacional, como a Folha de São Paulo, o Estado de São Paulo, a revista Veja e o Jornal Nacional.

Esta pesquisa também se justifica pelo acompanhamento da elaboração da notícia, o que muitas vezes é ignorado e somente é verificada a análise final do produto - não considerando os diversos fatores que interferem na produção da notícia. A perspectiva do *newsmaking* é utilizada na pesquisa pelo fato de “procura(r) descrever como as exigências organizativas e a organização do trabalho e dos processos produtivos influenciam na construção da notícia” (PEREIRA JUNIOR, 2005, p.14).

A hipótese que norteia o trabalho é a de que a produção da notícia na editoria de política é, sim, influenciada por fatores externos, como o campo político. Porém as características profissionais do campo

jornalístico (ou seja, o *habitus* jornalístico) exercem uma maior influência na produção da notícia.

O objetivo central do trabalho é analisar o processo de produção da notícia na editoria de política no impresso Diário Catarinense, visando a verificar se há e, em caso positivo, compreender como se dá a influência do campo político sobre tal processo de produção. São analisadas também as influências das características profissionais do campo jornalístico sobre esse processo. O trabalho empírico é centrado numa análise comparativa sobre a produção da notícia em um período não eleitoral (outubro de 2009) e um período pré-eleitoral (agosto de 2010). Para tanto, utilizam-se aportes metodológicos distintos: uma análise da produção da notícia (observação direta), uma análise do conteúdo das matérias (de forma qualitativa e, em parte, quantitativa), e uma entrevista sobre o processo de produção da notícia com os editores da Editoria de Política.

## CAPÍTULO I – Habitus, campo, política e jornalismo

O presente capítulo apresenta alguns dos principais conceitos sociológicos – tomados de Pierre Bourdieu – que norteiam esta pesquisa: campo e habitus, tanto em âmbito mais geral, como no âmbito do jornalismo, apresentando a forma como tais conceitos têm sido apropriados pelos pesquisadores na área de estudos de comunicação e política. Também são abordadas especificidades de cada um desses dois campos. De uma forma menos enfática são abordados os conceitos de capital e poder (que se relacionam com os conceitos anteriores). Uma revisão dos estudos de comunicação e política também é feita, pelo fato de que a interdisciplinaridade entre essas duas áreas se faz necessária na compreensão deste trabalho.

### I.1. Os conceitos de campo, habitus e capital

O sociólogo Pierre Bourdieu elaborou dois conceitos que permeiam sua concepção de mundo: campo e *habitus*. A autora do trabalho irá utilizá-los para exemplificar a relação entre o jornalismo e a política. O primeiro passo para entender esse processo é a compreensão dos conceitos. Depois é importante conhecer as características próprias do campo da política e do jornalismo, bem como as suas relações.

Antes de tudo, é válido ressaltar que a relação entre mídia e política é muito ampla. Dentro do conceito de mídia estão inseridos inúmeros meios de comunicação (como a televisão, rádio, internet, jornais, revistas, e outros) e também produtos culturais, como cd's, livros, filmes etc. No entanto, neste trabalho enfoca-se somente a relação entre o jornalismo e a política, sendo que o jornalismo (impresso) é entendido como apenas uma parte da mídia.

Os conceitos de campo e *habitus*, segundo Bourdieu, surgiram a partir da observação de suas pesquisas, sendo, portanto, frutos do trabalho empírico e não somente de revisões teóricas sobre o assunto (BOURDIEU, 2007). A visão do sociólogo, segundo Hermano (2006), situa-se numa “junção” entre o subjetivismo e o estruturalismo, que o “coloca a meia distância entre o subjetivismo, que desconsidera a gênese social das condutas individuais, e o estruturalismo, que desconsidera a história e as determinações dos indivíduos” (HERMANO, 2006, p.29). Desse modo, como mostra Vandenbergue (2006, p. 323-324), “Bourdieu integra dialeticamente a ação e estrutura, o *habitus* e o campo, em mesmo sistema de reprodução, superando, assim, a oposição entre o

subjetivismo e o objetivismo, mas dando-lhe um deslocamento claramente objetivista”.

A vida social traz um aprendizado contínuo aos agentes, e os valores, ideias e comportamento (ou seja, as práticas estruturadas) são interiorizados por eles, e conseqüentemente reproduzidos (MARTINO, 2005, p. 74). Entende-se, portanto, que a ênfase de seu trabalho está na estrutura, e não no indivíduo. O sociólogo francês também enfatiza que o conceito de *habitus* teve seu surgimento pela ruptura de um aspecto específico do paradigma estruturalista (que é a visão do indivíduo como passivo), sem estar ligado à filosofia do sujeito. O conceito de campo também estava ligado à busca de uma explicação pelo social (exterior ao sujeito) e pelo aspecto individual dos agentes – esta última é a característica da perspectiva cognitiva (BOURDIEU, 2007). Bourdieu faz suas pesquisas através de uma visão de mundo em que a dinâmica social se concentra nesses conceitos. Comentando esses tópicos em Bourdieu, Hermano (2006) postula que:

A dinâmica social se dá no interior de um “campo”, um segmento do social, cujos “agente”, indivíduos e grupos têm “disposições” específicas, a que ele denomina “habitus”. O campo é delimitado pelos valores ou formas de “capital” que lhe dão sustentação. A dinâmica social no interior de cada campo é regida pelas lutas em que os agentes procuram manter ou alterar as relações de força e a distribuição das formas de capital específico. Nessas lutas são levadas a efeito “estratégias” não-conscientes, que se fundam no “habitus” individual e dos grupos em conflito. Os determinantes das condutas individual e coletiva são as “posições” particulares de todo “agente” na estrutura de relações. De forma que, em cada campo, o “habitus”, socialmente constituído por embates entre indivíduos e grupos, determina as posições e o conjunto de posições determina o “habitus” (HERMANO, 2006, p.31).

Para Bourdieu (1983), o *habitus* de um determinado campo consiste em um conhecimento adquirido, que pode ser apreendido de maneira explícita ou implícita, sendo que é particular ao indivíduo (individual) e ao mesmo tempo coletivo (social), e sempre está ligado à determinada “classe” específica. Ou seja, o que é dado pelo coletivo é

interiorizado pelo sujeito que faz parte de um campo específico (ORTIZ, 1983).

Para definir as relações entre o *habitus* de classe e o *habitus* individual (indissociável da individualidade orgânica imediatamente dada à percepção imediata – *intuitus personae* – e socialmente designada e reconhecida – nome próprio, pessoa jurídica etc.), poder-se-ia considerar o *habitus* de classe (ou de grupo), isto é, o *habitus* individual na medida em que exprime ou reflete a classe (ou o grupo) como um sistema subjetivo, mas não individual de estruturas interiorizadas, esquemas comuns de percepção, de concepção e de ação, que constituem a condição de toda a objetivação e de toda a percepção, e fundar a concertação objetiva das práticas e a unicidade da visão do mundo na impersonalidade e na substituíbilidade perfeitas das práticas e das visões singulares (BOURDIEU, 2009b, p. 99).

Portanto, existe o *habitus* individual, que é a disposição característica de um determinado indivíduo, cuja diferenciação está na trajetória social de cada pessoa em particular, e também se faz presente o *habitus* de classe, ou grupo, que compreende as características de uma coletividade, compartilhadas por vários indivíduos.

Entende-se que o *habitus* configura-se, também, como intermédio à ação, que torna possível o desenvolvimento e a criação de estratégias coletivas e individuais. O *habitus* é apreendido pelas relações sociais (interação) do indivíduo e também as categoriza, sendo assim, ao mesmo tempo, “condicionante e [...] o condicionador das nossas ações” (HERMANO, 2006, p.33).

O *habitus* sempre está condicionado a um campo (ou seja, uma estrutura), que o molda sobre suas características, que irão delimitar toda uma cultura e ações sociais de determinados indivíduos. Ou seja, para que haja um entendimento entre os indivíduos, eles devem possuir um *habitus* coletivo em comum. Em outras palavras, os agentes dispõem de um mesmo capital<sup>1</sup> e por isso compreendem as regras básicas, a linguagem específica de um campo. O *habitus* é fruto de uma obediência

---

<sup>1</sup> O capital (independentemente de seu tipo), de uma forma ampla, é definido por Bourdieu como um recurso que fornece algum tipo de favorecimento (lucro) a quem o possuiu. O conceito é trazido por Bourdieu para entender como se fazem as relações sociais entre os campos e, conseqüentemente, seus agentes.

inconsciente a regras, sejam elas de um determinado campo ou comuns a mais de um (BARROS FILHO e MARTINO, 2003).

Essa dimensão perceptiva do *habitus* nos permite concluir que atuam, sem que percebamos, sobre o processo de construção das nossas representações do mundo disposições interiorizadas em experiências anteriores, ao longo de nossa trajetória singular. Por isso toda reconstrução da mensagem que operamos depende de nossa história, enquanto um conjunto de experiências contrastadas e significadas (BARROS FILHO e MARTINO, 2003, p.77).

O *habitus* individual se traduz na visão e na apreensão que cada indivíduo possui do mundo, e suas interpretações e ações estão, de uma forma ou de outras, ligadas a ele. No entanto, o *habitus* coletivo ou de classe reforça algumas características específicas de determinado campo social<sup>2</sup>. No campo jornalístico pode-se dizer que os agentes (jornalistas) possuem uma visão de mundo em comum.

O *habitus* é composto pelo *ethos*, que é uma espécie de “moral-cotidiana”; pela *héxis*, que são os princípios adquiridos e interiorizados e externados nas posturas e expressões corporais; e pelo *eidós*, que é o “princípio de uma construção da realidade fundada em uma crença pré-reflexiva no valor indiscutível nos instrumentos de construção e nos objetos construídos” (HERMANO, 2006, p. 33). O mesmo também é considerado relativamente autônomo.

O *eidós* jornalístico deve ser entendido como uma unidade ontológica entre um espaço de posições e disposições de agir estruturadas e estruturantes desse mesmo espaço. Rompendo dicotomias tradicionais como indivíduo e sociedade, sujeito e grupo, individual e coletivo, apontamos que o estudo de um espaço que se automatiza e de suas posições constitutivas só pode ser viabilizado em função da identificação de esquemas ‘subjettivos’ e interiorizados de apreciação do mundo social, geradores de comportamento e vice-versa (BARROS FILHO e MARTINO, 2003, p.129).

---

<sup>2</sup>Na pesquisa o foco está voltado para o *habitus* coletivo do campo jornalístico. Pelas regras e códigos desse *habitus*, os seus agentes são reconhecidos como próprios do campo.

O *habitus* jornalístico se constitui principalmente através da autocrítica dos agentes internos ao próprio campo. Ou seja, ele se molda através da prática da crítica e a busca de um chamado “bom jornalismo”; e, além disso, essa crítica ao jornalismo é uma garantia de independência do campo (BARROS FILHO e MARTINO, 2003).

O *habitus* também gera um conhecimento prático para o agente. Para Bourdieu, o *habitus* “enquanto sistema de disposições duráveis é matriz de percepção, de apreciação e de ação, que se realiza em determinadas condições sociais” (ORTIZ, 1983, p.19), podendo ser entendido como a matriz que conduz a “visão de mundo” e as diversas ações cotidianas de um indivíduo.

O princípio unificador e gerador de todas as práticas e, em particular, destas orientações comumente descritas como ‘escolhas’ da ‘vocação’, e muitas vezes consideradas efeitos da ‘tomada de consciência’, não   outra coisa senão o *habitus*, sistema de disposi es inconscientes que constitui o produto da interioriza o das estruturas objetivas e que, enquanto lugar geométrico dos determinismos objetivos e de uma determina o, do futuro objetivo e das esperanças subjetivas, tende a produzir práticas e, por esta via, carreiras objetivamente ajustadas às estruturas objetivas (BOURDIEU, 2009a, p.201-202).

Esse saber prático muitas vezes   apreendido pelo agente através da “observa o socializadora de uma prática rotinizada”, ou seja, em nosso caso, através de uma rotina jornalística. “O que se costuma chamar de uma ‘grande sacada’ [...] em muitos casos se constitui em a es não calculadas,   verdade, mas decorrentes de um saber prático apreendido na repeti o observada, por vezes exaustivamente, de rea es de entrevistados” (BARROS FILHO e MARTINO, 2003 p.138-139). Apesar de o *habitus* possuir a característica de ser um saber interiorizado pelo indivíduo de forma inconsciente, não   em todos os momentos que o agente se utiliza do mesmo sem uma reflexão.

A rela o de participa o das sínteses ativas e passivas na a o   imponderável porque dependente de todas as variáveis aleatórias que condicionam a cena em que devemos agir. Melhor dizendo, o quadro de a o imediata  , em parte, previsível e, em parte, não. Por isso, por mais previsíveis ou imprevisíveis que sejam as

condutas, sempre haverá combinação de passividade e atividade (BARROS FILHO e MARTINO, 2003, p.146).

O conceito de *habitus* está intrinsecamente ligado ao conceito de campo. Para Bourdieu, a ênfase está na estrutura (campo) e o *habitus* seria definido pelas normas do campo específico em que está inserido, sendo, portanto, a “interiorização da objetividade social que produz uma exteriorização da interioridade. Não só está inscrito no indivíduo, como o indivíduo se situa em um determinado universo social: um campo que circunscreve um *habitus* específico” (HERMANO, 2006, p.35).

Bourdieu enfatiza que o conceito de campo aflorou a partir da preocupação de observar como se davam as relações dos agentes de uma determinada esfera social, por exemplo, a literatura. Ainda, segundo ele, essas relações e a posição dos indivíduos em determinado campo influenciam as formas de relações sociais entre os agentes, o chamado jogo para se conseguir o capital específico de um campo (BOURDIEU, 2007). A partir do exposto, pode-se definir o campo, ainda que sucintamente, como

um sistema de relações sociais que estabelece como legítimos certos objetivos, que assim se impõem “naturalmente” aos agentes que dele participam. Esses agentes, por sua vez, interiorizam o próprio campo, incorporando suas regras, também de maneira “natural”, em suas práticas (o que Bourdieu chama de *habitus*) (MIGUEL, 2002a, p. 157).

A ideia de campo “convida a pensar o espaço do jornalismo como um universo estruturado por oposições ao mesmo tempo objetivas e subjetivas, a perceber cada publicação e cada jornalista dentro da rede de estratégias, de solidariedades e de lutas” (NEVEU, 2006, p.63) entre os agentes do campo. Portanto, as ideias de campo e *habitus* se complementam e podem ser úteis para compreender as relações entre jornalismo e política.

O campo faz parte do social, sendo um microcosmo não-fixo, e os campos são derivados de processos de diferenciação social. Segundo Bourdieu, há diversos princípios comuns às estruturas e às funções dos campos sociais:

Um campo, e também o campo científico, se define entre outras coisas através da definição dos

objetos de disputas e dos interesses específicos que são irredutíveis aos objetos de disputas e aos interesses próprios de outros campos (não se poderia motivar um filósofo com questões próprias dos geógrafos) e que não são percebidos por quem não foi formado para entrar neste campo (cada categoria de interesses implica na indiferença em relação a outros interesses, a outros investimentos, destinados assim a serem percebidos como absurdos, insensatos, ou nobres, desinteressados). Para que um campo funcione, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus* que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos de disputas etc. (BOURDIEU, 1983, p.1-2).

Dentre os princípios básicos que existem em todos os campos estão a *doxa*, consenso sobre um olhar sobre o mundo, um “senso comum” aos agentes do campo, e o *nomos*, que são as leis gerais que mantêm a ordem dentro do campo. “Tanto a *doxa* como o *nomos* são aceitos, legitimados no meio e pelo meio social conformado pelo campo” (HERMANO, 2006, p.37).

Um campo, portanto, é um espaço de forças e de luta entre os seus agentes que estão em busca de um capital específico e de um status de poder dentro desse campo. Há também as forças externas aos campos, como, por exemplo, a relação entre economia e jornalismo. O campo também é definido pelo capital específico a que está ligado, sendo que sua manutenção é dada pela disputa do capital específico entre os agentes inseridos nesse campo.

Cada campo social se caracteriza como um espaço onde se manifestam relações de poder, o que significa dizer que os campos sociais se estruturam a partir da distribuição desigual de um *quantum* social que determina a posição que cada agente específico ocupa em seu interior. Bourdieu denomina esse *quantum* de “capital social”. A estrutura do campo é composta, desse modo, por dois polos opostos: o dos dominantes e o dos dominados. Os agentes que ocupam o primeiro polo são justamente aqueles que possuem um máximo de capital social, enquanto os que se situam no polo dominado definem-se pela ausência ou pela escassez do capital valorizado no espaço específico do seu campo de pertencimento e, por sua vez, na sociedade como um todo (MARTELETO e SILVA, 2004, p.44-45).

Em cada campo há uma formatação específica, no entanto em todos eles há um status, e até uma ligação com o poder. Essa ligação acontece e é atuante na configuração dos campos, pois há uma relação direta com o acúmulo de capital específico de determinado campo, que é o que atribui um maior status aos agentes pertencentes ao campo.

Os indivíduos se situam em diferentes posições dentro destes campos, dependendo do tipo e da quantidade de recursos disponíveis para eles. Em alguns casos estas posições, quando institucionalizadas, adquirem uma certa estabilidade – isto é, tornam-se parte de um conjunto relativamente estável de regras, recursos e relações sociais. [...] As instituições definem a configuração dos campos de interação pré-existentes e, ao mesmo tempo, criam novas posições dentro deles, bem como novos conjuntos de trajetórias de vida para indivíduos que os ocupam. A posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou instituição é muito estreitamente ligada ao poder que ele ou ela possui. No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e suas conseqüências (THOMPSON, 1998, p. 21).

Ou seja, esse capital acumulado gera naturalmente uma diferença de poder entre os indivíduos de um campo, que por sua vez dá uma estabilidade para a configuração do campo. Pode-se transpor esse exemplo ao campo jornalístico, pois a chamada “hierarquia” dos profissionais se perpetua por todos os veículos de comunicação e torna-se uma forma própria do campo. “Indivíduos que ocupam posições dominantes dentro de grandes instituições podem dispor de vastos recursos que se tornam capazes de tomar posições e perseguir objetivos que têm conseqüências de longo alcance” (THOMPSON, 1998, p. 21).

Essa hierarquia é uma característica típica da empresa noticiosa, que possui o objetivo de regular a postura das relações nas instituições e de “organizar segundo as regras e padrões particulares o espaço interno da instituição” (MARTINO, 2005, p. 73). Ela determina o conhecimento que cada agente irá ter dentro da instituição – ou seja, o repórter saberá apurar as matérias, ter contato com as fontes, o pauteiro ficará encarregado de marcar as entrevistas, conseguir os contatos, enquanto o editor fica responsável por editar as matérias e acompanhar o trabalho

dos repórteres, sendo um processo “natural” que resulta “na formação de hierarquias e na implementação de relação de poder, em um circuito fechado de acumulação de capital social dentro da instituição” (MARTINO, 2005, p. 73).

O conceito de *capital* também permeia a lógica de campo, de Bourdieu, sendo um conceito geral para entender a disputa dos capitais específicos. “Bourdieu deriva o conceito de “capital” da noção econômica, em que o capital se acumula por operações de investimento, se transmite por herança e se reproduz de acordo com a habilidade do seu detentor em investir” (HERMANO, 2006, p.38).

Para o autor há três tipos de capitais além do econômico: o social, o cultural e o simbólico (GIRARDI JR., 2007). A maneira que esses recursos são utilizados pelos indivíduos acontece segundo uma lógica hierárquica de um campo social, e quanto mais capital (seja de qual tipo for) um indivíduo possuir, melhor será a sua posição dentro de um campo social específico. Para Bourdieu o capital simbólico permeia os campos da vida social, bem como as outras formas de capital.

Quando se sabe que o capital simbólico é um crédito, mas no sentido mais amplo do termo, isto é, uma espécie de adiantamento, de desconto, de credibilidade, que somente a crença do grupo pode outorgar àqueles que lhe dão um maior número de garantias materiais e simbólicas, pode se observar que a exibição do capital simbólico (sempre demasiado custoso do ponto de vista econômico) é um dos mecanismos que fazem (sem dúvida universalmente) com que o capital atraia o capital (BOURDIEU, 2009b, p. 199).

Portanto, o capital simbólico também é, de certa forma, uma moeda de troca entre agentes que possuem um interesse nela. A diferença entre o capital econômico e do capital simbólico “é o produto da aplicação de um princípio de diferenciação estranho ao universo ao qual se aplica e [...] ela não pode apreender a indiferenciação desses dois estados de capital senão sob a forma de sua convertibilidade perfeita” (BOURDIEU, 2009b, p. 198).

Existem várias formas de poder, no entanto Thompson (1998) elenca quatro principais formas que se fazem presentes na sociedade: o poder econômico, o poder político, o poder coercitivo e o poder simbólico.

O poder econômico provém de qualquer tipo de atividade financeira, ou acúmulo de capital financeiro. Os recursos financeiros

“podem ser acumulados por indivíduos e organizações com o objetivo de expandir sua atividade produtiva; e, ao fazê-lo, aumentam seu poder econômico” (THOMPSON, 1998, p. 22). Esse poder está presente no jornalismo a partir do momento em que os jornais se tornam empresas e que buscam um lucro na atividade jornalística.

Segundo Thompson (1998), o poder político é uma forma de autoridade e é exercido pelo Estado basicamente, todavia o Governo também pode possuir o poder simbólico e o coercitivo. O poder coercitivo é o uso da força física, ou através de ameaças para se buscar a vitória sobre o “inimigo”. “Historicamente as instituições mais importantes acumuladoras de recursos desse tipo são as instituições militares, e a forma mais importante do poder coercitivo é o poder militar” (THOMPSON, 1998, p.23).

O poder simbólico, segundo Thompson (1998), decorre da produção e transmissão de significados simbólicos, e esse processo é realizado pelos meios de comunicação e outros agentes. A comunicação diferencia-se da atividade social que produz e transmite o poder simbólico. Essa transmissão é feita por meios técnicos (rádio, televisão, cd, livro). Os jornalistas fazem parte dos profissionais que atuam na produção de bens simbólicos (BOURDIEU, 2002), exercendo assim um poder simbólico sobre os demais campos da vida social.

Esses poderes – principalmente o econômico, o simbólico e o político – estão, de certa forma, presentes na mídia. Os meios de comunicação “não são ‘canais’ ou ‘provedores neutros’ de informação, mas instituições híbridas, ao mesmo tempo políticas, econômicas e cultural-profissionais, que estabelecem relações tensas, conflituosas, com outros atores sociais (MAIA, 2008, p. 95). Portanto, são inúmeros os fatores que influenciam um veículo de comunicação. No presente trabalho pretende-se investigar apenas uma parcela desse processo complexo que a produção da informação engloba.

### **I.1.1. O campo político**

Bourdieu vê o campo político (como o seu conceito geral sobre os campos sociais) como um campo de disputa, e o compara a uma lógica capitalista em que os produtos oferecidos pelo campo são os próprios políticos. Já os consumidores desses produtos são os eleitores, que “consomem” os “políticos” nas eleições (BOURDIEU, 2007).

Por mais que os eleitores sejam em maior número, quem detém o capital específico do campo político são os políticos. Segundo Bourdieu, o *habitus* político é formado pelo ganho do “corpus de saberes

específicos”, que é o domínio da retórica nas relações com os “profanos” (eleitores) e com os agentes do próprio campo político (BOURDIEU, 2007). Para o sociólogo, o discurso político é influenciado pelas tensões internas e externas ao campo político.

A organização do campo político se dá de forma dual, por meio da relação conhecida entre partido de direita e partido de esquerda, e entre governo e oposição.

O campo, no seu conjunto, define-se como um sistema de desvios de níveis diferentes e nada, nem nas instituições ou nos agentes, nem nos actos, ou nos discursos que eles produzem, tem sentido senão relacionamente, por meio do jogo das oposições e das distinções (BOURDIEU, 2007, p.179).

Essa dualidade do campo político (esquerda e direita, governo e oposição) ocorre também nas relações internas das instituições que o constituem. Ainda, tais relações de oposição apenas seriam uma “transcrição no plano das lutas ideológicas da contradição fundamental do movimento revolucionário, coagido a recorrer à disciplina e à autoridade, e até mesmo à violência, para combater a autoridade e a violência” (BOURDIEU, 2007, p.181).

### **I.1.2. Relações entre o campo jornalístico e o campo político**

Os meios de comunicação possuem um espaço de destaque na sociedade atual, por isso exercem certas influências sobre a política e demais campos sociais, por exemplo, o acadêmico (BOURDIEU, 1997). Mesmo assim a ciência política ou atribui uma grande importância aos “efeitos” da mídia na política, ou simplesmente ignora seu papel (MIGUEL, 2002a).

Bourdieu afirma que existem princípios básicos em todos os campos sociais. Um deles é a luta interna entre os agentes do campo na busca do conhecimento específico do campo (capital), e há também um sentimento de cooperação entre os mesmos (BARROS FILHO e MARTINO, 2003). “Os campos são muito zelosos da sua imanência e tendem sempre a proteger-se de injunções externas através de um manejo defensivo do seu capital simbólico” (GOMES, 2004, p.173).

Todos os campos possuem sua própria autonomia, mesmo que sejam diretamente influenciados por outros campos, como, por exemplo, a relação de influência que o campo político exerce sobre o campo jornalístico. Para Bourdieu, o campo que mais detém poder sobre os demais é o campo econômico, pois segundo o autor ele perpassa todas as relações sociais da contemporaneidade.

Um exemplo de autonomia do campo político é o fechamento do discurso político, que é uma diferenciação entre o discurso político e o discurso midiático, sendo linguagem mais específica, na tentativa de autoafirmar o campo da política e restringir as influências da comunicação (MIGUEL, 2002a). No entanto, mesmo com este “fechamento do discurso político”, para o sociólogo francês, a televisão é a detentora da censura aos demais campos sociais (BOURDIEU, 1997).

Os estudiosos na área de comunicação e política enfatizam que é crucial para os políticos conhecerem o funcionamento do campo jornalístico para se inserirem nos meios de comunicação e alcançarem a almejada visibilidade. Essas “regras” (especificidades) do campo jornalístico são a sua forma de se autoafirmar perante os demais campos sociais.

Desse modo, tanto o jornalismo quanto a política são campos que possuem suas regras próprias e há uma inter-relação entre eles. “Mídia e política formam dois campos diferentes, guardam certo grau de autonomia e a influência de um sobre o outro não é absoluta nem livre de resistências; na verdade, trata-se de um processo de mão dupla” (MIGUEL, 2002a, p. 167).

Como o campo político possui suas próprias regras e seu próprio capital, alguns de seus agentes se destacariam mais que outros (MIGUEL, 2002a), e esses que possuem maior prestígio no campo político conseguem frequentemente a atenção dos meios de comunicação. Ou seja, esses políticos já possuem certa credibilidade perante o campo jornalístico.

A mídia daria o chamado “capital transferido” para os agentes do campo da política que buscam status. A visibilidade midiática seria um fator de importância na produção do capital político transferido. Nessa lógica entrariam os casos de profissionais da comunicação que conseguiram algum prestígio no campo político, entretanto esses agentes devem “vestir” imagens mais características do campo político (MIGUEL, 2002a).

Como no campo político, o campo jornalístico possui seu próprio capital específico, que é o reconhecimento que um profissional possui junto aos demais; a credibilidade perante os outros jornalistas. Ele também possui o seu capital externo, que é a chamada credibilidade, dada pelo público. Esse capital externo é propiciado por um jogo de confiança entre o trabalho jornalístico e o consumidor de informação.

O jornalismo como campo, por exemplo, poderia ser bem compreendido como um sistema social voltado para a produção de informação sobre a atualidade. Toda a sua distribuição de prestígio e reconhecimento está associada à capacidade, demonstrada por cada um dos seus agentes, de obter informação de qualidade, relevante, com rapidez e – grau supremo de distinção – exclusiva, de redigi-la de maneira apropriada, de publicá-la e produzir com ela um efeito na realidade. Tudo gira ao redor disso. Quem mais demonstrar habilidade nos procedimentos necessários para a produção diária de informação dessa natureza, mais alto será colocado no sistema. (GOMES, 2004, p.53).

Uma das formas mais palpáveis de relação entre o campo jornalístico e o campo político se dá através de um tipo de relação relevante entre os jornalistas e os políticos com suas fontes<sup>3</sup>. Tanto os políticos como os jornalistas buscam ganhos quando se relacionam, seja o jornalista buscando a informação do político, seja o político buscando uma visibilidade no meio de comunicação. A microrrelação entre jornalista e fonte pode mostrar de uma forma mais concreta como se dá a interferência do campo político no campo jornalístico e vice-versa (MIGUEL, 2002a).

Apesar disso, Bourdieu afirma que o jornalismo enfoca a política de uma forma depreciativa, criando o chamado efeito global da “despolitização” ou “desencanto” da política – no qual a questão do “show” fica acima de qualquer aprofundamento e sustentabilidade de um discurso, ou seja, a imagem vale mais que o conteúdo do discurso (BOURDIEU, 1997). Tomando a ideia de Bourdieu, Ferreira enfatiza que o campo jornalístico:

Desconstitui posições de partidos, sindicatos, movimentos sociais e personalidades políticas em nome da opinião geral supostamente registrada nas pesquisas de mercado, esvazia a política de seus conflitos, tensões e possibilidades, subordinando a dinâmica social a um jogo racional de planejamento em torno da vontade média (FERREIRA, 2005, p.39).

---

<sup>3</sup> Nesse trabalho há uma busca para se explicitar e compreender tal relação e a sua influência na produção de uma notícia.

Dessa maneira, o jornalismo é visto como modificador de práticas políticas - pois para a política alcançar certa visibilidade, esta deve se enquadrar nas regras midiáticas, subordinado-se, pelo menos parcialmente, ao campo jornalístico. No entanto, na perspectiva aqui adotada, pode-se dizer que há uma interferência mútua entre o campo jornalístico e o campo político. Cada um deles sempre mantém certa autonomia perante o outro através das suas especificidades e do fechamento do seu campo. Não há, então, a chamada “transformação” da política pelo advento dos meios de comunicação de massa; há sim, uma influência tanto do campo jornalístico no campo político, como também o oposto.

A ideia de que a relação entre o campo jornalístico e o campo político é de interferência mútua entre esses dois campos sociais tenta exemplificar a relação complexa que ocorre na produção de uma notícia sobre o tema política e a disputa de poder que ocorre como pano de fundo (a tentativa de uma inserção diária, para garantir a visibilidade de um político).

## **I.2. As pesquisas de mídia e política no Brasil**

Os estudos de mídia e política no Brasil historicamente estão ligados ao processo de redemocratização, que teve seu início a partir dos anos 70 (RUBIM e AZEVEDO, 1998). Em meados dos anos 80 há um número maior de trabalhos sobre o assunto, relacionados ao movimento das “Diretas já” e ao fim da ditadura militar.

A campanha pelas ‘Diretas, Já’ (1984) e o fim da ditadura (1985) certamente aparecem como primeiros momentos que põem em movimento, ainda que sutilmente, a mutação significativa dos estudos brasileiros de mídia e política, sintonizando-os com questões características das sociedades ambientadas pelas mídias (RUBIM e AZEVEDO, 1998, p.2).

E o fato mais relevante para a consolidação das pesquisas de mídia e política no país foi a eleição de 1989, que gerou os primeiros estudos sobre mídia e eleições. Outro acontecimento importante na política brasileira, gerador de estudos na área de comunicação e política, foi o *impeachment* do então presidente Fernando Collor de Melo. Com a eleição de 1994, que ainda apresentava muitas proibições na utilização dos meios de comunicação para a propaganda eleitoral, houve uma consolidação dessa área de estudos no país.

A pesquisa pioneira sobre enquadramento (conceito que será visto mais à frente) no Brasil, a qual compreendia uma análise da cobertura da eleição presidencial de 1994 pelo Jornal Nacional (JN), foi de Afonso de Alburquerque (1994). Nesse trabalho, o autor analisa o tempo dedicado aos candidatos e o enquadramento que a mídia atribuiu a eles.

Nos estudos sobre as eleições de 1998, o conceito também foi utilizado por diversos pesquisadores (SOARES, 2000; MIGUEL, 1999; LIMA, 2001; e COLLING, 2000). A teoria do enquadramento também é utilizada no Brasil em estudos comparativos, porém as pesquisas que utilizam essa categoria analítica ainda estão no início.

O estudo de Rousiley Maia (2008) está ligado com a análise da constituição de um debate na esfera midiática. Segundo a autora, no Brasil existem duas principais divisões nas pesquisas sobre comunicação e política.

Boa parte dos estudos sobre comunicação e política se preocupa em identificar o volume e a qualidade de informação política disponibilizada pelos meios em relação à agenda política. Outra parte procura averiguar como os cidadãos selecionam e utilizam informações diversas, obtidas através de dispositivos e formatos diferentes, a fim de construir sentido sobre as questões políticas, as posições de interesse do jogo político (MAIA, 2008, p.93-94).

Em um artigo, Colling (2007) faz um apanhado de todos os estudos que envolvem a temática mídia e eleições, compreendidos entre os anos de 1989 e 2002 e referentes às eleições presidenciais ocorridas nesse período. O trabalho coloca dois eixos principais em que as pesquisas se dividiam: 1) as mudanças provocadas pela mídia na política; e 2) os impactos midiáticos sobre o cenário de disputa eleitoral e sobre os eleitores.

Segundo o autor, no primeiro eixo existem quatro vertentes: tudo mudou para pior na política, tudo mudou para melhor, nada mudou e houve mudanças parciais. Já no segundo eixo, existem três vertentes: a) uma que acha que os impactos da mídia são muito significativos; b) outra que os considera significativos; c) e a última que acha que esses impactos são pouco importantes. Dentro de cada vertente dos dois eixos, Colling (2007) lista os principais argumentos utilizados pelos pesquisadores do tema mídia e eleições no Brasil.

Na presente pesquisa, são partilhadas as seguintes ideias: a) as novas formas de fazer política não acabaram com as antigas; b) mídia e política se interinfluenciam; c) a mídia é central na sociedade, mas não dominante; d) os meios de comunicação em algumas ocasiões agem intencionalmente; e) a mídia só afeta o resultado eleitoral porque está ligada a outros fatores; f) o leitor é influenciado pela mídia, porém ele pode interferir nos conteúdos recebidos (COLLING, 2007).

Ainda segundo Colling (2007), os trabalhos na área de comunicação não são muito críticos na pesquisa sobre mídia e eleições, já os da área de ciência política muitas vezes chegam a ignorar a mídia como um fator relevante no cenário eleitoral. Sendo assim, apesar de mídia e política ser uma área de pesquisa interdisciplinar, as disciplinas individuais continuam desconexas (COLLING, 2007).

O período de estudos de mídia e política compreendido entre a década de 70 e 80 foi marcado pela utilização de aportes teóricos da primeira geração de estudos: Escola de Frankfurt e uma grande influência do marxismo em toda a extensão da pesquisa brasileira (RUBIM e AZEVEDO, 1998). Já as pesquisas elaboradas entre a década de 80 e 90 utilizam uma outra concepção teórica e metodológica. Nesse estágio são utilizadas a chamada análise de discurso e teorias da recepção e enunciação. Também é muito utilizada a teoria de Habermas, especialmente a noção da ação comunicativa e da esfera pública, bem como é apontada a influência de Bourdieu, com a ideia de campo, *habitus* e poder simbólico. Os autores também enfocam as pesquisas de mídia e política a partir das teorias do agendamento e da produção da notícia (RUBIM e AZEVEDO, 1998). Há um grande acervo de pesquisas nessa área interdisciplinar, contudo existem alguns pontos negativos, como:

A predominância de enfoques, paradigmas e objetos de estudo, a falta de circulação, publicação e leitura crítica de uma grande parcela dos estudos; a quase inexistente continuidade das pesquisas; a reafirmação de conclusões já apontadas, sendo que algumas delas sequer foram comprovadas; o não diálogo entre as disciplinas; o grande volume de reflexões que simplificam os fenômenos analisados; a inexistência de uma resposta mais consistente sobre o impacto da mídia sobre os eleitores e o cenário da disputa (COLLING, 2007, p. 44).

Ou seja, o campo de estudos de mídia e política não se estabeleceu de uma forma fechada, há ainda muito a ser pesquisado e refletido nessa área. Também há uma carência em pesquisas que envolvam a cobertura eleitoral e veículos radiofônicos e na internet. As pesquisas que envolvem o jornalismo e a cobertura eleitoral se prendem muitas vezes à análise de veículos de abrangência nacional, como a Folha de São Paulo, o Estado de São Paulo, a revista Veja e o Jornal Nacional (COLLING, 2007). Por esse motivo, acredita-se que este trabalho poderá contribuir nas pesquisas brasileiras na temática de mídia e política, pois analisa um veículo regional em dois diferentes períodos (outubro de 2009 e agosto de 2010) mais ou menos próximos de uma eleição nacional, além de ter como análise o processo de produção da notícia, e não somente o produto final.

Dentro do campo interdisciplinar de comunicação e política insere-se a comunicação política. No seu início o termo comunicação política denominava a pesquisa entre a comunicação governamental e o público (eleitores), e os debates entre governo e oposição. Com o passar do tempo englobou o papel dos meios de comunicação na formação na opinião do público. Atualmente o termo define de forma ampla o papel da comunicação na vida política – desde o marketing elaborado por coordenadores de campanha, até as informações de veículos de comunicação para que o eleitor “tome a melhor decisão” (WOLTON, 2004).

A comunicação política é o “espaço onde se trocam discursos contraditórios dos três agentes que têm legitimidade para se exprimir publicamente acerca da política, que são os políticos, os jornalistas e a opinião pública por meio de sondagens”. Essa definição insiste na idéia de interação entre os discursos sustentados por agentes que não têm nem o mesmo estatuto, nem a mesma legitimidade, mas pelas suas posições respectivas no espaço público, constituem, na realidade, a condição de funcionamento da democracia de massa (WOLTON, 2004, p.505).

Ainda para o autor a comunicação política está fortemente ligada à democracia, sendo que ela não existe “sem a capacidade de expressão de opiniões, e sem comunicação entre os atores” (WOLTON, 2004, p. 241). Hoje essa circulação sobre informações da esfera política está acessível à maioria da população – “nas democracias liberais chegou-se

a um tal estágio de circulação de informação política que a esfera civil pode praticamente reconfigurar todos os dias, [...] a sua opinião e a sua disposição sobre os partidos políticos, o governo” (GOMES, 2004, p. 113).

Portanto, o jornalismo<sup>4</sup> se insere nessa esfera mista para fazer parte do debate, e assim busca cumprir seu papel de fonte de informações para o público (e, conseqüentemente, na formação de opinião).

O jornalismo é um campo relativamente autônomo frente ao campo político, e atualmente quem detém o poder da visibilidade é o campo jornalístico. Com isso os políticos têm dois tratamentos perante os meios de comunicação: como um mundo do espetáculo, e/ou como anunciantes. No primeiro, os políticos buscam compreender o funcionamento de cada meio de comunicação e suas especificidades, para que eles possam aproveitar ao máximo a visibilidade que a mídia oferece (GOMES, 2004).

Um exemplo do uso do conhecimento sobre as rotinas jornalísticas por parte do campo político são os chamados pseudoeventos – que são criados conforme os moldes do que é noticiável. Já no segundo tipo de tratamento, o campo político utiliza recursos da publicidade ou da legislação, que garante as propagandas partidárias ou eleitorais gratuitas (GOMES, 2004).

O jornalista diretamente ligado ao campo político (assessoria de imprensa) é diferente do jornalista que está somente no campo jornalístico cobrindo o campo político. O primeiro tem o papel de vincular notícias do campo político para torná-las visíveis à sociedade, e assim dar visibilidade àquele político ou instituição que assessoria. Já o segundo tem a função de monitorar o campo político, mostrando seus erros e acertos, e com isso cumprir o seu papel na sociedade (GOMES, 2004).

Devido ao tamanho e complexidade das sociedades contemporâneas, a deliberação pública é (e certamente precisa ser) em grande parte midiaticizada. Os meios de comunicação respondem por importantes aspectos do processo de “trocar argumentos em público”. Estabelecem relações com os diálogos e debates que ocorrem em esferas públicas episódicas, fóruns e encontros

---

<sup>4</sup>O jornalismo se insere dentro da comunicação política, mas compreende somente uma parte da mesma, a que está estritamente ligada à produção de notícias (informativas) e à transmissão das mesmas para o público.

presenciais da sociedade civil [...]. Não há outro espaço para a divulgação de informações que se iguale aos meios de comunicação, em termos de amplitude e repercussão. Além disso, os *media* são fundamentais para definir quem se comunica com grandes audiências (MAIA, 2008, p.100).

Na sociedade contemporânea os meios de comunicação exercem o papel de trazer a informação - das mais diversas esferas de assuntos - ao público. A visibilidade<sup>5</sup> que os meios de comunicação atribuem a diversos assuntos é uma de suas características. Portanto, os meios de comunicação se fazem importantes em conferir visibilidade aos assuntos de cunho político.

---

<sup>5</sup> A visibilidade é compreendida como o “espaço do visível” que é disponibilizado pelos meios de comunicação, ou seja, através da mídia diversos assuntos se fazem presentes diante do público (MAIA, 2008).

## **CAPÍTULO II - Abordagens e conceitos na área de comunicação e política**

Há diversas teorias que envolvem a área da comunicação e política, e algumas são mais utilizadas para explicar os fenômenos presentes na área. No entanto, este trabalho envolve uma abordagem que não é muito frequente na análise sobre a relação entre os meios de comunicação e a política. É a abordagem do *newsmaking*, ou o estudo sobre a produção da notícia. Os conceitos de objetividade e profissionalismo são mais específicos do jornalismo; eles são importantes devido ao contexto em que a pesquisa foi realizada (o Diário Catarinense, uma empresa jornalística pertencente ao grupo RBS). Outras abordagens são mais utilizadas na área de Comunicação e Política, como as teorias do agendamento, enquadramento e critérios de noticiabilidade, também trazidas para uma maior compreensão sobre a influência da política (entre outras) na produção da notícia.

### **II.1. O agendamento**

O conceito de agendamento refere-se, de forma simplificada, ao estabelecimento de agendas (SOUSA, 2002). Tal teoria surgiu no início dos anos 70, com um estudo da campanha eleitoral de 1968 para o cargo de presidente dos Estados Unidos, publicado em uma revista acadêmica no mesmo país. Esse estudo, feito por Maxwell E. Mc Combs e Donald L. Shaw (1972), estudou a influência da televisão na citada campanha. O intuito dos pesquisadores era de provar que os meios de comunicação possuíam maior influência na posição de eleitores indecisos, contrariando assim as primeiras teorias da comunicação, que afirmavam que os efeitos da mídia eram os mesmos em diversos tipos de cidadãos (AZEVEDO, 2004). Os autores deixaram claro que o artigo tinha o objetivo de estudar o papel da mídia na formação e mudança de cognições (TRAQUINA, 2001).

Para este trabalho a teoria do agendamento estabeleceu uma ligação na análise de assuntos vinculados na mídia que repercutiram sobre o campo político, sobre os leitores do impresso analisado, bem como sobre os demais meios de comunicação.

O agendamento estabelece uma relação causal entre as agendas noticiosa e pública, quer quanto aos temas mais relevantes, quer acerca da sua importância relativa. Trata-se de um efeito não-intencional do processo de construção da

actualidade informativa na configuração do ambiente político em que se forma a opinião pública. Ao excluírem, incluírem e hierarquizarem os acontecimentos diários, os jornalistas orientam a atenção do público para os assuntos destacados: a agenda dos *media* torna-se a agenda pública (BORGES, 2010, p.137).

O agendamento midiático parte da ideia de que os meios de comunicação influenciam sobre o que os cidadãos devem pensar, sendo que diversos temas (assuntos) competem por um espaço de destaque na mídia e na sociedade (AZEVEDO, 2004). A criação de uma agenda de debates (agendamento) é uma das capacidades próprias dos meios de comunicação, como é também uma capacidade da esfera social e da esfera política. Há uma relação de mão dupla entre jornalismo e política na criação de uma agenda de debates. Uma das tentativas dos políticos agendarem o que será debatido é através da criação de pseudoeventos, em que atores criam situações para que estas se tornem notícia nos meios de comunicação (MIGUEL, 2002a).

Vários teóricos afirmam que os veículos impressos são mais eficazes na formação de uma agenda do que a televisão (AZEVEDO, 2004).

A mídia é, de longe, o principal mecanismo de difusão de conteúdos simbólicos nas sociedades contemporâneas e, uma vez que inclui o jornalismo, cumpre o papel de reunir e difundir as informações consideradas socialmente relevantes. Todos os outros ficam reduzidos à condição de consumidores de informação. Não é difícil perceber que a pauta de questões relevantes, postas para a deliberação pública, deve ser em grande parte condicionada pela visibilidade de cada questão nos meios de comunicação. Dito de outra maneira, a mídia possui a capacidade de formular as preocupações públicas. Os grupos de interesses e mesmo os representantes eleitos, na medida em que desejam introduzir determinadas questões na agenda pública, têm de sensibilizar os meios de comunicação (MIGUEL, 2003, p.131-132).

Uma das funções da mídia na sociedade atual é a de agendar os assuntos que têm importância no debate público, a chamada “formação

da agenda pública” (agendamento), ou seja, ela possui a função de dizer sobre o que as pessoas devem pensar. “Graças à agenda construída pela imprensa, temos um ‘cardápio’ de questões comuns, com as quais todos (ou quase todos) têm algum grau de familiaridade e que tornam tópico natural de bate-papo” (MIGUEL, 2004, p.336).

A teoria do *agenda-setting* é destacada quando esse termo é colocado em um conceito amplo de opinião pública, inserido em uma “democracia de público” - conceito de Manin, onde a mídia e a opinião pública se relacionam e por isso se faz importante a compreensão de como são definidas as agendas de debates e as “questões públicas”. Desde a metade do XIX, com o aumento do direito do voto pelos cidadãos em geral, a mídia (“uma imprensa politicamente orientada”) desse período era provedora de informações somente para os eleitores interessados e os formadores de opinião pública (pessoas de destaque na época). A ideia de sociedade *mídia-centered* (em que os meios de comunicação possuem um papel importante na sociedade na disseminação de informação) surge no período pós-guerra com o advento de meios de comunicação eletrônicos (rádio e televisão), que irão passar a informação a todos os eleitores, e não somente aos mais politizados (AZEVEDO, 2004). Por essas questões é que se faz importante a teoria do agendamento para uma compreensão do papel dos meios de comunicação na sociedade atual.

“A transformação de certas matérias em ‘questões públicas’ ou a construção de determinados ‘eventos’ não são óbvias ou imediatas, como dá a entender o conceito de agendamento” (MAIA, 2008, p. 99-100). Portanto, os meios de comunicação possuem a capacidade de agendar os assuntos que serão discutidos por boa parte da sociedade.

O conceito de agendamento possuiu alguns limites quando usado isoladamente, sem o aporte de outros. Por esse motivo se faz importante a sua relação, principalmente, com o conceito de enquadramento.

As pesquisas específicas sobre agendamento observam meramente os temas presentes na mídia e, em alguns casos, comparam-na com a agenda da esfera social - ou seja, os assuntos que são de interesse do público e estão presentes em um debate de ideias. O conceito de enquadramento também pode ser visto como uma evolução nas pesquisas sobre o agendamento midiático. No entanto, para torná-los mais compreensíveis, no presente trabalho os dois conceitos serão abordados separadamente.

## II.2. O enquadramento

A mídia possui o papel de informar os cidadãos. Na visão “tradicional” os meios de comunicação passam a informação de forma imparcial e objetiva, porém há outro tipo de percepção sobre o papel da mídia, além da visão “tradicionalista”. “Segundo Hackett um dos fatores mais importantes da ‘estrutura profunda’, que rege a produção do noticiário são os ‘enquadramentos’ aplicados pelos jornalistas em seus relatos” (PORTO, 2004, p.76).

Os estudos sobre enquadramento são mais indicados quando o objetivo do trabalho é “conhecer melhor a disputa entre atores sociais para interferir na produção de bens simbólicos da mídia, definir e configurar questões públicas, formular estratégias de apresentação e ganhar ‘ressonância’ cultural” (MAIA, 2008, p.100). O conceito de enquadramento relaciona-se com o presente trabalho, pois o principal objetivo dele é identificar as disputas para a inserção do campo político no campo jornalístico, bem como a própria luta interna dos agentes do primeiro na elaboração de uma parte específica do impresso analisado – a editoria de política.

Não há um consenso sobre a definição de enquadramento. O livro *Frame analysis*, de Erving Goffman, de 1986, é a fonte do conceito de enquadramento. Para Goffman, enquadramentos são marcos interpretativos mais amplos (“socialmente construídos”), que atribuem aos indivíduos o sentido de determinadas situações ou eventos sociais (PORTO, 2004). Nessa conceituação a construção do sentido pelos jornalistas – e, conseqüentemente, a sua apreensão de quais assuntos devem ser pautados pelo jornalismo, e de que forma – envolve vários fatores e não somente questões da consciência individual<sup>6</sup>. “Os textos da mídia são resultado de princípios que estruturam cognitiva e culturalmente os sentidos, em articulação com as próprias relações sociais” (MAIA, 2008, p.100-101).

Gaye Tuchman, em seu livro *La producción de la noticia* (1983), afirma que as notícias fornecem um enquadramento que delinea a realidade. Os enquadramentos são definidos por Porto (2004) como:

Recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos. De acordo com esta

---

<sup>6</sup> Pode se dizer que essa idéia se aproxima ao conceito de *habitus* coletivo do campo jornalístico, porque ele compreende um saber prático, fruto de vários fatores, e, geralmente, não reflexivo dos agentes.

perspectiva, os temas políticos são caracterizados por uma disputa simbólica sobre qual interpretação irá prevalecer. Para analisar os enquadramentos da mídia, os autores propõem o método da ‘matriz de assinatura’ (*signature matrix*). Essa matriz inclui as práticas de enquadramento que caracterizam cada ‘pacote interpretativo’, tais como as metáforas, slogans e imagens presentes nos discursos dos diversos agentes (PORTO, 2004, p.81).

Portanto, fazem parte do enquadramento os processos de exclusão, ênfase e seleção na construção interpretativa de um acontecimento. Ainda os enquadramentos encontrados nos meios de comunicação não são apenas classificados como contra ou a favor de determinado fato. “Alguns desses enquadramentos são claramente ambíguos e se desdobram em vários subenquadramentos. Num mesmo enquadramento geralmente há margem para posições variadas” (MAIA, 2008, p.101).

No período eleitoral, por exemplo, pode-se perceber, através do enquadramento temático, as visões e propostas dos políticos, enquanto o enquadramento “corrida de cavalos” foca apenas nas pesquisas e na classificação dos candidatos perante a eleição – se estes estão perdendo ou ganhando (PORTO, 2004).

A pesquisa de Shanto Iyengar, *Is anyone responsible?* (1991), estuda de que forma o tema responsabilidade é enquadrado pela televisão e como isso influencia na construção da responsabilidade da população em questões políticas e sociais. Iyengar categorizou “as notícias sobre estes temas de acordo com dois tipos de enquadramento: o ‘enquadramento episódico’, que possui um forte foco em eventos, e o ‘enquadramento temático’, que destaca um nível ou contexto analítico mais geral, vai além dos ‘fatos’” (PORTO, 2004, p. 85).

No entanto, a falta de uma pluralidade de enquadramentos gera uma repetição dos mesmos. As notícias trazem “consigo os ‘enquadramentos’ (*frames*) em que foram produzidas. Por vezes, não havendo outros enquadramentos disponíveis, os jornalistas usam enquadramentos já usados para interpretar os novos acontecimentos” (SOUSA, 2004, p. 165).

Por mais que os estudos sobre enquadramento estejam no início no Brasil, por muitas vezes eles são uma superação das teorias existentes. O amadurecimento de tais pesquisas “torna-se ainda mais importante, considerando a relação estreita entre os enquadramentos da

mídia, os processos de deliberação política dos cidadãos e a própria viabilidade de um sistema genuinamente democrático” (PORTO, 2004, p. 97-98).

### II.3. Newsmaking

O *newsmaking* é o estudo sobre os processos produtivos e os emissores dos meios de comunicação (WOLF, 2006). Ou seja, o conceito busca explicar como é o processo de produção das notícias.

Sousa (2002) apreende a visão de Michael Schudson para explicar a configuração das notícias. Schudson afirma que existem basicamente três explicações para as notícias serem como são: ação pessoal, ação cultural e ação social, e as inter-relações entre as mesmas. A ação pessoal possui como pressuposto que as notícias são produtos de ações individuais e suas inter-relações. Já a ação cultural tem o conceito de que as notícias são produtos da cultura, o que quer dizer que ela é própria de um momento e uma sociedade. Por último, a ação social vê as notícias como produtos das organizações (empresas jornalísticas) (SOUSA, 2002).

Dentro da ação pessoal está o conceito do *gatekeeper*, que surgiu em 1947 com o estudo de Kurt Lewin. Ele desenvolve a ideia de que as informações passam por portões (gates) e neles há um grupo ou indivíduo que decide se essas informações serão barradas ou passadas adiante.

White (1950) utilizou este conceito para estudar o desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como cancelas e que estabelecem que a informação passe ou seja rejeitada (WOLF, 2006, p.180).

No modelo, o papel que o jornalista exerce é o do indivíduo que controla as cancelas (*gatekeeper*) por onde passam as informações. Para White “a seleção das notícias é um processo altamente subjetivo, fortemente influenciado pelas experiências, valores e expectativas do *gatekeeper*” (SOUSA, 2004, p.133). Porém, tal pesquisa de White, e outras, revelam que as normas profissionais, ocupacionais e organizativas interferem mais na seleção das notícias do que propriamente a preferência do jornalista (Wolf, 2006). Como essa teoria

analisa a notícia somente a partir do jornalista, ela é considerada uma teoria microssociológica e limitada (TRAQUINA, 2005, vol 1).

Nessa perspectiva (ação social pessoal), a concepção de ética e a autoimagem que o jornalista tem de si podem interferir na elaboração dos conteúdos das notícias para os meios de comunicação. Portanto, o processo de produção da notícia também é moldado pelas percepções pessoais de cada profissional. O famoso “feeling” para saber se determinada matéria é ou não mais relevante que outra, também se insere nesse contexto.

Enquanto os estudos na perspectiva do *gatekeeper* ficam na associação do conteúdo dos jornais com o trabalho de seleção feito pelos jornalistas, estudos atuais sobre a produção das notícias se propõem a relacionar “a imagem da realidade social, fornecida pelos *mass media*, com a organização e a produção rotineira dos aparelhos jornalísticos” (WOLF, 2006, p. 183). Em uma visão mais crítica é perceptível que “as notícias possuem sempre a ação pessoal de quem as produz, embora temperada por outras forças conformadoras” (SOUSA, 2002, p.45).

A ação social pressupõe que os conteúdos das notícias são frutos das influências das ações das empresas jornalísticas (da chamada política editorial). A burocratização dos meios de comunicação os tornou dependentes dos canais de rotina, como, por exemplo, a assessoria de personalidades e políticos (SOUSA, 2002). A relação fontes-jornalistas está inserida na ação social porque esta é uma interação em sociedade - o que passa além de um só indivíduo.

Outro fator que está inserido na ação social é o fator tempo, porque ele ultrapassa a ação pessoal do jornalista. O tempo, para muitos autores, é o fator que caracteriza a notícia.

Os jornalistas seriam membros de uma cultura cronometrada, teriam uma espécie de cronamentalidade que os faria associar a classificação de notícias ao fator tempo (spot news, running story, hot news, etc.) e a perspectivar a capacidade de vencer o tempo como a demonstração mais clara de competência profissional (SOUSA, 2002, p. 47).

O fator tempo também influencia o julgamento noticioso, pois estabelece o conceito de atualidade e assim afeta o processo de seleção das notícias; “as informações mais atuais teriam, assim, mais hipóteses de passar pelos portões” (SOUSA, 2002 p. 47). A opção do que é ou não noticiável é sempre orientada à factibilidade da notícia e à sua produção

com recursos e um determinado tempo limitado (WOLF, 2006). ”A pressão do tempo afetará também o processo de decisão, já que quanto menor é o tempo para a tomada de decisão, menores são as opções que podem ser consciencializadas e tomadas” (SOUSA, 2004, p.136).

A competição entre as empresas jornalísticas ajudou a moldar os valores temporais que hoje estão intrínsecos na cultura profissional do jornalista (SOUSA, 2002). Os jornalistas trabalham condicionados por um prazo de tempo muito curto e diário (o famoso *deadline*); “o trabalho jornalístico é uma atividade prática e quotidiana orientada para cumprir as horas de fechamento” (TRAQUINA, 2005, vol. 1, p.181).

As rotinas de produção também estão inseridas na ação social, porque estas surgiram através das “características empresariais” dos órgãos jornalísticos (SOUSA, 2002).

Podemos considerar que rotinas são os processos convencionalizados e algo mecanicista de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afetem essa produção, me parece obedecerem essencialmente a fatores socioorganizacionais (SOUSA, 2002, p. 48).

O profissionalismo é visto como um método de controle do trabalho, saber as técnicas e também quais fontes procurar e o que perguntar a elas (TRAQUINA, 2005, vol. 1). A ação sócio-organizacional está inserida na ação social, pois é a ação desenvolvida pela empresa jornalística. Como interessa para a empresa jornalística “ter pessoas adaptadas à sua dinâmica interna, percebe-se que o jornalista será sempre constrangido pela política editorial e pela forma de fazer as coisas no órgão jornalístico para o qual trabalha” (SOUSA, 2004, p.142). Os jornalistas atuam conforme as circunstâncias, que são (parcialmente) remetidas às organizações (SOUSA, 2002).

A ação extraorganizacional é desenvolvida pelos indivíduos externos à empresa jornalística; dentro dela está a relação jornalista-fonte. Sousa (2002) compara as fontes a um *gatekeeper* fora do órgão comunicacional, que selecionaria as informações que são repassadas aos jornalistas quando estes não presenciam o fato ocorrido.

As fontes, uma vez que são, de alguma forma, e quase sempre, *gatekeepers* externos aos órgãos de comunicação social, são também o fator externo à mídia em que se pode atentar de imediato. Elas

selecionam as informações que passam às organizações noticiosas e aos jornalistas quando estes não têm experiência direta do que ocorre. Consequentemente, podem mobilizar – ou não – a atenção do jornalista, co-determinando se um assunto será ou não agendado e, por consequência, se uma mensagem passará ou não pelo filtro da noticiabilidade (SOUSA, 2004, p.142).

Os jornalistas sempre buscam fontes que passem informações com credibilidade e que estejam dispostas a atendê-los e fornecer todas as informações que eles buscam (SOUSA, 2004). Há também o problema do profissional da comunicação criar uma relação próxima com a fonte – o famoso “caderninho de contatos”. O jornalista acaba por procurar uma fonte já consultada, porque ele sabe que essa fonte responderá o que ele quer saber, além de tratá-lo bem.

O recurso às fontes ‘oficiais’ elevaria a performatividade dos jornalistas, já que estes estariam concentrados em pessoas acessíveis, vistas como tendo coisas importantes e críveis para dizer. Os políticos, os grupos de pressão, os ‘senhores da economia’ e os agentes de relações públicas, nomeadamente quando estão afetos aos poderes político e econômico, bem como determinados grupos de interesse – e quando fontes interessadas na divulgação de determinadas informações e idéias, bem como na supressão da divulgação de outras – incluem-se, provavelmente, entre as fontes mais problemáticas, até porque, frequentemente, atuam como promotores de pseudo-acontecimentos, de acontecimentos-mediáticos ou mesmo de determinadas construções de sentido para certas notícias e para certos acontecimentos, por exemplo quando intervêm nos debates dentro do espaço público com todo seu peso mediático. De fato, o espaço público jornalístico é, essencialmente, um espaço tendencialmente ocupado por meia dúzia de protagonistas (SOUSA, 2002, p.60).

Outro fator que influencia na chamada ação extraorganizacional é a publicidade. O jornalismo é sustentado pela publicidade, pois esta se utiliza dos meios de comunicação para anunciar seus produtos, e assim

ocupa um espaço nos veículos. “Como a generalidade dos órgãos de comunicação social nos sistemas capitalistas visam (sic) o lucro (ou, pelo menos, o equilíbrio financeiro), é preciso contar ainda com o fator mercado em potencial influenciador do processo” de produção das notícias (SOUSA, 2004, p.148). Portanto, o jornalismo deve fazer seu trabalho visando à publicidade. Uma página é fechada conforme os anúncios publicados<sup>7</sup>, além do que, se determinado produto aparece, o jornal não pode contrapor uma matéria denegando-o. O fator da audiência também é enquadrado como uma ação extraorganizacional pelo fato de o jornalista (ou a empresa noticiosa) pensar sobre o que seu público se interessa em saber (SOUSA, 2004).

A ação ideológica também interfere no processo de produção jornalística, isto é, há forças ideológicas que influenciam as notícias nos meios jornalísticos (SOUSA, 2002). Sousa coloca que o mito da objetividade pode ser classificado como um “instrumento de hegemonia” que está inserido nessa ação ideológica. “Entre essas forças ideológicas encontram-se a ideologia da objetividade e a ideologia do profissionalismo” (SOUSA, 2004, p.162).

A ação cultural e a sociocultural são compreendidas como influências no processo de fabricação das notícias, pois a sociedade e a cultura em que determinado órgão informativo está inserido serão capazes de modificar a forma como essa notícia é apresentada (SOUSA, 2002). A ação do meio físico e tecnológico e a ação histórica também são fatores que influenciam a produção das notícias. A primeira possui o pressuposto de que o meio e as tecnologias modificaram o modo da fabricação da notícia. Com a vinda da computação e da internet é possível o trabalho à distância, bem como os jornalistas necessitam não só de papel e caneta, mas agora de um computador com conexão à internet (SOUSA, 2002). A ação histórica é compreendida como os fatores históricos que transformaram a contemporaneidade. A chamada informação instantânea deu maior enfoque ao critério atualidade da notícia, isto é, o modo de se compreender o que é notícia se modificou (SOUSA, 2002).

Na teoria da produção da notícia são levados em conta diversos fatores que atuam como influenciadores na moldagem da notícia ser como é. Portanto, essa teoria tem como pressuposto a complexidade de relações que se fazem durante a produção de uma notícia. Ressalta-se

---

7 Durante a observação direta no período não eleitoral (outubro de 2009) houve um exemplo desse fenômeno. Uma matéria de domingo estava pronta e não foi publicada, pela falta de “espaço”, e só foi veiculada uma semana depois.

que o presente trabalho possui a principal preocupação de analisar a influência da política (agente externo ao campo jornalístico) na produção da notícia.

#### II.4. Objetividade jornalística e profissionalismo

Pode-se dizer que a maioria dos jornais, ditos comerciais, acreditam (ou afirmam) ser possível buscar a chamada objetividade<sup>8</sup>, que nada mais é do que, de uma forma simples, “a ideia de que se pode separar fatos de valores. [...] A crença na objetividade é uma confiança nos ‘fatos’, uma desconfiança dos ‘valores’, e um compromisso com a segregação de ambos” (SCHUDSON, 2010, p. 16). Ou seja, a objetividade no jornalismo é uma busca pela “verdade dos acontecimentos” (BIROLI e MIGUEL, 2010).

A objetividade envolve a valorização de práticas e habilidades que permitiriam que o acesso à realidade não fosse maculado pelos intermediários que o tornam possível. O reconhecimento de que os profissionais têm competência distinta para acessar – e esclarecer – a realidade exterior sobrepõe-se à desvalorização da singularidade e da posição social específica desses mesmos indivíduos. A valorização do discurso científico, sobretudo nas formas que assume a partir do século XIX, é fortemente marcada pela divisão entre iniciados e leigos, sendo os primeiros aqueles que adquirem domínio sobre os procedimentos, normas e saberes compartilhados que garantiriam a produção de discursos verdadeiros. Mas a neutralidade desses sujeitos é uma exigência para que seu discurso seja fiel à realidade, e só a ela. Em outras palavras, a objetividade exige a neutralização ou suspensão do sujeito para que a verdade se apresente (BIROLI e MIGUEL, 2010, p. 2).

A objetividade, segundo Michael Schudson (2010), é uma exigência que veículos de comunicação (vistos como empresas) buscam atender. Portanto, o mito da objetividade, assim chamado por alguns autores, é sempre buscado por empresas jornalísticas – tanto que para

---

<sup>8</sup>Segundo Nelson Traquina (2005, vol. 1) o valor da objetividade transcende quaisquer características específicas do jornalismo praticado por uma nação, sendo, portanto um valor da “comunidade jornalística transnacional”, ou seja, do campo jornalístico como um todo.

Gaye Tuchman (1983) a objetividade é chamada de “ritual estratégico”. Para Nelson Traquina (2005, vol.2) a objetividade é um dos valores compartilhados pelos agentes do campo jornalístico, que é o resultado do processo histórico da profissionalização e autonomização da profissão<sup>9</sup>. Ou ainda, segundo Martino:

Difundida pelos próprios meios para assegurar sua existência, ganhar e manter a confiança de seu público, a objetividade do jornalismo, sua imparcialidade, a neutralidade das informações veiculadas e a independência do repórter são as garantias de que o produto mediático é um espelho da realidade. Pretende-se que o jornalista seja uma entidade abstrata, produzindo cópias fieis da realidade. É justamente a garantia de objetividade, da exposição do fato tal qual aconteceu, que garante a credibilidade do jornal. O leitor imagina que está realmente vendo o que aconteceu, ignorando todo o processo de criação e seleção existente ao se reportar um fato. Do repórter que presencia determinado acontecimento até a recepção da mídia pelo leitor, a realidade passa por processos vários de reconstrução, seleção, adaptação e edição, que distanciam o produto final da realidade objetiva (MARTINO, 2005, p. 88).

Segundo Moretzsohn (2000), é importante a questão da subjetividade no jornalismo, pois esta, “presente no processo de apreensão dos fatos indica que o jornalismo não é o discurso da realidade (como diz ser), mas um discurso sobre a realidade” (MORETZSOHN, 2000, p.3). Ainda segunda a autora, a objetividade só é percebida no texto em si, são deixados de lado o processo de produção das informações, e também fotos e ilustrações.

Em seu estudo sobre a produção da notícia, Gaye Tuchman (1983) identificou quatro rituais habituais (ou seja: marcas) que estão ligados à objetividade. A primeira marca é chamada de marca “formal”, que é caracterizada pelo uso das aspas nos discursos reproduzidos das fontes, a colocação de pontos de vista diferentes sobre um mesmo fato – o famoso “escutar os dois lados da história” – e a presença de dados ou

---

<sup>9</sup>Além da objetividade existem outros valores que permeiam a profissão jornalística, como, por exemplo, a liberdade, independência e autonomia, a verdade, e a credibilidade. Segundo Jorge Pedro Sousa (2004), muitos desses valores (e outros aqui não listados) estão expressos, geralmente, em códigos que regulam a profissão (como o código de ética, aqui no Brasil).

números que estejam de acordo com essas colocações (TUCHMAN, 1983). A segunda marca está relacionada com as questões “organizacionais”:

Trata-se da prioridade dada às fontes institucionais que supostamente detêm uma autoridade pouco discutível (indicação da cifra de manifestantes segundo a polícia, entrevista do prefeito de uma cidade em situação de calamidade), mas também se trata da divisão em editoriais ou de uma tipologia de matérias que assinalam o status mais subjetivo ou imperativo de certos textos (editorial, opinião, news analysis), significando o contrário da imposição factual bruta dos outros conteúdos (NEVEU, 2006, p. 109).

A terceira marca da objetividade está ligada a uma preocupação em concordar com o “senso comum” da sociedade – um exemplo é o veto da publicação de matérias polêmicas que vão contra a expectativa do público. A quarta seria a hierarquização da estrutura do texto jornalístico que atribuiu um valor de importância a cada elemento conforme a sua colocação na matéria, como, por exemplo, o *lead*, que possuiu a função de informar as questões mais importantes de um fato – isto é, a resposta para as seis famosas perguntas: "O quê?", "Quem?", "Quando?", "Onde?", "Como?", e "Por quê?" (TUCHMAN, 1993b).

Segundo Gaye Tuchman (1993a, p.76), o jornalista toma decisões imediatas relativas

à validade, fiabilidade e verdade a fim de conhecer os problemas impostos pela natureza de sua tarefa – o processamento de informação que dá pelo nome de notícia, um produto de consumo depletivo feito diariamente. O processamento das notícias não deixa tempo disponível para a análise epistemológica reflexiva. Todavia os jornalistas necessitam de uma noção operativa de objectividade para minimizar os riscos impostos pelos prazos de entrega de material, pelos processos difamatórios e pelas reprimendas dos superiores.

Ou seja, pode-se dizer que os valores da objetividade estão ligados a uma lógica prática. Assim esse valor da objetividade está ligado – para os jornalistas e empresas que exaltam o modelo algo

americano – ao *habitus* profissional. E esses rituais “não representam uma ‘traição’ ao ideal da objetividade, que seria então substituído por um simulacro, mas sua adaptação aos imperativos da produção industrial da notícia” (BIROLI e MIGUEL, 2010, p. 2).

Alguns veículos de comunicação trazem a objetividade como um valor claro a ser seguido pelo corpo de jornalistas. Um desses casos é o do jornal Folha de São Paulo, que deixa evidenciado em seu manual que “a busca da objetividade jornalística e o distanciamento crítico são fundamentais para garantir a lucidez quanto ao fato e seus desdobramentos corretos” (Folha de São Paulo, 2007, p. 22). Segundo o Manual de Redação da Folha, esse procedimento evitaria que o impresso fosse considerado um porta-voz de alguns dirigentes ou de interesses políticos.

Portanto, os jornalistas (e conseqüentemente as empresas) seguem (ou tentam seguir, ou simulam seguir) as normas verificadas por Gaye Tuchman (1993) para não tomar nenhum partido perante várias questões – entre elas o apoio, ou não, a determinado político ou partido. “Por intermédio da odebiência a essas normas, os jornalistas americanos oferecem sua interpretação de mundo como legítima e objetiva, escapando à tomada explícita de posição, rejeitada por este modelo de imprensa” (ALDÉ e outros, 2007).

A distinção que os próprios meios de comunicação fazem de matérias informativas e de opinativas (as colunas e artigos assinados) demonstra a preocupação que o campo jornalístico tem a respeito da objetividade. A diferenciação entre matérias informativas e opinativas é uma forma do campo jornalístico deixar evidenciado (tanto para o leitor comum quanto para membros do mesmo campo) que determinado espaço é destinado a uma neutralidade (e deve apresentá-la), enquanto o outro é mais aberto a opiniões do veículo e do jornalista (onde geralmente se inserem as colunas e editoriais).

Além disso, a objetividade também possui a utilidade para o jornalista de ajudar a vencer o “fator tempo” – pelo fato de evitar “a necessidade de os jornalistas escolherem reivindicações contraditórias” (TRAQUINA, 2005, vol. 1, p.141). A busca pela objetividade cria um “recorte” por parte dos jornalistas na hora de escolher as declarações das fontes e informações que serão inseridas nas matérias, retirando as ambíguas e escolhendo as mais claras, diminuindo o tempo gasto com declarações ou informações ambíguas (as quais necessitam de um maior tempo de reflexão e tratamento para uma compreensão por parte dos leitores). A objetividade também é vista como um valor próprio do campo jornalístico pelas demais esferas da sociedade civil.

A objetividade, ou uma outra designação de uma noção de equilíbrio (balance), está associada pela esmagadora maioria dos cidadãos ao papel do jornalista, e é consagrada nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos profissionais, em particular os que trabalham em empresas de comunicação social do setor público. Está presente, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas nos países democráticos e está no centro de toda uma mitologia que representa os jornalistas em diversas narrativas que ocupam um papel central na cultura profissional (TRAQUINA, 2005, vol. 1, p.143).

A objetividade está ligada à ideia de profissionalismo dentro do campo jornalístico, e ambos teriam o papel de reagir a interesses das empresas jornalísticas (MORETZSOHN, 2000). “A defesa do profissionalismo é vista como uma reação a pressões comerciais (e políticas) externas e estranhas ao trabalho da imprensa, que adotaria princípios compartilhados tanto por editores quanto por repórteres”<sup>10</sup> (MORETZSOHN, 2000, p. 5). Portanto, a defesa do profissionalismo também possui o papel de autoafirmação do campo jornalístico perante influências econômicas ou políticas. Ou seja, esse talvez seja um mecanismo de fechamento do campo jornalístico perante tentativas de inserção tanto do campo político quanto do campo econômico.

O profissionalismo também está ligado a um modo de produção, que é dado como o mais completo e é o mais utilizado na prática jornalística. Porém esse modelo está ligado com a lógica do “jornalismo como empresa”, ou seja, a prática jornalística de maneira lucrativa.

Os *barões da imprensa* são empresários capitalistas antes de ser soldados intermediários de forças políticas, o que dissocia o jornalismo do engajamento partidário. A lógica empresarial contribuiu assim para uma profissionalização forçada. O jornalista americano, [...] não é um semi-artista ou um seguidor partidário, mas um assalariado. [...] Essa racionalização reforça uma

---

<sup>10</sup>Esse “princípio compartilhado” do profissionalismo está presente no *habitus* jornalístico, pois é compartilhado por toda uma classe. Ressalta-se que não é todo o veículo que preza pela objetividade como principal característica. Aqueles que possuem um posicionamento claro a respeito de algumas questões, partidos ou candidatos, colocam-na em segundo plano.

habilidade profissional à base de técnicas, de capacidade de investigação, de uma escrita normatizada (NEVEU, 2006, p.25-26).

Segundo alguns autores a discussão sobre o profissionalismo hoje se distingue em duas visões diferentes: “a) o profissionalismo como *slogan* ou como ‘valor’; b) o profissionalismo como prática abertamente produtiva” (MIQUEL, 2009, p. 225). A primeira postura é mais positiva, possui o pressuposto da qualificação do jornalista e a profissionalização como uma autonomia do jornalismo. O profissionalismo é uma referência simbólica e instrumental no campo jornalístico, que, na maioria das vezes, é um discurso feito pelos veículos de comunicação (as empresas jornalísticas) (MIQUEL, 2009).

Na perspectiva de Charaudeau, “a articulação entre três lógicas – econômica, tecnológica e simbólica – no discurso da informação (chamada pelo autor de ‘máquina midiática’)” se faz em três lugares: nas condições de produção, na construção dos discursos e na instância de recepção (SILVA, 2010, p. 177).

O lugar das condições de produção das notícias (instância de enunciação) se estrutura em dois espaços distintos: o externo-externo, que compreende as condições socioeconômicas envolvidas no processo comunicacional; e o externo-interno, responsável por abarcar as condições semiológicas da produção. Assim, ao entender a notícia como produto de uma determinada empresa cuja organização está regida por práticas institucionalizadas (que se relacionam com os estatutos e as funções dos atores nela envolvido), o externo-externo configura-se como uma problemática de ordem socioeconômica. Este espaço (externo-externo), emaranhado nas práticas profissionais da organização, dialoga – num processo de influências mútuas – com o espaço externo-interno, responsável pela realização propriamente dita (escolhas temáticas, entre outras) do produto midiático. Em outros termos, pode-se dizer que as variáveis socioeconômicas que caracterizam o espaço externo-externo influenciam as escolhas discursivas dos jornalistas na construção da notícia (externo-interno), e vice-versa. Ademais, entende-se que a instância de enunciação da máquina midiática trabalha com

“efeitos propostos”, já que o destinatário não é conhecido e, numa perspectiva ideal, só pode ser considerado como um “vazio” a ser “preenchido” pelas significações propostas (SILVA, 2010, p. 178).

Ou seja, a compreensão da notícia como um produto de determinada empresa jornalística traz à tona as influências de práticas enraizadas no jornal e que assim são influenciadas por questões socioeconômicas que se refletem na produção da notícia.

A segunda visão do profissionalismo o entende como apenas uma prática da rotina de produção jornalística. “O papel jornalístico é um papel subalterno aos valores dominantes da elaboração de estereótipos e dos bens simbólicos de consumo” (MIQUEL, 2009, p. 226). Ainda nessa visão há um distanciamento entre o produtor de informação e o público.

Uma abordagem que tenta ao mesmo tempo dar importância tanto à produção da notícia quanto à sua relação com o público (audiência) é o modelo de equilíbrio ou intercâmbio (MIQUEL, 2009). Sua principal concepção é a de que os jornalistas são construtores da realidade, e não meramente reprodutores da mesma. Essa concepção é retirada de uma obra mais ampla de Berger e Luckmann (2001) sobre a sociologia do conhecimento, onde, para os autores, o conhecimento seria capaz de construir a realidade social.

O jornalista tem como matéria-prima do seu trabalho a construção da realidade social que as fontes da informação criam. Quando alguém se torna, por exemplo, testemunha de um acontecimento, confere sentido ao que percebe. Constrói, portanto, uma realidade social, objetiva o fenômeno observado. Uma forma de conferir sentido a um fenômeno, é quando o contextualizamos. [...] Por isso, o jornalista realiza uma re-contextualização do fato para tentar descobrir qual é o sentido mais correto. Além disso, o jornalista sabe que seu relato vai ter uma dimensão pública, o que o levará a uma responsabilidade social na hora de fazer a sua objetivação de segunda ordem (MIQUEL, 2009, p. 228-229).

Ou seja, nessa percepção o jornalista é agente atuante na construção da realidade através da contextualização que ele faz de um fato. As ideias do profissionalismo e da objetividade também estão presentes na responsabilidade que o jornalista possui perante a sociedade e, também, para se manter neutro, e dessa maneira afastar a possibilidade de alguns processos jurídicos (MORETZSOHN, 2000). Traquina ressalta que

a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não-interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho. Nas palavras de Gaye Tuchman a objetividade deve ser encarada como um “ritual estratégico”. A objetividade é um “ritual”, segundo Tuchman, porque os jornalistas invocam os procedimentos rituais para neutralizar potenciais críticas (TRAQUINA, 2005, vol. 1, p.139).

Portanto, o valor da objetividade e outros valores (como o profissionalismo) são partilhados por uma comunidade jornalística: “a comunidade jornalística é uma comunidade transnacional que partilha uma cultura profissional, cultura em que os jornalistas partilham critérios de noticiabilidade e um sistema de valores que fornecem uma identidade profissional” (TRAQUINA, 2005, vol. 2, p. 166). Os chamados valores-notícia fazem parte dessa cultura profissional e serão mais detalhados no tópico a seguir.

## **II.5. Critérios de noticiabilidade ou valores-notícia**

Os critérios de noticiabilidade ou valores-notícia estão ligados ao modelo do jornalista como produtor de notícias (WOLF, 2006), em que o jornalista é caracterizado, principalmente, pela sua capacidade de dizer o que é ou não notícia. O trabalho jornalístico se pauta em uma seleção dos acontecimentos entre notícia e não-notícia, sendo que “a incorporação dos valores-notícia como estruturas parciais de um *habitus* jornalístico” (MARTINO, 2005, p.109) acontece na vivência da profissão ou na faculdade.

Cada fato cotidiano poderia ser classificado e catalogado de acordo com uma espécie de preço simbólico que mostra, desde o princípio, suas

potencialidades de ser transformado em notícia. Quanto maior for esse preço simbólico, maiores as chances de se tornar pauta (MARTINO, 2005, p.109).

Segundo Harcup e O'Neill (2001), o primeiro estudo envolvendo os valores-notícia foi de Galtung e Ruge. A questão que norteou o trabalho foi: como os acontecimentos se tornam notícias? A partir dessa pergunta, Galtung e Ruge encontraram doze fatores que implicariam na notícia: frequência (*frequency*); amplitude do evento (*threshold*); clareza (*unambiguity*); significância (*meaningfulness*); consonância (*consonance*); inesperado (*unexpectedness*); continuidade (*continuity*); composição (*composition*); referência às nações de elite (*reference to elite nations*); referência às pessoas de elite (*reference to elite people*); personalização (*reference to persons*) e negatividade (*reference to something negative*) (HARCUP e O'NEILL, 2001; TRAQUINA, 2005, vol 2).

O valor frequência corresponde ao “espaço de tempo necessário para o acontecimento se desenrolar e adquirir significado” (TRAQUINA, 2005, vol 2, p. 70), e quanto maior a proximidade do evento com o público e com a sua realidade maior é a chance de o fato ser transformado em notícia. A amplitude do evento tem relação com o interesse que a matéria pode despertar: quanto maior a amplitude do evento, mais leitores irão se interessar. A clareza é justificada pelo fato de que um acontecimento claro é mais fácil de ser entendido do que um ambíguo. A significância está relacionada com a ideia de um fato “significar alguma coisa no contexto social de existência da notícia, ainda que não pela proximidade geográfica, mas sobretudo pela relevância e proximidade cultural” (MARTINO, 2005, p.113). A consonância é o valor-notícia que liga o acontecimento a uma pré-imagem mental do público. Ou seja, “quanto mais agendável for um acontecimento, quanto mais o seu relato se adaptar ao *medium*, mais probabilidades tem de se tornar notícia” (SOUSA, 2005, p.31) Outro valor é o inesperado, isto é, o fato que surge de súbito (desastres, escândalos etc.).

A continuidade é atribuída aos acontecimentos que possuem um desenrolar durante algum tempo (um assassinato possui continuidade desde o fato ocorrido até o julgamento dos suspeitos). Composição é o valor que coloca algumas notícias somente para compor o jornal e equilibrá-lo, como, por exemplo, as notícias leves no final de um tejournal estão postas para amenizar as notícias violentas. Quanto às

referências às elites, o pressuposto é que acontecimentos que envolvem a elite, tanto no sentido de indivíduos quanto de nações, são mais importantes e assim despertam o interesse do público. A personalização é o valor-notícia que está ligado diretamente ao relato ou a uma história de alguma pessoa, seja ela inserida em um acontecimento ou não; geralmente fatos com um contexto maior são “personalizados” através de relatos individuais. O último, negatividade, está relacionado ao fato de que geralmente acontecimentos negativos, como desastres, crimes, escândalos, serão inesperados e mais impactantes (TRAQUINA, 2005, vol. 2).

Apesar de Galtung e Ruge serem considerados os pioneiros na concepção do conceito sobre os critérios de noticiabilidade, a pesquisa elaborada por eles é criticada:

O modo como os autores apresentam sua perspectiva, amparados em hipóteses que seguem relações matemáticas (o que revela uma ancoragem no modelo positivista da ciência), enrijece as categorias de valores-notícia e coloca o estudo em uma posição passível de revisões críticas a partir de abordagens guiadas pela perspectiva culturalista (SILVA, 2010, p.174).

Harcup e O’Neill reaplicaram esses conceitos de valores-notícia de Galtung e Ruge em uma pesquisa com jornais ingleses. Os autores readaptaram tais conceitos para a contemporaneidade, reduzindo-os a dez. O primeiro, poder de elite (*the power elite*), é compreendido como notícias que envolvem pessoas, instituições, ou organizações de poder. O segundo, celebridade (*celebrity*), são os fatos relacionados às pessoas famosas. O terceiro, entretenimento (*entertainment*), seria relacionado às notícias amenas que tratam de interesses humanos, de animais, ‘show business’, entre outros. O quarto, surpresa (*surprise*), são os fatos inesperados, que causam espanto no público. O quinto, negatividade (*bad news*), são as notícias negativas, relativas a acontecimentos ruins. O sexto, positividade (*good news*), está relacionado com novas descobertas, curas etc. O sétimo, magnitude (*magnitude*), são as notícias que causam grande impacto pelo número de pessoas envolvidas. O oitavo, relevância (*relevance*), refere-se aos fatos que são considerados importantes para o público. O nono, sequência (*follow-up*), são as notícias que já estão na mídia e por isso possuem “desdobramentos”. O último, agenda midiática (*newspaper agenda*), são as notícias que

trazem interesses dos próprios órgãos informativos (HARCUP e O'NEILL, 2001).

Os conceitos que Harcup e O'Neill adaptaram são utilizados pelo grupo de pesquisa Mídia Política e Atores Sociais da UEPG (Universidade Estadual de Ponta Grossa). Esses critérios de noticiabilidade são utilizados de uma forma quantitativa no grupo de pesquisa. No presente trabalho eles foram inseridos tanto em uma análise qualitativa (de forma predominante), quanto em uma análise quantitativa das matérias<sup>11</sup>.

Os valores-notícia são critérios de seleção dos acontecimentos - e fazem parte da noticiabilidade (PEREIRA JUNIOR, 2005) - que serão pautados ou não pelos meios de comunicação, na tentativa de colocar uma ordem nos fatos. Eles são característicos da cultura profissional jornalística e podem mudar com o passar do tempo (SOUSA, 2005). A maioria dos estudos sobre conteúdo dos meios de comunicação concluiu “que as notícias apresentam um ‘padrão’ geral bastante estável e previsível” (TRAQUINA, 2005, vol. 2, p. 63). Mauro Wolf afirma que:

Definida a noticiabilidade como um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (*news values*) como um componente da noticiabilidade (WOLF, 2006, p. 195).

A noticiabilidade estaria ligada aos “processos de rotinização e estandarização das práticas produtivas. Logo, trata-se de introduzir práticas produtivas estáveis, numa matéria-prima (os fatos que acontecem no mundo), que é por natureza muito variável e difícil de prever” (PEREIRA JUNIOR, 2005, p.82). Ou seja, os critérios de noticiabilidade possuem a função de ordenar a quantidade e o tipo de acontecimentos que as empresas jornalísticas irão, ou não, selecionar (PEREIRA JUNIOR, 2005).

Segundo Mauro Wolf (2006), os valores-notícia são condicionados quanto ao conteúdo da notícia (critérios substantivos), à disponibilidade do material e do produto informativo, ao público e à concorrência. Isto é, os valores-notícia estão presentes tanto na seleção quanto no decorrer da produção da notícia (TRAQUINA, 2005, vol. 2).

---

<sup>11</sup>Os critérios estão mais detalhados no APÊNDICE II do trabalho.

Os critérios substantivos (relacionados ao conteúdo) dizem respeito a um acontecimento se transformar em notícia. Os critérios relativos ao produto informativo e à disponibilidade de material são as medidas de produção e realização desse produto. Os critérios relativos ao público estão ligados com o que os jornalistas julgam que o público quer saber, ou seja, “a imagem que os jornalistas têm acerca dos seus destinatários” (PEREIRA JUNIOR, 2005, p.83). E os critérios com relação à concorrência são as relações mercadológicas que as empresas jornalísticas têm entre si e acabam por interferir na produção noticiosa (WOLF, 2006).

Os critérios de noticiabilidade e valores-notícia foram criados e reclassificados por diversos autores (como os criados por Nelson Traquina, 2005), portanto existem várias classificações e elas variam de autor para autor<sup>12</sup>. Os valores-notícia são importantes para compreendermos por que determinada notícia está inserida no jornal; são “mecanismos que se sobrepõem à subjectividade jornalística. Entre eles estão os critérios de noticiabilidade (ou de valor-notícia), que são aplicados pelo jornalista, conscientemente ou não” (SOUSA, 2005, p.30). Com eles podemos supor os diversos fatores que fizeram determinado veículo de comunicação pautar ou não um suposto acontecimento.

## II.6. O jornalismo e os impressos diários

O jornalismo é uma prática de produção da notícia que possui grande importância na contemporaneidade. Jorge Pedro Sousa usa o conceito de Mar Fontcuberta (1993), no qual as bases tradicionais do jornalismo seriam a atualidade, a realidade e a veracidade. Ainda para Sousa, o papel ideal do jornalismo seria o de ser um instrumento de troca de informações e, principalmente, um estimulador da cidadania. Segundo Sodré (2002), para Bernard Miège existem quatro modelos de comunicação que são definidos conforme suas características e seu tempo na história:

- 1) *imprensa de opinião* – caracterizada pela produção artesanal, tiragens reduzidas, estilo polêmico e manifestação de idéias; foi o tipo de imprensa que introduziu no espaço público a razão argumentativa cara à burguesia ascendente; 2)

---

<sup>12</sup> Dessa maneira se torna impossível elencar nesse trabalho as várias classificações de critérios de noticiabilidade e valores-notícia, podendo-se tornar cansativo e repetitivo para os leitores.

*imprensa comercial* – organizada em bases industriais/mercantis, com prioridade para a publicidade e a difusão informativa (notícia), politicamente ligada à democracia parlamentar; 3) *mídia de massa* – produção definitivamente dependente de investimentos publicitários e técnicas de marketing, predomínio das tecnologias audiovisuais e grande valorização do espetáculo; 4) *comunicação generalizada* – a reboque do Estado, das grandes organizações comerciais e industriais, dos partidos políticos, a informação insinua-se nas clássicas estruturas socioculturais e permeia as relações intersubjetivas; trata-se aqui do que também se vem chamando de realidade virtual (SODRÉ, 2002, p. 19).

Portanto, os meios de comunicação vão se aperfeiçoando conforme o passar do tempo. Antes destacava-se a imprensa de opinião; agora há uma nova realidade – a virtual. Por isso, deve-se classificar quais as características de determinado veículo de comunicação para compreender-se a lógica de sua produção.

Segundo Ricardo Noblat, “um jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo. Um espelho que reflita com nitidez a dimensão aproximada ou real dessa” (NOBLAT, 2002, p.21). Para o autor, o jornal tem que ser visto como um serviço público; além de informações e conhecimentos, ele deve emanar conhecimento (NOBLAT, 2002). Segundo Sousa,

Há vários tipos de jornais. Quanto à periodicidade, podem ser diários, semanários, mensários, etc. Quanto ao tamanho, normalmente são tablóides ou clássicos (jornais de grande formato, como A Folha de São Paulo). Quanto ao tipo de informação que providenciam, podem ser generalistas ou especializados, por um lado; por outro lado, podem ser populares (também designados "tablóides") ou de qualidade (também designados jornais de referência ou de elite). Quanto à extensão geográfica da difusão, podem ser locais, regionais, nacionais ou internacionais. (SOUSA, 2006, p. 544).

Dentro do jornalismo os veículos de comunicações possuem especificidades que os caracterizam. O jornal impresso se diferencia dos demais meios por trazer uma informação em profundidade, que não é

encontrada pelo público na televisão ou no rádio. Ou seja, o seu leitor é aquele que busca uma informação com maior precisão e pesquisa. O jornal possui a grande vantagem de dar ao leitor o controle da exposição à mensagem colocada (SOUSA, 2006).

Portanto, o impresso com periodicidade diária – como o Diário Catarinense – possui um determinado público que busca uma informação em profundidade. “Dentre os diversos segmentos midiáticos o jornalismo impresso tem especial importância e repercussão na área política, com laços historicamente firmados e legitimados (BARRETO, 2006, p.12). Portanto, pode-se dizer que talvez a relação entre jornalismo e política aconteça de forma mais enfática em jornais.

### **CAPÍTULO III – A editoria de política do Diário Catarinense: uma metodologia para a compreensão do processo de produção noticiosa**

Este capítulo tem como principal objetivo apresentar a análise do material da pesquisa empírica realizada junto à Editoria Política do Diário Catarinense. Antes disso, porém, traz um breve histórico sobre o Diário Catarinense - para uma compreensão sobre algumas características presentes no trabalho da Editoria de Política (EP) – e uma apresentação sobre os três métodos utilizados no trabalho. Elaborou-se também uma descrição sobre a observação direta, para contextualizar a produção da notícia.

A análise dos dados é dividida por aspectos que estão ligados ao objetivo do presente trabalho. No período pré-eleitoral são evidenciados os valores da objetividade e neutralidade no impresso estudado. O interesse público (em alguns casos ele é exemplificado por assuntos específicos) é um fator influente na elaboração das notícias.

A relação entre jornalista-fonte é trazida para um maior entendimento sobre a relação entre os agentes do campo jornalístico e do campo político. A influência do campo econômico – típico do modelo de empresa noticiosa aqui analisada – é abordada de uma forma breve. As influências internas do campo jornalístico e mais algumas do campo político (que já foram enfocadas, em alguns dos outros tópicos) também são tratadas. E, por último, realiza-se um estudo comparativo relativo à cobertura do Diário Catarinense sobre os três principais candidatos ao governo (no período de agosto de 2010).

#### **III.1. O Diário Catarinense**

O impresso Diário Catarinense pertence ao grupo RBS (Rede Brasil Sul), afiliado da Rede Globo. A Rede Globo atua em mais de um de meio de comunicação e possui várias afiliadas nos estados brasileiros. Ela está em uma posição hegemônica na mídia brasileira (MIGUEL, 2002b). A rede não possui apenas emissoras de TV afiliadas; ela também administra jornais, revistas e rádios (todos de grande importância no país). No início de seu surgimento, a Rede Globo teve uma relação com o governo militar (vigente naquele período).

O aporte dos parceiros estrangeiros permitiu que a Globo logo se destacasse tecnicamente das outras emissoras brasileiras e alavancasse seu predomínio. Assim, a Rede Globo se credenciou,

perante os governantes militares, para a posição de vetor da “integração nacional”, verdadeira obsessão geopolítica do regime autoritário. [...] O objetivo era incorporar – econômica, política e culturalmente – as regiões mais afastadas (MIGUEL, 2002b, p. 34-35).

Ou seja, o governo militar via na Rede Globo um instrumento para a famosa “integração nacional”. Portanto, essa relação com o poder político sempre esteve presente na história da Rede Globo. Ressalta-se que a RBS mantém uma ligação indireta com políticos, no entanto ela não é propriedade de algum político, e sim de um grupo econômico ligado a eles. A Rede Globo possui 121 emissoras (afiliadas e geradoras)<sup>13</sup> e alcança quase todas as cidades brasileiras. Do total de afiliadas, 21 são propriedades de políticos<sup>14</sup>.

O grupo RBS (Rede Brasil Sul), que abrange o Rio Grande do Sul e Santa Catarina, possui – além dos canais de televisão – jornais, rádios, mídias digitais em ambos os estados<sup>15</sup>. Somente em Santa Catarina o grupo possui três importantes diários: A Notícia, Jornal Hora de Santa Catarina e Diário Catarinense (que é o mais vendido em todo o Estado). A trajetória de um dos maiores Grupos de Comunicação do país começa em 1957, quando Maurício Sirotsky Sobrinho, Arnaldo Ballvé e Nestor Rizzo adquirem a Rádio Sociedade Gaúcha, fundada em 1927, conforme Biz (2003). Ao fim do governo Juscelino Kubitschek, Maurício Sirotsky Sobrinho e seus companheiros recebem a concessão do canal 12. Em 29 de dezembro de 1962, é inaugurada a “Televisão Gaúcha”, com a participação do Presidente da República, João Goulart, e do governador do Estado, Leonel de Moura Brizola. (SCHIFINO, 2009, p.43)

O grupo chegou em Santa Catarina no ano de em 1979, através da inauguração da TV Catarinense em Florianópolis (GOLEMBIEWSKI, 2006). “Ao lado da concentração da propriedade,

<sup>13</sup>Dados retirados do site: <http://redeglobo3.globo.com/institucional> (data de acesso: 06/11/2010).

<sup>14</sup>Dados retirados do site:

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0608200108.htm> (data de acesso: 06/11/2010).

<sup>15</sup>Dados extraídos do site: <http://www.rbs.com.br> (data de acesso: 09/11/2010).

duas outras características que têm historicamente identificado o sistema brasileiro de comunicações, é a presença dominante de grupos familiares e a vinculação com as elites políticas locais e regionais” (AGUIAR, 2006, p.64). Entre os principais grupos familiares de comunicação do país está o Grupo RBS pertencente a família Sirotsky.

A RBS iniciou a década de 80 retomando as conversas com José Matusalém Comelli, desta vez para comprar ou associar-se ao jornal O Estado. Novamente, a decisão acabou sofrendo a influência de muitos grupos de pressão. Em geral amigos, empresários, políticos, que viam na venda de O Estado uma espécie de rendição ao “inimigo”. Comelli conta isso com uma certa mágoa, talvez porque depois não tenha visto, naqueles que pressionaram para que o negócio não fosse feito, grande empenho para ajudar o jornal a sobreviver. Sem negócio com O Estado, a RBS decide lançar seu próprio jornal. Armando Burd, o jornalista escalado para fazer as primeiras sondagens e ajudar na formatação do projeto, chega à cidade em 1984 e começa as conversas com jornalistas. Após dois anos de estudos, o Diário Catarinense é lançado em 1986. A RBS-TV, a cavaleiro da programação da Globo, lidera a audiência e garante o suporte financeiro para a empreitada. (VALENTE, 2005, p.80-81)

O Diário Catarinense foi fundado por Maurício Sirotsky Sobrinho, em maio de 1986; e, assim como a RBS, é dirigido pela família Sirotsky, tanto em Santa Catarina como no Rio Grande do Sul. O jornal possui um alcance estadual, com uma tiragem de cerca de 40 mil exemplares ao dia. O grupo é forte economicamente, como ressalta Aguiar (2006):

No Sul do Brasil, o Grupo RBS, da Família Sirotsky, que aparece entre os 300 maiores grupos nacionais em 1999, ocupando a 124ª. posição, registrando um lucro líquido de US\$ 109,3 milhões. (Cf. Balanço Anual da Gazeta Mercantil: 2000, p.112). Já entre os 500 maiores grupos e empresas do Sul, o Grupo RBS ocupa a 46ª. posição, destacando-se a RBS TV de

Florianópolis S.A (343ª. Colocada; cf. Revista Amanhã: 2001, p. 72 e 84). Pela pesquisa do Valor Econômico o Grupo RBS ocupa a 181ª. lugar, com uma receita de RS 558,7 milhões (AGUIAR, 2006, p.94) .

Com relação à política, o grupo (e, conseqüentemente, o impresso) se proclama em uma posição imparcial<sup>16</sup>, no entanto há diversos fatores que passam essa questão.

Imparcialidade política é um dos principais pontos do discurso da RBS sobre sua atuação como meio de comunicação de massa. Porém, o envolvimento da emissora com a política vai muito além do que admite. O próprio Mauricio Sirotsky Sobrinho, pouco antes de morrer em 1986, estava sendo cogitado para concorrer ao cargo de governador do Rio Grande do Sul.

[...]

Apesar de em certos momentos ter apoiado ostensivamente alguns candidatos, no geral, a RBS consegue utilizar a força da política sem se envolver diretamente. Com um olho na política e outro no faturamento, a RBS não pode correr o risco de perder audiência por ter ficado ostensivamente governista (CRUZ, 1996, p.109 e 113).

Atualmente, além de manter publicamente a imparcialidade como principal meta ética, o Diário Catarinense também teve mudanças em pontos sobre a “forma do jornal”. Essa transformação é notória, desde a nova diagramação apresentada pelo jornal até a forma em que as matérias foram redigidas a partir do final de 2009.<sup>17</sup>

O principal ponto que o impresso ressalta em seu discurso, assim como os demais veículos que pertencem a RBS, é o de fazer um jornalismo “profissional”. Isso se deve ao fato de que no início da sua implantação no Estado trazia consigo aparatos tecnológicos fortes para a

---

<sup>16</sup>Tal imparcialidade ou neutralidade é uma marca do chamado modelo anglo-americano de jornalismo. Essa ideia já foi abordada anteriormente neste trabalho.

<sup>17</sup>No primeiro período de observação (outubro de 2009), todos os jornalistas do Diário Catarinense (editores, repórteres, ilustradores, colunistas) foram preparados para as mudanças que seriam feitas no impresso – em uma espécie de treinamento e reuniões que tinham por objetivo mostrar essas novas características que deveriam ser enfatizadas pelo jornal.

época (vale ressaltar que o Diário Catarinense foi o primeiro impresso informatizado na América Latina), além de uma política editorial que enfatiza a imparcialidade do jornal e seu “compromisso com a verdade”.

### III. 2. A metodologia

Do ponto de vista empírico, o presente trabalho é centrado em três tipos de análises: um acompanhamento da rotina de produção da editoria no impresso, uma análise (predominantemente qualitativa, mas, em parte, quantitativa) do conteúdo das matérias da Editoria de Política do Diário Catarinense e uma entrevista semiestruturada focal com os editores dessa editoria.

O primeiro período de análise, tanto para a observação direta como para a análise de conteúdo, foi o mês de outubro de 2009, classificado como período não eleitoral. Como esse é um trabalho comparativo entre períodos distintos, o período posterior observado foi conceituado como período pré-eleitoral, situando-se durante todo o mês de agosto de 2010. Ressalta-se que o recorte temporal de análise foi escolhido pelo fato de englobar dois períodos distintos com relação à cena política no estado. No primeiro período parte-se da premissa de que não há nenhum evento político previamente agendado, representando, de certa forma, uma visão sobre a rotina “normal” do trabalho jornalístico na Editoria de Política. O segundo é marcado pelo início do Horário da Propaganda Eleitoral Gratuita, o que, pode-se dizer, gera uma campanha efetiva aos cargos políticos. Nesse período começa formalmente a campanha ligada ao evento político mais marcante, tanto em âmbito nacional como estadual. Destaca-se que mesmo sendo períodos distintos, as diferenças que há entre eles não são tão marcadas. Alguns aspectos as tornam mais evidentes, como, por exemplo, a preocupação maior com a neutralidade no período pré-eleitoral.

A junção de métodos de cunho qualitativo e quantitativo justifica-se pelo fato de o objeto de pesquisa - as influências (externas e internas) sobre a produção da notícia da Editoria de Política do Diário Catarinense - ser complexo. O método da observação direta é um dos utilizados na presente pesquisa, sendo uma das bases “de toda investigação no campo social, podendo ser utilizad(o) em trabalho científico de qualquer nível, desde os mais simples estágios até os mais avançados” (RICHARDSON, 2010, p.259). A observação é definida de maneira simples como “o exame minucioso ou a mirada atenta sobre um fenômeno no seu todo ou em algumas de suas partes; é a captação precisa do objeto examinado” (RICHARDSON, 2010, p.259). A

observação é amplamente utilizada, juntamente com os outros métodos de pesquisa; no caso do presente trabalho, a entrevista e a análise qualitativa e quantitativa das matérias a complementam.

Segundo Quivy e Campenhoudt (1998, p. 199), as principais vantagens do método da observação direta são:

a apreensão dos comportamentos e dos acontecimentos no próprio momento em que se produzem; a recolha de um material de análise não suscitado pelo investigador e, portanto, relativamente espontâneo; a autenticidade relativa dos acontecimentos em comparação com as palavras e os escritos.

Para uma melhor captação dos fatos durante a observação da produção da notícia, a pesquisadora registrou em um diário de campo as principais informações colhidas (o que ajudou a fundamentar muitas perguntas da entrevista) e os questionamentos feitos durante a observação de fatos específicos, para uma maior fixação e pela possibilidade de revisão dos mesmos no momento das análises da matéria. Esse também foi o método escolhido por pesquisadores que tinham como objetivo analisar o trabalho jornalístico, como a pesquisa de Pereira Junior (2005) sobre o trabalho dos editores de televisão.

Outro método de pesquisa utilizado no trabalho foi a entrevista semiestruturada. Ela caracteriza-se pela presença de “perguntas guias”, cujo propósito é direcionar a entrevista para que o pesquisador alcance seus objetivos, e sem deixar o entrevistado “engessado” (QUIVY e CAMPENHOUDT, 1998). Esse método é indicado para:

A análise do sentido que os actores dão às suas práticas e aos acontecimentos com os quais se vêm confrontados: os seus sistemas de valores, as suas referências normativas, as suas interpretações de situações conflituosas ou não, as leituras que fazem de suas próprias experiências (QUIVY e CAMPENHOUDT, 1998, p.194-195).

A opção por esse tipo de entrevista (semiestruturada focal) se deve ao fato de ser um tipo de entrevista cujas perguntas concentram-se “no impacto de eventos concretos ou a manipulação subjetiva das condições das atividades da própria pessoa” (FLICK, 2004, p. 94). Esse tipo de entrevista também pressupõe que o pesquisador conheça “previamente os aspectos que deseja pesquisar e, com base neles, formule alguns pontos a tratar na entrevista” (RICHARDSON, 2010,

p.212). Ou seja, esse tipo de entrevista amolda-se à pesquisa pelo fato de existir uma observação do objeto pesquisado, anterior a ela (entrevista).

Além disso, foi realizada a análise de conteúdo das matérias produzidas no mesmo período em que foi feito o acompanhamento da rotina de produção no veículo. Assim poder-se-á analisar e contrastar o produto final com o processo de sua elaboração. A análise de conteúdo é usada amplamente nas ciências sociais, inclusive nas pesquisas que envolvem o jornalismo. A análise de conteúdo dos meios de comunicação ajuda na compreensão “sobre quem produz e quem recebe a notícia e também a estabelecer alguns parâmetros culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens” (HERSCOVITZ, 2007, p 124).

No presente trabalho a análise de conteúdo se faz principalmente de forma qualitativa, tendo como guia a busca dos objetivos da pesquisa. Para a amostragem das matérias analisadas tomou-se como critério a presença (ou não), nas matérias, de elementos que estivessem relacionados às discussões realizadas na parte teórica deste trabalho (capítulos I e II). Entretanto, a análise qualitativa de conteúdo não se centrou em técnicas específicas (como a codificação e criação de variáveis); ela apenas seguiu o(s) objetivo(s) da pesquisa, sendo feitas assim análises mais impressionistas sobre o que foi vinculado no jornal.

Um pequeno estudo quantitativo foi realizado visando a avaliar as valências, a área total e o enquadramento das matérias que envolviam os três principais candidatos a governador, no período pré-eleitoral coberto pela pesquisa (agosto de 2010). O objetivo principal foi o de testar em que medida a cobertura das eleições, nesse período, realmente se materializou numa cobertura “neutra”, “isenta”, buscando a “objetividade”.

Os três métodos aqui utilizados têm a pretensão de buscar os objetivos específicos da pesquisa, que são: identificar as influências sobre o campo jornalístico; compreender a relação entre o campo político e o campo jornalístico (principalmente com relação às fontes); e identificar as diferenças da produção da notícia durante o período não eleitoral e o período pré-eleitoral.

Acredita-se que esses métodos em conjunto permitirão formar um panorama sobre a produção jornalística, envolvendo especialmente o tema da objetividade e o das influências do campo político, na Editoria de Política do diário. Ressalta-se que serão analisadas somente as matérias elaboradas, nos períodos mencionados, pelo jornal Diário Catarinense em Florianópolis. Ou seja, aquelas compradas de agências e elaboradas nas sucursais do impresso foram excluídas da análise.

Antes de começar a apresentar as análises dos dados, é necessário descrever o contexto em que se realizou a eleição para o governo do estado de Santa Catarina em 2010. Trata-se, aqui, de apresentar alguns dos principais elementos da configuração política das eleições de 2010, principalmente em relação à disputa ao cargo de governador em Santa Catarina. Ideli Salvatti lança-se como candidata ao cargo de governador com o apoio nacional do PT e, principalmente do ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva e da então candidata à presidência Dilma Roussef. No cenário estadual a aliança nacional entre PT e PMDB não teve o mesmo efeito em Santa Catarina, por este motivo a candidatura de Ideli esteve ancorada no apoio nacional e também na sua atuação de senadora durante o governo Lula.

Angela Amin era uma forte candidata pela sua visibilidade entre os eleitores (principalmente os da capital, que já a conheciam pela sua administração como ex-prefeita de Florianópolis) e por ser esposa de Esperidião Amin, também ex-prefeito de Florianópolis e ex-governador de Santa Catarina. No entanto, Angela não tinha nenhuma vinculação com nenhum candidato para a presidência; se a candidata concorresse ao segundo turno apoiaria a oposição nacional de seu adversário – se fosse ao segundo turno com Ideli apoiaria José Serra, se seu adversário fosse Raimundo Colombo apoiaria Dilma Roussef. Raimundo Colombo possuía o apoio estadual da tríplice aliança (PMDB, PSDB e DEM), cenário que não correspondia com o nacional, no qual o PMDB e o PT tornaram-se aliados. Dessa maneira ele era candidato aliado do governador, por esse motivo as críticas ao governo Luiz Henrique também atacavam Colombo.

Apesar de Angela ter iniciado a disputa eleitoral como principal candidata a vencer a eleição ao cargo de governador de Santa Catarina esse cenário não foi o mesmo no resultado das eleições. As pesquisas apontavam que haveria segundo turno e que ele, provavelmente, seria disputado entre Angela e Colombo – sendo que Angela chegaria ao segundo turno com vantagem. No entanto, Colombo ultrapassou Angela nas pesquisas, e ainda venceu no primeiro turno, surpreendendo até mesmo os candidato.

### **III.3. A produção da notícia**

Para o acompanhamento do processo de produção das matérias utilizou-se a ferramenta da observação direta na redação, mais especificamente na Editoria de Política (EP), do Diário Catarinense. Foram acompanhadas somente as matérias produzidas pelos repórteres

no período de segunda a sexta-feira. Essa escolha se deve ao fato de a Editoria de Política ficar “parada” no final de semana: as matérias do final de semana eram produzidas juntamente com as factuais de cada dia, e só chegavam à redação, durante os finais de semana, matérias de “agências”. Além de tudo, já na sexta-feira era “fechado” o jornal de sábado e o de domingo, entrando somente “acontecimentos factuais” ocorridos no domingo, até a impressão do periódico.

Para a observação direta dentro da redação do Diário Catarinense foi encaminhado um pedido diretamente ao Editor Chefe (Nilson Vargas), que prontamente aceitou a justificativa que se deu à necessidade de a pesquisa ser realizada dentro do jornal. Antes desse pedido a pesquisadora entrou em contato com o colunista de política do jornal (Roberto Azevedo), que solicitou uma visita prévia da pesquisadora à redação. A partir desse momento a pesquisadora entrou em contato com a equipe da EP do Diário Catarinense e, claro, com o Editor Chefe (que naquele momento ainda não era o atual). Ela foi bem recebida pela equipe, que se mostrou receptiva e prestativa principalmente nas questões colocadas durante o processo de produção da notícia.

As etapas consideradas “importantes” na produção da notícia, como a reunião de pauta, a apuração da matéria e a edição da mesma, foram acompanhadas pela pesquisadora. Todavia, ressalta-se que mesmo na busca de uma observação que abrangesse todos os aspectos o processo é limitado, pois uma só pesquisadora não pode ter controle sobre todos os acontecimentos. Os principais pontos negativos da observação são as limitações quanto à quantidade de acontecimentos simultâneos que ocorrem na elaboração das notícias dentro da redação e quanto às eventuais ações (realizadas para a produção da notícia) que ocorrem fora do ambiente e/ou do horário em que o trabalho de campo é realizado. No que se refere ao primeiro problema, diariamente os repórteres elaboram pautas diferentes; uma decisão, tomada pela pesquisadora, foi acompanhar uma pauta de cada vez. Quanto ao segundo problema, ele foi atenuado na medida em que não houve nenhuma tentativa por parte dos jornalistas em barrar informações para a pesquisadora. Em nenhum momento houve alguma evidência de impedimento da pesquisadora em acompanhar situações naturais – como, por exemplo, a discussão a respeito de um melhor enfoque a ser abordado nas matérias.

A pesquisadora acompanhava frequentemente as reuniões de pauta<sup>18</sup>, observava o trabalho de apuração na redação (entrevistas pelo telefone) e, quando possível, também acompanhava os repórteres na elaboração das matérias fora da redação - foram cerca de cinco vezes no período não eleitoral. No período pré-eleitoral, a carga de trabalho dos jornalistas era maior e na maioria das vezes para o acompanhamento de coletivas e debates era necessário o fornecimento de uma credencial (que a pesquisadora não tinha); devido a esses fatores o acompanhamento fora da redação com os repórteres não era possível. Ainda observou-se o trabalho diário dos editores da EP, que consistia na elaboração das pautas, orientação sobre a produção das matérias aos repórteres e a edição das mesmas.

A pesquisadora também fazia questionamentos aos repórteres e editores durante a observação, quando as questões levantadas se faziam pertinentes. Ela pôde constatar que os jornalistas da EP sentiam-se à vontade com sua presença, pois questões corriqueiras, como críticas e “puxões de orelha” de superiores, eram feitas durante os momentos de observação, como também os elogios e brincadeiras por parte da equipe. Por conta do bom relacionamento que se deu entre pesquisadora e jornalistas algumas questões que talvez não fossem respondidas através de uma entrevista “mais formal” foram recebidas com tranquilidade e respondidas pelos integrantes da EP, ao longo do período de observação.

A Editoria de Política do Diário Catarinense é composta de uma forma hierárquica (na maioria do tempo) por um editor, um subeditor, um colunista e três repórteres. Essa hierarquia se faz presente em todo momento da produção noticiosa. Os repórteres sempre fazem perguntas aos editores da EP (ou são monitorados por eles), para saber se estão seguindo o enfoque proposto. Além disso, antes de começar a elaboração das matérias eles apresentam aos editores os dados que conseguiram com as fontes, avisam como estão elaborando o texto, pedem alguma “autorização” para abordar o fato de determinada forma, entre outros procedimentos.

---

<sup>18</sup>Como as reuniões de pauta eram feitas com todas as editorias do impresso, a presença da pesquisadora gerou uma certa curiosidade das outras equipes. Muitos jornalistas procuraram os membros da Editoria de Política para saber o que a pesquisadora estava realmente fazendo e o porquê disso. Outros setores da parte administrativa do impresso (como o de relações humanas) chegaram a pensar que a pesquisadora era funcionária, mostrando que o posicionamento dela não interferiu (de maneira enfática) no trabalho da EP.

No período pré-eleitoral essa configuração recebeu um “reforço” de mais um subeditor (que também tem uma coluna pequena<sup>19</sup>) e de uma repórter (que continuou fazendo matérias de economia, mas ajudava quando havia diversos fatos a serem cobertos). Um fato que chamou atenção foi que o quadro da editoria mudou nos dois períodos em que decorreu a observação. No período não eleitoral saiu um subeditor (que teve seu lugar ocupado por outro) e um repórter migrou para outra editoria, mas esse não teve seu lugar ocupado durante certo tempo. No período eleitoral mais um repórter saiu da Editoria de Política e foi para outra, e de imediato outro jornalista assumiu sua posição.

A produção da notícia segue uma rotina básica. Após a definição das pautas do dia, através da reunião de pauta<sup>20</sup> (que nesse impresso acontece sempre no início da tarde), os repórteres se deslocam, quando há um evento ou coletivas; ou, se não há algo agendado, eles buscam maiores informações sobre a pauta e entram em contato com as fontes pelo telefone ou e-mail. Após esse processo de apuração das informações começa o processo de redação das matérias, que geralmente se dá no final da tarde até o início da noite e é o período de maior tensão na redação. Posteriormente começa o processo da edição dos textos, que vai até o fechamento do jornal - o horário de fechamento do jornal é variado, dependendo do dia e ocasião, mas geralmente o último repórter sai às 22 horas e os editores ficam mais tempo para terminar as edições.

Ao longo dos dois períodos muitas matérias (seu processo de produção e seu conteúdo final) foram acompanhadas. Decidiu-se por acompanhar uma matéria diária, e aquelas especiais que eram desenvolvidas em mais dias da semana foram acompanhadas em conjunto com as diárias (essa decisão era tomada no próprio campo da pesquisa). Optou-se por escolher algumas matérias que realçassem algumas situações-chave identificadas durante a observação da produção das notícias, por serem de mais fácil compreensão acerca dos conceitos teóricos. Pelo fato de serem muitas as matérias veiculadas nos dois períodos (em torno de 50), o recorte foi feito de maneira que apresentasse a pluralidade dos diferentes tipos de matérias elaboradas pela EP.

---

<sup>19</sup>Essa coluna foi criada para trazer um outro enfoque que a coluna de Roberto Azevedo não contempla. A “Coluna do Castiel” é uma forma que o jornal encontrou de abordar as curiosidades da campanha e de falar sobre a Propaganda Eleitoral Gratuita no Rádio e na TV.

<sup>20</sup>A reunião de pauta é uma forma de o editor-chefe autorizar ou não as pautas propostas pelas editorias, sugerir outras pautas, ou até outros enfoques sobre uma mesma pauta. A partir dela o editor-chefe elenca quais são as principais pautas do dia e quais devem ter um maior ou menor destaque nas editorias. Tudo isso segue um saber prático, que se aproxima da noção teórica de *habitus*, desenvolvida no Capítulo I.

A análise qualitativa dessas matérias publicadas tem o objetivo de verificar o produto final e comparar com o que foi observado durante a produção do mesmo, sempre tentando uma interligação com os conceitos abordados na parte teórica desta dissertação. Uma das preocupações centrais quanto ao tema da “objetividade” e, mais especificamente, quanto à “imparcialidade” na campanha eleitoral será a de tentar verificar os procedimentos formais, visando a uma cobertura imparcial, bem como verificar se o resultado concreto da cobertura acaba trazendo, ou não, um viés favorável a algum(a) do(a)s candidato(a)s.

### **III.4. As influências internas do campo jornalístico**

A presente seção tenta analisar em que medida elementos internos do campo jornalístico influenciam a configuração das matérias da Editoria de Política do Diário Catarinense. Apresentam-se algumas questões típicas do campo jornalístico em geral e outras mais específicas do tipo de empresa noticiosa em que esta pesquisa se insere.

#### **III.4.1. Objetividade e neutralidade enfatizadas no período pré-eleitoral**

As orientações dadas aos repórteres diferenciam-se um pouco conforme o período de análise. No período não eleitoral as orientações centravam-se, principalmente, na busca de pautas mais críticas. Esse tipo de enfoque era enfatizado pelos editores para que os jornalistas cumprissem seu papel de críticos, mantendo também um compromisso com o público de “monitores das ações políticas”. Ou seja, a maior preocupação era com o compromisso social, o qual trazia questões mais complexas (como o uso do cargo de governador, por Jorginho Mello, para que um de seus projetos fosse aceito pela ALESC e, no dia seguinte, assinado por ele).

Orientações sobre a objetividade eram dadas em um grau de medida menor do que no período pré-eleitoral, no qual ela é muito mais enfatizada pelos editores. Eles buscam o apoio da objetividade a todo o momento e, através de alguns aparatos, tentam vivenciá-la. Os principais aparatos utilizados são a atribuição de espaços iguais aos candidatos e o mesmo enfoque nas matérias e séries especiais – como a inserção de perguntas iguais para os candidatos e a expressão que determinado político apresenta em uma foto (por exemplo, os editores têm a preocupação de em uma mesma matéria colocar as fotos dos candidatos,

mas essas serão escolhidas com a mesma expressão: todos sorrindo, ou todos de forma séria).

Segundo os editores, nos anos eleitorais a editoria ganha um maior espaço no jornal e consequentemente os jornalistas da EP têm um fluxo maior de matérias. Por esse motivo é feita uma “programação” de matérias a serem realizadas sobre o período eleitoral<sup>21</sup>. Seguindo a programação de matérias de “praxe” que se fazem presentes nas páginas dos jornais, durante o período pré-eleitoral (agosto de 2010) a editoria de política do Diário Catarinense fez entrevistas, séries e reportagens especiais sobre os candidatos, tanto ao governo do estado quanto aos presidenciáveis.

À série de três dias intitulada “Um perfil diferente”<sup>22</sup> foi dado um grande destaque no jornal: ela teve uma chamada na capa do impresso e ocupou todas as duas páginas destinadas a “reportagem especial”<sup>23</sup>. O critério de noticiabilidade que permeia essa série é o de relevância, já que conhecer melhor os candidatos ao governo do Estado é um assunto que desperta o interesse dos (e)leitores e é visto como uma informação que é relevante para o público.

A série “Um perfil diferente” apresenta um perfil dos candidatos realmente diferente dos tradicionais, os quais geralmente enfocam somente questões sobre a vida política. No caso da pesquisa ora apresentada, esse enfoque diferenciado foi propiciado por meio de perguntas que foram feitas, pelos dados trazidos a mais pelo impresso, e pelas fotos e charges dos candidatos. A série surgiu de uma ideia do próprio jornal e a equipe do jornal procurou a assessoria de imprensa de cada candidato para conseguir as informações e as fotos dos candidatos<sup>24</sup>. Na série, o jornal tentou enfatizar um perfil mais pessoal

---

<sup>21</sup>Algumas dessas matérias sempre são feitas em cada período eleitoral. Um exemplo são as matérias com assuntos como “Um dia de campanha com o candidato X”, “O dia da votação com o candidato Y”, “Entrevista com os candidatos X e Y”, entre outras. Elas não são matérias que devem ser publicadas de um dia para outro, possuem um tempo de validade (o período eleitoral, até as eleições), mas são matérias “frias” e que sempre se repetem na sua ideia central, mudando apenas os personagens a serem procurados.

<sup>22</sup>A série foi publicada nos dias 17/08/2010 (entrevistada: Angela Amin), 18/08/2010 (entrevistada: Ideli Salvatti) e 19/08/2010 (entrevistado: Raimundo Colombo).

<sup>23</sup>Esse espaço destinado a reportagens especiais é sempre disputado por todas as editorias do impresso. Dependendo da importância, atualidade e profundidade na apuração, as matérias são inseridas nele. Em toda reunião de pauta a Editoria de Política (tanto no período eleitoral quanto no não eleitoral) já tinha discriminada a matéria que poderia concorrer a esse espaço com as outras editorias. Ou seja, há uma luta interna entre as editorias do jornal na busca de um maior destaque para suas matérias.

<sup>24</sup>As perguntas da “entrevista” foram enviadas por e-mail e respondidas também por e-mail. Portanto, não se sabe se foram os próprios políticos que as responderam ou se foram as suas

dos candidatos, contrastado com uma pequena parte de perguntas exclusivas sobre política. A entrevista variava de perguntas que estão ligadas à candidatura, como “Já visitou uma emergência de hospital público?”, “Lembra da sua taxa de rejeição nas pesquisas? Por que acha que ela existe?”, até perguntas como “Que idade tinha quando teve o primeiro(a) namorado(a)?” (DIÁRIO CATARINENSE, 18 de agosto de 2010, p.4-5). A última pergunta mostra um caráter mais pessoal da entrevista, que tinha o objetivo de mostrar mais sobre a história e o dia-a-dia dos candidatos como cidadãos comuns.

A sequência da série foi estipulada por ordem alfabética – Angela Amin (PP), Ideli Salvatti (PT) e Raimundo Colombo (DEM) – e segundo os editores de política do Diário Catarinense esse foi um critério adotado também em outras séries<sup>25</sup>. Na análise feita sobre a entrevista de cada candidato percebeu-se a preocupação formal com a “imparcialidade” por parte do jornal. Em todos os dias da série, o espaço concedido aos três candidatos foi o mesmo (duas páginas), e as perguntas enviadas encaminhadas a eles foram exatamente iguais (ou seja, foram também as mesmas). Além disso, os candidatos tiveram o mesmo número de charges e fotos, a mesma disposição dos assuntos e a mesma diagramação. Esse cuidado também foi mantido quanto aos dias de publicação das matérias. Isso se deve ao fato de o jornal possuir tiragens diferenciadas para os dias da semana – por exemplo, domingo é o dia em que a tiragem é maior, para atender a uma demanda maior. Por isso os dias escolhidos para a vinculação da série foram terça, quarta e quinta, três dias que possuem uma mesma tiragem.

Os dados trazidos pelo jornal – a posição do candidato na pesquisa do IBOPE de 07/08, uma breve biografia, a taxa de rejeição de cada candidato e o número de seguidores no twitter – foram colocados em todos os dias que a série foi publicada. Com respeito à taxa de rejeição, a candidata Angela Amin era a que possuía a maior taxa, portanto esse é um dado que traz uma negatividade ao perfil da candidata, como acontece também com o seu número de seguidores no twitter (2.544), que é o menor entre os três candidatos. O número de seguidores no twitter era sempre atualizado até às 21h do dia anterior em que o perfil seria publicado. Como é um número inconstante, que a todo

---

respectivas assessorias. Neste caso, a interação face-a-face entre jornalista e político é quebrada.

<sup>25</sup>Pode-se dizer que, talvez, de alguma forma, esse tipo de critério tenha beneficiado o candidato Raimundo Colombo, pelo fato de ele ter, em comparação aos demais, mais tempo para responder e enviar o material. Uma forma de não ocorrer esse “favorecimento” seria sortear a ordem dos candidatos que apareceriam na série.

minuto pode mudar, pode-se dizer que o candidato Colombo usufruiu de um benefício, devido ao tempo a mais que teve para atrair um número maior de seguidores. Isso pelo fato de ser o último candidato a ter o perfil publicado (está publicado em seu perfil que o número de seguidores seus no twitter era de 7.673, bem superior aos das outras duas candidatas). A taxa de rejeição de Colombo também favoreceu o perfil do governador eleito, pelo motivo de ser a menor entre as três. Porém, apesar de ser beneficiado de alguma forma pelo número de seguidores do twitter e pela taxa de rejeição, Colombo não estava à frente das pesquisas naquele momento. Era Angela Amin quem ainda ocupava o primeiro lugar<sup>26</sup>.

Em relação aos dados sobre a taxa de rejeição, Colombo é mais uma vez favorecido (sua taxa é de 9%), enquanto Angela é mais prejudicada (16% de rejeição) e Ideli é também depreciada (tendo sua taxa de 14%). Embora não tenha a imagem totalmente negativa, os dados trazidos pelo jornal - taxa rejeição, seguidores no twitter (2.702) e sua colocação nas pesquisas (15%) – de alguma forma depreciam Ideli. Apesar de os dados terem sido colocados para todos os candidatos – e dessa colocação não ter ocorrido de uma forma intencional, para desfavorecer Ideli, de certa forma eles atribuem uma negatividade à candidata, quando comparados aos dados dos outros dois candidatos<sup>27</sup>. Ainda as perguntas que dizem respeito a um dos dados – “Lembra da sua taxa de rejeição nas pesquisas? Por que acha que ela existe?” (DIÁRIO CATARINENSE, 18 de agosto de 2010, p.5). – chamam mais a atenção para a taxa de rejeição, sendo um fator negativo tanto para a candidata petista quanto para Angela.

A biografia dos candidatos é exposta em forma de uma linha temporal, e os dados principais são a data de nascimento, formação educacional, episódios familiares (casamento, nascimento de filhos) e a

---

<sup>26</sup>A primeira pesquisa do IBOPE sobre as intenções de voto para o governo do Estado (07/08/2010) apontava Angela Amin com 38%, Raimundo Colombo com 23% e Ideli Salvatti com 15%. O número de intenções de voto de cada um dos candidatos também constava nas matérias.

<sup>27</sup>Não se pode afirmar que houve uma intencionalidade por parte do impresso em inserir esses dados que, de certa forma, depreciam em maior escala a candidata petista. A escolha da apresentação desses três dados foi tomada pela editoria por achar que tais dados são importantes e trariam uma informação a mais para o (e)leitor. O número de seguidores no twitter foi justificado pelo fato de que na eleição de 2010 o uso do twitter pelos candidatos foi amplamente discutido e estava em “alta”. Contudo, a editoria poderia ter optado por não trazer nenhum desses dados ou apresentar outros, como, por exemplo, o apoio partidário de cada um dos candidatos. Se esse dado fosse escolhido, ele daria uma positividade para a candidata Ideli, a qual possuía o apoio nacional do ex-presidente Lula e da atual presidente (e candidata em 2010) Dilma Rouseff.

vida política (disputa para um cargo, eleições vencidas). A preocupação formal com a imparcialidade se revela na forma com que as fotos, charges e informações foram expostas na série, atribuindo uma imagem positiva aos candidatos. Essa valência<sup>28</sup> positiva atribuída a todos os candidatos revela a intenção formal de imprimir uma neutralidade na série.

A opção por abordar somente os três principais candidatos é uma escolha que a maioria dos veículos faz para oferecer, segundo sua justificativa, uma informação com mais qualidade aos (e)leitores. Segundo o editor Fabio Gadotti<sup>29</sup>, as razões que levaram a decidir dar mais ênfase na cobertura eleitoral dos três principais candidatos são:

Primeiro que eles já são pessoas mais conhecidas, são de partidos mais estruturados, têm representação no congresso, e sob o ponto de vista legal estamos amparados para fazer isto. E é uma decisão mais para organizar a cobertura, para podermos falar mais sobre as propostas, ter mais espaço para dar mais detalhes das propostas de cada candidato. Na série Vida Real, que nós produzimos, todos os candidatos possuem o mesmo espaço.

O jornal reproduziu, na referida série, uma lógica que é dada pela legislação sobre a Propaganda Eleitoral Gratuita<sup>30</sup>, que divide o tempo considerando a representação de cada partido (número de deputados) na Câmara Federal. A lógica da lei é atribuir maior visibilidade na Propaganda Eleitoral Gratuita a partidos (ou coligações) que já estão “visíveis” aos eleitores. Quando os jornais se apoiam nela para justificar uma cobertura enfocada nos principais candidatos, estão se precavendo de processos (contra o impresso) que possam ocorrer.

A reprodução do enfoque nos principais candidatos pelo diário faz com que os candidatos nânicos (com menores percentuais) não possam ter um espaço de debate a mais do que o ofertado na Propaganda Eleitoral Gratuita. Portanto, os partidos e candidatos com menor representação não podem atingir maior visibilidade nos meios de comunicação, continuando assim a reprodução de dar um maior espaço aos candidatos com maior representatividade, ou com maior

<sup>28</sup> A valência seria a forma como o jornal apresenta um assunto ou uma imagem de uma determinada pessoa. Ou seja, é perceber se a matéria atribuiu um enfoque negativo, positivo ou neutro ao assunto em questão. Para maior compreensão ver APÊNDICE II.

<sup>29</sup> Em entrevista concedida à autora no dia 01 de setembro de 2010.

<sup>30</sup> Como está explicitado no Artigo 35 da Resolução 23.191 do TSE, reproduzido no ANEXO I.

porcentagem nas pesquisas. Contudo, a decisão do jornal é razoável, já que o (e)leitor apresenta um maior interesse em informações sobre os principais candidatos, e logo a imprensa compromete-se a passar as informações que interessam ao público. O Diário Catarinense é um jornal, mas é também uma empresa que precisa ter lucros, vender anúncios, vender jornais. E por esse motivo o interesse do leitor é priorizado, já que se venderão mais exemplares do impresso se suas matérias chamarem a atenção dos (e)leitores. Porém, segundo os editores do jornal, abordar os assuntos que despertam a atenção do público é um compromisso do jornal.

Quanto ao conteúdo das perguntas, elas são de cunho pessoal, em sua maioria. Mesmo algumas perguntas que dizem respeito à política enfocam questões pessoais do político, como, por exemplo, a pergunta “Que toque especial dará ao seu gabinete de governador(a)?”. Outras trazem assuntos que são mais ligados ao cargo de governador do estado – que os três candidatos enfocados estão disputando. Um exemplo desse tipo de pergunta é “Você já visitou uma emergência de hospital público?” Quanto a essa pergunta, poder-se-ia imaginar que ela seria mais favorável a Raimundo Colombo do que às outras duas candidatas. Isso se deve à circunstância de o candidato (e, atualmente, governador eleito) ter como principal plataforma de governo o enfoque em seu mandato como prefeito de Lages, quando construiu uma nova ala no hospital de cidade. Esse fato gerou polêmica na campanha, pois enquanto Colombo afirmava que construiu um novo prédio ao lado do antigo hospital, seus oponentes questionavam e diziam que ele apenas construiu uma ala nova. Assim, de um lado, a pergunta trata de um tema dos mais relevantes para o eleitorado (saúde) e segue a lógica de perguntas mais pessoais, o que formalmente a justifica. De outro, pode-se avaliar que essa pergunta, mesmo involuntariamente, pode ter dado um espaço ao candidato para reafirmar que a construção de um hospital foi realmente feita em seu mandato como prefeito<sup>31</sup>. Não foram feitas questões que aparentemente estivessem relacionadas a temas específicos das campanhas das duas candidatas.

Em uma parte da entrevista (“Segredos revelados”), a colocação de uma frase a ser completada – “Minha pior saia justa foi quando...” (DIÁRIO CATARINENSE, 18 de agosto de 2010, p.5) – pode ser

---

<sup>31</sup>Efetivamente, na resposta de Colombo à pergunta, ele afirma: “Em Lages, quando era prefeito, em conjunto com a comunidade construímos um hospital para atender melhor a região”.

interpretada como uma maneira de os candidatos falarem a respeito de uma falha na sua carreira política. E, de certa forma, pode ser vista como uma proposta negativa que tem o intuito de mostrar as falhas dos políticos. A intenção do jornal só foi atingida com Colombo e, em parte, com Ideli. Angela Amin completou a frase com um acontecimento de sua vida particular, enquanto que Ideli falou sobre o preconceito que enfrentou por ser mulher. Colombo foi o único que contou realmente um fato difícil em sua carreira política, mas ao final disse que se saiu bem no “discurso improvisado”. Apesar de a proposta em si trazer um fato negativo, as respostas dos três candidatos, de alguma forma, não corresponderam à intenção de quem a elaborou, ou porque trouxeram um fato positivo, ou porque não havia uma ligação direta da frase com a vida política dos candidatos.

Na série também está presente uma pergunta sobre a questão da quantidade de feriados no Brasil. Ela é respondida de forma sintética por Raimundo Colombo e Angela Amin. Já Ideli aproveita o espaço para vincular a pergunta à importância que seu partido (PT) atribui a uma proposta de política voltada aos trabalhadores.

Feriados são importantes, pois marcam a história cultural de nosso país, comemoram fatos importantes. Também é um momento dos trabalhadores descansarem, aproveitarem a folga para ficar com a família ou outras formas de lazer. Além disso, feriados movimentam o setor turístico, e Santa Catarina ganha com isso (DIÁRIO CATARINENSE, p. 5, 18 de outubro de 2010).

Ideli aproveitou o espaço para reforçar o “compromisso” e a visão de seu partido, enfocando o feriado como o descanso da classe trabalhadora. Além dessa visão, a candidata aproveita para focar a questão do turismo no estado – um dos assuntos mais discutidos pelos catarinenses (principalmente na região da Grande Florianópolis) – enquanto os outros dois candidatos restringiram-se a responder quanto ao equilíbrio de trabalho e descanso.

#### **III.4.2. Os interesses dos (e)leitores delineando as notícias**

Os critérios de noticiabilidade que permeiam quase todas as orientações dadas aos jornalistas do Diário Catarinense são dois – magnitude e relevância –, e estão ligados à ideia principal de que determinado fato possui certa importância para os leitores. O primeiro

diz respeito a um fato que é significativo para um número maior de pessoas e mais localizado (como, por exemplo, em Florianópolis), e que chama a atenção do público no local onde o impresso circula. O segundo refere-se a um fato que é mais abrangente, não se restringe somente ao espaço de circulação do impresso (HARCUP E O'NEILL, 2001). Ambos são enfocados no discurso de “trazer informações importantes aos leitores e que façam parte do seu dia-a-dia”. Com esse discurso a EP do jornal contempla um dos compromissos do jornalismo: trazer informações relevantes para o público.

Outro valor que o Diário Catarinense e o campo jornalístico como um todo buscam contemplar em suas reportagens é o compromisso com seus leitores. O jornal pretende trazer para seu público leitor notícias que de alguma forma o interessam (ou que o jornal ache que o interessam). Claro que por trás desse “compromisso” há também um interesse econômico por parte da empresa noticiosa.

Seguindo a ideia de abordar assuntos que interessem o leitor, a Editoria de Política fez uma série intitulada Vida Real, a qual abordou temas sociais mais específicos que foram pouco pautados durante as eleições (geralmente temas mais gerais como saúde, educação, cultura, infraestrutura e meio ambiente<sup>32</sup> é que são debatidos). Como priorizar o atendimento de alta complexidade na área da Saúde. Este é o tema desse domingo da “Vida Real”, série que busca saber a posição dos candidatos sobre questões que não fazem parte do cardápio de generalidades da campanha. É uma forma de ajudar o eleitor a descobrir o que pensam de fato os candidatos que tentam a chance de governar o estado de Santa Catarina (DIÁRIO CATARINENSE, 15 de agosto de 2010, p.6).

---

<sup>32</sup>Ressalta-se que durante o período de análise (nesse caso o período pré-eleitoral – agosto de 2010), só foram publicadas duas matérias da série Vida Real. Uma delas traz o assunto saúde e a outra trata da questão cultural em Santa Catarina. No entanto, em 18/07/2010 o impresso traz a reportagem “Série Vida Real: o que os candidatos ao governo de Santa Catarina têm a dizer sobre segurança pública”, a qual trata da segurança no estado.

A série traz todos os candidatos ao cargo de governador do estado<sup>33</sup> e - no caso da matéria “Alta complexidade: como dar saúde ao doente mais grave”, do dia 15 de agosto de 2010 – apresenta três perguntas iguais para todos os candidatos. Todos os candidatos ganham espaço nas matérias dessa série por elas serem sempre veiculadas aos domingos. Por esse motivo há um espaço maior reservado (geralmente aos domingos) a matérias frias (não-factuais) e, conseqüentemente, um maior tempo para a elaboração das mesmas.

Segundo os editores, o espaço é dado aos candidatos por igual nessa matéria, não importando se eles são ou não os principais. E a decisão de abordar todos os candidatos em matérias especiais se deve a esse maior tempo de preparo da matéria – o qual possibilita, inclusive, maior “trabalho” em contatar um maior número de candidatos e assessorias dos mesmos. Contudo, tanto as matérias da série “Vida Real” quanto as da série “Um perfil diferente” necessitaram de um maior tempo na produção, pelo fato de ter que contatar as assessorias e os próprios candidatos, sendo a questão do tempo de produção apenas um dos fatores na escolha de abordar os três principais candidatos e não todos. O que pode determinar essa “seleção” dos candidatos nas matérias é o fato de os principais candidatos despertarem um maior interesse nos (e)leitores, por serem os “possíveis” governadores.

As perguntas e respostas dos candidatos formaram uma espécie de tabela, que atribuiu o mesmo espaço de resposta a todos. Mesmo que alguns políticos tenham respondido de forma mais concisa que outros, o espaço foi deixado em branco, e a disposição de respostas também foi colocada na ordem alfabética, segundo explica o editor de política do Diário Catarinense:

Os candidatos ao governo do Estado, por exemplo, temos adotado a prática de atribuir o mesmo espaço para eles, tanto no material factual (do dia-a-dia) quanto no material especial. Um dos critérios, por exemplo, é sempre apresentá-los por ordem alfabética. Nas séries foi feito isso, apresentamos por ordem alfabética, demos o mesmo espaço para todos. Na série Vida Real, as

---

<sup>33</sup>Segundo o impresso, os candidatos “nanicos” têm a sua “carga de cobertura” atribuída conforme a representatividade que têm, ou seja, menor do que os principais. “Os candidatos de partidos com baixa representatividade têm cobertura de acordo com sua dimensão” (texto retirado do site <http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a2861108.xml&template=3898.dwt&edition=14420&section=1320>), no dia 07/04/2010, e reproduzido na íntegra no ANEXO II).

respostas dos candidatos possuem o mesmo tamanho, tem sempre essa preocupação. Para presidente isso também acontece.

Esses critérios são adotados e reforçados pelos jornalistas para enfatizar seu compromisso com os (e)leitores. Adicionalmente, esse compromisso também é uma maneira de driblar os eventuais processos que possam ocorrer contra o jornal (MORETZSOHN, 2000), e é uma característica do modelo de jornalismo anglo-americano. Ainda na mesma matéria há um reforço desse compromisso; na falta da resposta de um dos candidatos inseriu-se na matéria a informação de que o mesmo foi procurado, mas não retornou as respostas das perguntas ao impresso. Esse é mais um artifício usado pelo jornal na preservação contra um possível processo que possa ocorrer contra o impresso<sup>34</sup>.

Ressalta-se que na outra série feita pelo jornal (“Um perfil diferente”), apenas os três principais candidatos aparecem. Já na série que envolve um debate sobre assuntos específicos (saúde e cultura), todos os candidatos estiveram presentes. Importante é também perceber de que forma cada um deles utilizou o espaço para a discussão sobre os assuntos. Alguns dos candidatos se limitaram a responder o que era solicitado e outros aproveitaram o espaço para repercutir suas posições (e dos seus partidos) diante de assuntos mais abrangentes, que de alguma forma estão ligados à saúde. Pode-se dizer que Amadeu da Luz (PCB), Gilmar Salgado (PSTU) e Valmir Martins (PSOL) inserem-se no último caso. Frente à pergunta: “Quanto o (a) senhor(a) pretende investir em tratamentos de alta complexidade no Estado?” (DIÁRIO CATARINENSE, 15 de ago de 2010, p.6) Luz, Salgado e Martins colocam uma mudança na economia como principal fator para a melhoria dos tratamentos de alta complexidade em Santa Catarina. Gilmar Salgado responde:

Priorizar a saúde não pode ser discurso fácil para o período da eleição, e depois nada muda. Segundo a Fazenda, em 2009 o governo de SC investiu R\$ 967 milhões em saúde. Para a dívida pública (dinheiro público para banqueiros e

---

<sup>34</sup> Os editores de política do Diário Catarinense reforçaram que o espaço está destinado também ao candidato que não respondeu as perguntas (Carmelito Smieguel). Durante a observação da produção dessa matéria ficou evidente que a repórter tentou entrar em contato diversas vezes com a assessoria do candidato ou com ele, mas não obteve nenhuma resposta. Numa decisão tomada com o editor de política resolveram não esperar e publicar a matéria mesmo assim. E o fato de Carmelito não responder às perguntas enviadas pela equipe da EP se repetiu em outra matéria da série Vida Real, publicada no dia 23/08/2010.

grandes empresários) foi mais que o dobro: R\$ 2,4 bilhões. Suspenderiamos o pagamento dessa dívida que já foi paga, e usaríamos esse dinheiro para investir na área da saúde (DIÁRIO CATARINENSE, 15 de agosto de 2010, p.7).

Portanto, Salgado aproveita o espaço para retomar a posição de seu partido (e a sua) frente à questão econômica. Amadeu da Luz aproveita também a segunda questão – “Quais especialidades médicas o (a) senhor (a) considera como prioritárias para receber esses investimentos?” - para criticar o modelo econômico capitalista: “Como defendemos que nenhum capitalista lucre com a saúde, não pensamos em deixar nenhuma especialidade para a saúde privada. Todas as especialidades são prioridades para o poder popular” (DIÁRIO CATARINENSE, 15 de agosto de 2010, p.6). A maioria dos candidatos, que já não possuem grande visibilidade no impresso, não utilizou o espaço para debater um assunto que tem relevância para o (e)leitor (ou na forma considerada como relevante para o público por parte dos jornalistas). Eles aproveitaram para reforçar algumas ideias que permeiam suas campanhas – nesse caso, acompanhada de uma crítica enfática ao capitalismo, a ideia reforçada foi a de redistribuição dos recursos econômicos.

A matéria gira em torno de três questões (genéricas) sobre os tratamentos de alta complexidade no Estado – “Quanto o(a) senhor(a) pretende investir em tratamentos de alta complexidade no Estado? Quais especialidades médicas o (a) senhor (a) considera como prioritárias para receber esses investimentos? Quais regiões do Estado teriam prioridade para receber os investimentos?” (DIÁRIO CATARINENSE, 15 de agosto de 2010, p.6) – não sendo, portanto, questões específicas para nenhum dos candidatos. No entanto, a primeira parte da matéria (onde é feito um pequeno contexto sobre o problema no Estado) apresenta uma crítica ao atendimento realizado em 2010, o que acaba por trazer uma perspectiva crítica ao governo estadual. Como o DEM era membro integrante da tríplice aliança (núcleo central da base de apoio ao governador em exercício), da qual também faziam parte PMDB e PSDB, pode-se dizer que a matéria tinha um ponto de partida que trazia certa desvantagem para Colombo (candidato pelo DEM, e apoiado pelo PMDB e PSDB).

A matéria traz um exemplo de pacientes que necessitam deslocar-se do interior para Florianópolis para fazer tratamentos de saúde específicos. Também, de forma breve, a jornalista apresenta a opinião de dois médicos. Informações sobre as unidades de saúde em Santa

Catarina, transplantes por região, e os diferentes tipos de atendimento aos pacientes foram inseridas na matéria em formato de mapa e Box informativo. O problema do deslocamento de pacientes para tratamentos de algumas especialidades médicas também é focado nessa parte inicial, constituindo uma outra abordagem crítica à atuação do governo do PMDB (e conseqüentemente desfavorecendo Colombo) frente à área da saúde.

A outra matéria pertencente à série “Vida Real”<sup>35</sup> reafirma a “estratégia” utilizada pelos candidatos com pouca inserção na mídia. “Cultura em SC – como investir o dinheiro público” (publicada em 23/08/2010) trouxe o tema da cultura no estado para um debate a respeito de propostas para a melhoria e mudanças nesse setor. Além dos candidatos, a parte inicial da reportagem traz duas fontes “especialistas” no assunto: um gestor (dos Fundos do Sistema Estadual de Incentivo ao Turismo e ao Esporte – Seitec), e um músico e produtor. Na parte inicial o repórter traz as principais críticas feitas pela classe artística e demais cidadãos (que as duas fontes também evidenciam em suas declaração) à área cultural (os editais, a reforma do CIC - Centro Integrado de Cultura) e ao fundo cultural (gastos em grandes eventos). Contudo, esta última crítica não é ressaltada na outra parte da matéria (a que traz as perguntas para os candidatos) e em nenhum outro momento a reportagem enfoca que o Governo de Santa Catarina deveria gastar com eventos menores. As reformas no CIC iniciaram em maio de 2009 e o prazo para a entrega do prédio reformado era até dezembro do mesmo ano. Mas essas reformas estendem-se até o período atual (março de 2011), sem uma previsão para o término. A matéria contém críticas ferrenhas à atuação do governo do PMDB, as quais, conseqüentemente, são negativas para o candidato apoiado pelo governo.

Um espaço importante para a inserção do debate sobre a cultura é utilizado por Amadeu da Luz na tentativa de inserir as propostas evidenciadas pela sua plataforma (valores comunistas e contra o capitalismo) em resposta à pergunta “O Centro Integrado de Cultura da Capital, o maior equipamento cultural de SC, está fechado para reformas há quase dois anos. Já foram gastos R\$ 8 milhões, sendo que o orçamento inicial previa R\$6,5 milhões. O(a) senhor(a) poderia afirmar uma data para reabertura do espaço, caso eleito(a)?”. Essa pergunta traz uma crítica ao governo do estado (apoiado, assim como Colombo, pela

---

<sup>35</sup>O critério de noticiabilidade que se fez presente nas duas matérias analisadas dessa série é intitulado de relevância. Esse critério é decorrência de um interesse do público pelos dois assuntos relatados nas matérias (saúde e cultura), e assim possuem uma relevância entre os (e)leitores.

tríplice aliança – formada pelo DEM, PMDB e PSDB) e, em relação a esse aspecto, é potencialmente danosa para Colombo, que a respondeu da seguinte forma:

É imprescindível que se dê atenção a esse espaço tão importante para a socialização da cultura catarinense. Com certeza, o CIC deve receber uma atenção especial, principalmente da equipe técnica de cultura que auxilia o governo. Quando se fala em reforma, mesmo aquelas feitas em nossas casas, pode-se até estimar prazos, mas dar uma data para o final é apostar no erro. Sempre temos que contar com as intempéries, com problemas estruturais que podem estar escondidos, entre outros. Tenho o compromisso de continuar a reforma com qualidade. (DIÁRIO CATARINENSE, 23 de ago de 2010, p.5).

Raimundo Colombo não dá um prazo para o término das reformas, contudo em sua resposta tenta justificar o atraso de uma forma genérica, dizendo que podem ocorrer imprevistos em qualquer tipo de obra. Angela Amin aproveita para criticar a falta de uma política cultural em Santa Catarina e afirmar que o atraso das obras no CIC se deve a isso. A candidata não apresenta nenhuma data para o término das obras, mas garante que assumirá o “compromisso maior de estabelecer uma política cultural para Santa Catarina” (DIÁRIO CATARINENSE, 23 de ago de 2010, p.4). Ideli também optou por não fixar uma data para o fim das reformas no CIC, apenas fala na “avaliação do andamento das obras e, a partir disso, acelerar o máximo possível a entrega do espaço reformado” (DIÁRIO CATARINENSE, 23 de ago de 2010, p.5). A candidata petista ainda exalta a importância do CIC para a cultura em SC e elenca as instituições sediadas no Centro – talvez, partindo da idéia de que os leitores não saibam da existência delas no CIC.

A outra pergunta da matéria possuiu um caráter genérico sobre a Cultura em Santa Catarina, mas que ao final liga-se à Lei de incentivo: “Qual a sua posição sobre o papel do Estado como indutor da produção cultural no Estado? Lei de incentivo é um componente determinante para a implementação de uma política cultural?” (DIÁRIO CATARINENSE, 23 de ago de 2010, p.4). Por ser mais ampla que a outra, a pergunta desta vez não é tão crítica à imagem de Colombo. Contudo, o fato de boa parte da “classe artística” do estado criticar o uso da Lei de incentivo pelo governo em exercício poderia dar margem a que nas respostas o candidato fosse prejudicado. E foi o que ocorreu;

tanto Angela quanto Ideli criticaram a forma com que era administrada a distribuição de recursos da Lei de incentivo pelo governo Luiz Henrique. A candidata petista destaca que as diretrizes da política cultural de Santa Catarina devem estar de acordo com as nacionais, que muitos editais estão descuidados pelo governo, e propõe a criação de uma secretaria somente para a Cultura. Angela aproveita para reforçar as reivindicações da classe artística e propor uma nova forma na distribuição dos recursos: “Vamos propor um critério de distribuição que seja de captação direta para os grandes projetos e de repasse direto do fundo para os pequenos projetos, com transparência dos valores e critério de aplicação, que serão definidos junto à classe” (DIÁRIO CATARINENSE, 23 de ago de 2010, p.4).

#### **III.4.3. Jorginho Mello: um caso específico**

No período de análise não eleitoral (outubro de 2009) houve um caso que chamou atenção na pesquisa, que foi o “caso Jorginho Mello”. Presidente da Assembleia Legislativa de Santa Catarina durante o ano de 2009, o deputado Jorginho Mello<sup>36</sup> ocupou o cargo de governador (em exercício) do estado no período de 09 a 20 de outubro de 2009. Durante os onze dias no cargo de governador, o deputado teve sua imagem exposta no Diário Catarinense de uma forma enfática. Isso se deve ao fato de o deputado estadual ocupar o cargo de governador. No entanto, o que justifica uma análise enfocando matérias sobre ele são alguns pontos que foram verificados durante a observação da produção das notícias nesse período<sup>37</sup>.

Durante onze dias no governo de Santa Catarina, Jorginho Mello teve seis matérias que vincularam seu nome. A maioria (cinco) enfocava o deputado como principal personagem na matéria. A matéria que abre o período do deputado como governador em exercício (“Jorginho Mello chega ao governo”, do dia 10/11/2009) é a da sua posse, que o político conseguiu transferir para a sua cidade natal (Herval d’Oeste), ao invés de acontecer na capital. Mesmo com essa mudança a equipe do impresso enviou um jornalista e um fotógrafo para a cidade. A visibilidade conquistada pelo deputado se deve ao fato de ele ocupar durante esse período um cargo de importância (governador) e que não pode ser deixado de lado pela imprensa.

---

<sup>36</sup> O político foi candidato ao cargo de deputado federal nas eleições 2010 e foi eleito.

<sup>37</sup> Na observação a pesquisadora ouviu, por parte dos jornalistas e editores, que o político estava tentando a todo custo conquistar espaço no jornal para ganhar visibilidade. Em todas as oportunidades sua assessoria de imprensa chamava a equipe do jornal.

A reportagem atribuiu uma grande visibilidade ao político, o que se comprova pelo fato de ocupar uma página inteira do impresso e pela inserção do nome do político no título e no corpo do texto. Além de que a valência de Mello na matéria é positiva. Com enquadramento personalista - ou seja, aquele que enfoca na pessoa e não em um assunto – a matéria faz um breve histórico sobre a vida do deputado. A reportagem traz também declarações em que o político fala sobre o período como governador em exercício, sua candidatura de 2010 para deputado federal e suas pretensões em um dia concorrer ao cargo de governador. Portanto, essa matéria fez o papel de apenas informar os fatos (no caso a posse de Jorginho) e as pretensões do político, não fazendo crítica(s) a ele. Pode-se dizer que o político e sua assessoria foram bem sucedidos com relação à visibilidade e a valência que foi atribuída ao deputado – mesmo sendo em outra cidade, o jornal deslocou uma equipe para cobrir o evento.

Apesar de a crítica ser uma das características do jornalismo - tanto a crítica com o material jornalístico quanto a crítica em relação aos fatos que estão sendo apurados - eventos como a posse de um cargo são geralmente pautados pelos impressos de uma forma meramente descritiva. Como os meios de comunicação não podem deixar de abordar determinado fato ou evento (nesse caso a posse do governador em exercício), eles optam por apenas reportar os acontecimentos de uma forma “objetiva”, que é a característica do modelo anglo-americano de jornalismo (NEVEU, 2006). Foi o que fez o jornal, nesse caso. No entanto, poderia ter elaborado uma matéria com um enfoque mais crítico, o qual poderia ser feito através de questionamento sobre o aumento dos gastos com o deslocamento da posse. Dessa forma o impresso cumpriria seu papel em pautar o evento da posse do governador, no entanto aproveitaria para refletir sobre os gastos que a “vontade de Jorginho” de ser empossado em sua terra natal gerou ao cofre do Estado.

É importante notar, aqui, a possível influência de características pessoais ou decisões próprias dos jornalistas sobre o conteúdo final da matéria: antes da viagem do jornalista e do repórter fotográfico à cidade da posse, o editor-chefe e os editores da EP reforçaram ao jornalista que ele deveria focar o fato de a cidade da posse ter sido trocada pela cidade natal do deputado. Eles colocaram a importância de o repórter conseguir “tirar” de Jorginho Mello o porquê de a posse ser em Herval d’Oeste e não na capital. No entanto, o jornalista não fez a pergunta relativa ao assunto, e essa só foi realmente efetuada na coletiva do dia 20/10/2009, por outra repórter do DC, sendo reproduzida na matéria

“Revezamento de Poder”<sup>38</sup>. O fato de o repórter não ter perguntado talvez possa ser atribuído a uma característica pessoal dele. Após alguns dias depois de ter feito essa reportagem, esse repórter foi deslocado para a editoria de cultura, onde já fazia alguns textos mesmo pertencendo a editoria de política, mostrando assim o tipo de assunto que a ele interessa.

A segunda matéria em que Jorginho Mello aparece como governador em exercício - “Interino com uma agenda de candidato” (publicada em 12/10/2009) - traz uma abordagem mais crítica do que a matéria sobre a posse do candidato. Mesmo com o enfoque nas realizações e eventos que tiveram a participação do deputado nos primeiros dias como governador em exercício de Santa Catarina, a matéria apresenta pinceladas de críticas. O início da matéria evidencia o que é percebido pelos jornalistas: “O governador em exercício, Jorginho Mello (PSDB), aproveita a visibilidade que o cargo lhe dá para turbinar a candidatura a deputado federal” (DIÁRIO CATARINENSE, 12 de outubro de 2009, p.6).

Portanto, o jornal expressa na matéria o que os jornalistas perceberam que estava acontecendo: o político estava usando o cargo de governador em exercício para atrair visibilidade e conseguir despertar a atenção para a preparação da sua candidatura a deputado federal, que se confirmou em 2010. A repórter deixa explícito na matéria que a agenda dos governadores em exercício é elaborada pelo Centro Administrativo de forma que os possíveis candidatos nas próximas eleições (no caso para deputado federal em 2010) tenham certa visibilidade.

Na matéria a jornalista conseguiu uma declaração de Jorginho Mello, que afirma que irá “aproveitar a visibilidade” que o cargo de governador em exercício lhe oferece.

Mello disse que a oportunidade de assumir o comando do Estado é um prestígio para a Assembleia, para os deputados e para si próprio: “É um ‘prestigiamento’ à minha pessoa, não tenho dúvida disso, e político é assim: todos os momentos que a gente tem para o ganho de imagem, de abrangência, a gente aproveita, não tenha dúvida”. (DIÁRIO CATARINENSE, 12 de out. de 2009, p.6)

Essa declaração por parte do deputado explicita suas intenções em aproveitar a visibilidade do cargo, que é também o que muitos

---

<sup>38</sup>A matéria é analisada na próxima seção do trabalho.

políticos realmente buscam. Pode parecer uma simples declaração, mas é a confirmação por parte do político de que ele buscou a atenção dos meios de comunicação de forma mais enfática no período em que esteve como governador em exercício. E essa atenção foi conquistada. A queda do palco onde Jorginho Mello estava em uma missa (12/10/2009), no município de Campos Novos, atribuiu uma enorme visibilidade para o político<sup>39</sup>. Além de uma matéria (“Queda de Jorginho em dia de devoção”, publicada em 13/10/2009) que ocupa toda uma página do Diário Catarinense (e sua suíte), o fato repercutiu em vários sites na internet e seu maior destaque foi no Jornal Nacional<sup>40</sup>.

A matéria também atribuiu visibilidade nas fotos do deputado (quatro no total) que ocuparam um terço da página. A fotografia é muito importante na construção de um impresso, tanto que os jornais possuem equipes especializadas (as de foto-reportagem e arte), e as fotos são escolhidas de uma forma que complementem as informações presentes no texto escrito. Além das fotos, a matéria (em uma parte em separado) exalta a devoção do político por Nossa Senhora Aparecida. Portanto, além da visibilidade, o deputado garantiu uma valência positiva para sua imagem e um enquadramento personalista, enfocando assim a sua posição de cidadão que cultua a sua religião.

Apesar de Jorginho Mello ter ganhado visibilidade, ela não foi conseguida por meio de uma “manobra” de inserção na mídia. Como o cargo de governador em exercício lhe conferiu uma importância, essa visibilidade (na referida matéria) é recorrente do mesmo. Afinal, o público tem um interesse em saber o que acontece com o governador em exercício. Pode-se dizer que os critérios de noticiabilidade<sup>41</sup> que permeiam a matéria são os de “relevância” e “surpresa” (devido à queda do político). Os fatos que são considerados notícia pelo critério de relevância partem do princípio de que o assunto é de uma importância para o público (HARCUP e O’NEILL, 2001). Isto é, o público (segundo os meios de comunicação) possui um interesse em adquirir mais informações sobre o fato – que aqui é o acidente ocorrido com o

---

<sup>39</sup> A queda do deputado rendeu tanta visibilidade que a suíte sobre sua queda aparece até em uma matéria no dia 27/10/09, “Jorginho de Molho”, que dá detalhes da infecção que teve em decorrência da perna machucada no acidente.

<sup>40</sup> O Jornal Nacional é referência entre os informativos televisivos e conseguir a veiculação de uma matéria – que seria de abrangência estadual (pelo cargo político) – em um informativo que atinge quase todo o país e possuiu a maior audiência foi algo que atribuiu uma grande visibilidade ao deputado.

<sup>41</sup> Os critérios de noticiabilidade são importantes para o leitor compreender por que determinado acontecimento é notícia e está no jornal. O conceito está mais explicado no item 3.5 do capítulo II.

governador em exercício, Jorginho Mello. A valência positiva é atribuída ao fato de o deputado ter sua imagem enquadrada como um “homem devoto”.

A matéria seguinte sobre Jorginho Mello – “Agenda será mantida” (publicada em 14/10/1009) – é bem menor do que a anterior. Apesar disso a foto traz um grande destaque à figura do candidato. O mais importante nessa matéria acontece nos bastidores. Pela manhã a repórter que redigiu a matéria recebeu um telefonema da assessoria do deputado chamando-a para uma coletiva de manhã. A repórter se deslocou do jornal e quando chegou ao local da “coletiva” descobriu que a “coletiva” na verdade era uma entrevista somente, e não tinha um assunto definido. Segundo a assessoria, o tema era livre<sup>42</sup>. Ou seja, a repórter fez uma entrevista exclusiva com o deputado, porém ele se recusou a falar sobre o assunto que seria pauta da verdadeira coletiva – que seria feita no período da tarde. Jorginho Mello fez o que, segundo Jorge Pedro Souza (2004), todas as outras fontes fazem: chamar a atenção dos meios de comunicação. “Numa coisa normalmente as fontes são iguais: pretendem ter atenção mediática. Muitas vezes as fontes competem entre si pela atenção dos meios de comunicação e pelos significados dos acontecimentos” (SOUSA, 2004, p. 145), sendo que essa atenção é para a informação que cada fonte quer passar, não necessariamente para a sua imagem. As informações podem ser a respeito de uma pauta, ou simplesmente uma crítica a algum adversário.

Pode-se dizer que Jorginho Mello conseguiu atrair a atenção do Diário Catarinense, pelo fato do deslocamento da repórter e pela publicação da matéria. No entanto essa atenção não foi conquistada 100%; isso se deve ao fato de que a repórter não cedeu à pressão do político (e nem de sua assessoria) e não compareceu à “verdadeira” coletiva. Essa foi uma decisão tomada em conjunto com os editores de política. Tanto a repórter quanto os editores revoltaram-se com o fato de a assessoria querer uma “atenção 24h” da mídia para o governador em exercício. Porém o conteúdo veiculado na matéria traz uma positividade para a imagem do candidato<sup>43</sup>.

No entanto a lógica não foi rompida totalmente; o fato de o jornal pautar a notícia sobre o deputado reafirma o “poder” que o cargo de governador em exercício lhe conferiu perante os meios de comunicação.

---

<sup>42</sup>Geralmente as assessorias preparam para os jornalistas materiais de apoio que contêm o tema abordado na coletiva.

<sup>43</sup> Na foto aparece o deputado Jorginho Mello chegando à Assembleia Legislativa de Santa Catarina e brincando com as muletas, enquanto a legenda enfatiza o seu comprometimento em entregar sete projetos de lei, mesmo estando de repouso.

A veiculação da matéria não só atribuiu uma importância ao deputado, como é também uma forma de o impresso não ficar para trás dos outros meios de comunicação em conteúdo. Através de uma competição para atrair maior número de consumidores de notícia, a empresa noticiosa não pode falhar. O constante monitoramento por parte dos superiores do jornal também impossibilita falhas como não pautar uma notícia que todos os outros impressos irão pautar. Essa é uma prática típica do *habitus* jornalístico, pois todos os dias os jornalistas monitoram os outros meios de comunicação e comparam as coberturas que eles apresentam com a cobertura que foi feita pelo seu.

O monitoramento por parte dos leitores também é feito. Os leitores provavelmente estranharão o fato de todos os demais meios de comunicação pautarem a “notícia X”, enquanto um único jornal não o faz. Nessa lógica está inserido o conceito de agendamento, por ser um assunto importante no debate público e, portanto, do seu interesse (AZEVEDO, 2004). Além disso, deve-se destacar que os meios de comunicação agendam os assuntos entre si. Existe uma agenda midiática que deve ser cumprida por todos os meios de comunicação, se algum deles não cumprir com ela, a cobertura do mesmo será considerada como falha. Ou seja, o deputado utilizou o cargo como uma estratégia para conquistar certa visibilidade por parte da mídia.

### III.5. A relação jornalista-fonte

Na presente seção pretende-se abordar algumas das situações que ocorrem no relacionamento entre jornalista-fonte. Conhecer fontes é algo essencial no trabalho jornalístico, sem elas não há como se elaborar uma matéria. Além disso, uma maior rede de fontes traz um maior status ao jornalista que as possui dentro do campo jornalístico – “conocer fuentes trae status profesional” (TUCHMAN, 1983, p.81).

Através do acompanhamento da produção da matéria “Votação extremamente rápida”<sup>44</sup> (publicada em 15/10/2009) pôde-se verificar alguns pontos nessa relação. Na matéria, a repórter deslocou-se até a Assembleia Legislativa de Santa Catarina (ALESC). Logo que chegou (antes da sessão começar), ela começou a procurar alguns deputados que já conhecia. Essa é uma atitude recorrente entre os jornalistas pelo fato de esses profissionais procurarem fontes dispostas a falar e dar as informações de que eles necessitam (SOUSA, 2004).

---

<sup>44</sup> A matéria faz parte do caso “Jorginho Mello”, detalhado no item III.3.2.

O projeto é de autoria de Jorginho Mello e tem como objetivo que o governo de Santa Catarina retire 0,3% dos recursos do Fundo Social (que arrecada cerca de 260 milhões de reais ao ano) para a “compra de vagas” em universidades. As vagas serviriam como “bolsas de estudos integrais” para os estudantes carentes.

O tratamento entre jornalista-fonte é de respeito (e interesse) mútuo e confiança. No entanto, ao mesmo tempo em que os jornalistas confiam nas suas fontes, eles desconfiam e checam as informações com outras fontes. E, dessa mesma forma, há também esses dois sentimentos antagônicos por parte da fonte para com o jornalista. Ao mesmo tempo em que a fonte confia que o jornalista irá relatar sua fala da forma exata, ela desconfia, pois sabe que muitas vezes seu próprio discurso pode soar de forma negativa para sua imagem, dependendo, é claro, do contexto e assunto principal abordado na reportagem. Também existe um receio por parte das fontes com relação a uma eventual distorção que a matéria publicada possa causar ao que foi dito pela fonte. Ou seja, uma declaração pode ser editada e perder um pouco o sentido, ou pode ser parcialmente publicada.

Os políticos dão atenção à repórter e, nessa matéria, não se sentiram ofendidos; eles responderam a todas as perguntas colocadas pela repórter. A repórter consegue algumas informações com a primeira fonte e contrapõe-nas com a segunda. Para que não haja nenhuma “interpretação errada” pela jornalista sobre o projeto de Lei de Jorginho Mello, as fontes procuradas pela repórter se adiantam e explicam os principais pontos do projeto.

As fontes pretendem ter, ou não, atenção mediática porque as suas mensagens, uma vez enquadradas, tratadas, apresentadas, e difundidas pelos meios noticiosos, têm efeitos. Esses efeitos podem ser benéficos ou perversos para a fonte, sendo essa a razão que leva as fontes a diferirem no comportamento que denotam perante os jornalistas. Os efeitos das mensagens das fontes são cognitivos (construção de significados e de conhecimento, edificação de referentes), afetivos e comportamentais. As mensagens das fontes ainda têm efeitos mais vastos ao participarem no processo contínuo de construção social da realidade (SOUSA, 2004, p. 145).

Esse tratamento e preocupação das fontes em as informações chegarem da forma que esperam ocorrem porque pode haver uma

colocação negativa por parte do meio de comunicação. Esse é um exemplo do ocorrido nessa matéria. Apesar de o projeto possuir um cunho benéfico para a educação, a ênfase que a repórter atribuiu na matéria é relativa ao fato de o mesmo ter sido encaminhado no dia anterior (pelo deputado Jorginho Mello) e ser votado em menos de 24h – e, conseqüentemente, ser sancionado pelo próprio Jorginho Mello.

A maioria das fontes afirmou que a aprovação da lei foi uma forma de “homenagear” o deputado. Porém, em um momento a repórter perguntou a uma fonte em que possuía maior “confiança” (em relação à credibilidade das informações passadas pelos políticos) se a aprovação da lei havia sido solicitada por Jorginho Mello. A fonte (um deputado) disse que Mello fez o pedido para que a Assembleia votasse rapidamente a aprovação do projeto de lei. No entanto, a fonte solicitou à repórter que não colocasse isso na matéria, pois seu depoimento foi dado em “off”. Para preservar a fonte, e seguindo uma “ética jornalística”, a jornalista optou por não colocar essa informação na notícia, uma vez que teria que identificar qual foi o deputado que falou.

A matéria que traz outro exemplo da relação entre jornalista e fonte é a “Revezamento no poder”<sup>45</sup>, vinculada no dia 21/10/2009. As relações entre jornalista e fonte nessa notícia ocorreram de forma mais tensa. A interação se deu em uma coletiva, também na ALESC, com o deputado Jorginho Mello (que na época estava passando o cargo de governador em exercício a Leonel Pavan e assumindo novamente seu cargo de presidente da ALESC). Os editores de política e o editor-chefe do Diário Catarinense deram para a jornalista a tarefa de fazer ao deputado duas indagações “polêmicas” a respeito do período em que ele permaneceu no cargo de governador em exercício. A primeira deveria abordar a mudança da posse de Jorginho Mello como governador para a cidade de Herval d’Oeste (ao invés de ser realizada na Capital), enquanto a segunda enfocaria a aprovação em “tempo recorde” do projeto mencionado acima.

A repórter cumpriu com a pauta e fez as duas perguntas na coletiva que o deputado concedeu. No entanto, as duas foram respondidas de forma irônica pelo deputado, e na segunda ele ficou visivelmente alterado. A repórter Grazielle Dal-Bó não se intimidou e no final da coletiva confidenciou: “Sou jornalista, meu papel é de questionar, e meu papel é esse. Não vou perguntar somente coisas que querem que eu pergunte”<sup>46</sup>. É válido ressaltar que a repórter veio da

---

<sup>45</sup> A matéria faz parte do caso “Jorginho Mello”, detalhado no item III.3.2.

<sup>46</sup> Depoimento colhido na observação direta, no dia 20/10/2009.

editoria de economia e só ficou na política durante dez dias, pelo fato de estar se mudando e, conseqüentemente, saindo do jornal. Talvez por esse motivo ela “não tinha uma fonte a perder” e por isso fez a pergunta sem ficar com medo de causar uma má impressão frente ao deputado. Essa atitude também pode ser vista como uma “obediência” da repórter para com seus superiores (no caso, os editores e o editor-chefe), sendo considerada uma atitude de um profissional assalariado que deve cumprir ordens de seus superiores para garantir seu emprego<sup>47</sup>.

O “caso IPUF” (Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis) traz outro exemplo de relação entre fonte e jornalista. O “caso IPUF” é um escândalo que envolve a parceria entre a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano (SMDU) e a ONG DiverSCidades (27/01/2010) para a “restauração” do antigo prédio da Câmara de Vereadores. O escândalo se deve ao fato de Cristina Piazza, que é sobrinha do ex-governador Luiz Henrique da Silveira (PMDB), exercer a função de presidente da ONG e ao mesmo tempo atuar como diretora do IPUF – cargo que foi assumido por ela por nomeação. O documento da parceria entre a ONG e a Secretaria foi assinado pelo prefeito de Florianópolis, Dário Berger, pelo secretário José Carlos Rauen e por Cristina Piazza. Segundo o secretário e o prefeito, os dois não tinham conhecimento de que ela era presidente da ONG.

Após o caso ter repercussão na mídia, Cristina Piazza procurou o Diário Catarinense para “desmascarar” Berger e Rauen<sup>48</sup>. Buscou contato com Rafael Martini, jornalista integrante da Editoria de Opinião do jornal, o qual se encontrou com ela e repassou todas as informações a outra repórter da Editoria de Política, com quem elaborou em conjunto a matéria. O jornalista que entrevistou Cristina produziu um texto seguindo uma linha mais literária, descrevendo como foi a entrevista com a fonte. A repórter de política ficou encarregada de procurar todas

---

<sup>47</sup> A ambigüidade do jornalismo como profissão é retratada de alguma forma nesse exemplo. Ao mesmo tempo que o jornalismo apresenta seu compromisso de informar a população, estar vinculado a questões sociais que não são tratadas por outras esferas sociais, aqueles que o fazem (os jornalistas) também esperam seu salário no final do mês e, conseqüentemente, ajustam-se às normas e valores da empresa noticiosa na qual trabalham, passando por cima, em alguns casos específicos, de alguns valores comuns do jornalismo.

<sup>48</sup> Berger e Rauen (prefeito de Florianópolis e Secretário do Meio Ambiente, respectivamente) afirmaram que não tinham conhecimento do teor do contrato da DiverSCidades e de que Cristina era presidente da ONG e diretora do IPUF ao mesmo tempo. Cristina Piazza os desmentiu, dizendo que sabiam de tudo.

as pessoas que tiveram seus nomes citados na “agenda”<sup>49</sup> de Cristina e fazer um resumo sobre a participação de cada um nas reuniões.

Cristina Piazza procurou o jornal por ter um interesse e por buscar um espaço para falar: “Agora só quero defender minha carreira de 25 anos que foi parar no lixo” (DIÁRIO CATARINENSE, 4 de agosto de 2010, p.8). Esse interesse partiu da fonte (na busca de melhorar a sua imagem), porém o jornal também tem um propósito, um interesse: a exclusividade das informações passadas por Cristina. Com a veiculação das informações e do depoimento de Cristina, o Diário Catarinense “lucrou” com um furo de reportagem. Ou seja, o impresso apresentou informações que nenhum outro de seus concorrentes possuía, conseguindo assim uma exclusividade para seus leitores.

Portanto, pode-se evidenciar que há, sim, uma permuta de interesses na relação entre jornalista - fonte. O jornalista busca a fonte que mais lhe convém e oferece um espaço de visibilidade a ela. Em outras vezes é a fonte que procura o jornalista na busca de atingir seus objetivos – seja alcançar visibilidade, esclarecer algum assunto que foi tratado de outra forma pelo jornalista etc. A fonte em geral respeita e responde as questões do jornalista, oferece informações com exclusividade, tudo para manter o intercâmbio de interesses. O jornalista garante o espaço e a visibilidade, e a fonte fica encarregada de oferecer informações com credibilidade e exclusividade.

### **III.6. A influência econômica – os anúncios tomando os espaços das notícias**

A influência econômica sobre o jornalismo se traduz de diversas formas. O modelo dos meios de comunicação como uma empresa exalta algumas questões econômicas e estas acabam por relacionar-se com o *habitus* profissional do jornalista. Pode-se pensar o critério de buscar o interesse do público como uma dessas questões. No momento em que a empresa (ou o jornalista) coloca-se no lugar de leitor e busca retratar os assuntos que chamam a atenção do público, ela não o faz simplesmente na busca de um compromisso com o público. O veículo noticioso busca atender também seus interesses. Quanto mais o jornal pautar assuntos que interessam seu público, mais exemplares serão vendidos<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup> O jornal reproduziu uma espécie de resumo das anotações de Cristina Piazza sobre as reuniões do convênio da DiverSCidades com a Secretaria (SMDU).

<sup>50</sup>Um maior número de exemplares vendidos significa um maior lucro, porém não é somente em valor que a empresa ganha. Quando um jornal é amplamente aceito por boa parte da população em que ele circula, é atribuído a ele um maior prestígio. Esse prestígio tanto se traduz perante as instituições quanto aos possíveis anunciantes, que vão preferir fazer a

A publicidade também é um aspecto da influência econômica sobre a produção jornalística. A maioria dos veículos impressos confecciona seu “boneco”<sup>51</sup> a partir do espaço disponível, ou seja, daquele que não foi vendido para a publicidade. Os anúncios de “última hora” geralmente implicam mudanças que os editores não planejaram.

A pesquisadora acompanhou certas situações em que matérias precisaram ser extremamente reduzidas pela presença de um anúncio inesperado, e casos de matérias inteiras que tiveram que ser “guardadas na gaveta” para serem veiculadas posteriormente. Um desses casos foi o da reportagem “A alimentação é a mesma, mas o vale...” (publicada no dia 11 de outubro de 2009). A matéria já estava pronta para ser vinculada no domingo anterior, quando na sexta-feira foi vendido um anúncio e ela teve que ser deixada na gaveta. A reportagem era sobre a diferença de critérios (e valores) do vale alimentação dos funcionários dos poderes em Santa Catarina. Portanto, era uma matéria de certa importância e que questionava os valores altos de alguns cargos. Mas ela foi escolhida para ser deixada na “gaveta” por ser uma informação “fria”, que a qualquer momento poderia ser vinculada, ao contrário de outras vinculadas em 04/10/2009.

Além da “perda de espaço” para as matérias jornalísticas, a publicidade nos jornais diários pode causar um “mal-estar” nas publicações de matérias que depreciam seus anunciantes. Em um jornal a natureza e o tamanho “do mercado e da audiência [...] são agentes configuradores das histórias jornalísticas, pois as empresas jornalísticas buscam o lucro ou, pelo menos, o equilíbrio financeiro, necessitando de corresponder aos interesses das audiências” (SOUSA, 2004, p.148). Dessa forma, o impresso fica restringido a publicar matérias, buscando não atingir a imagem de seus anunciantes e deixando assim de trazer informações que interessem seus leitores – e que interessam seus anunciantes. Contudo, no Diário Catarinense, apesar da dependência de venda de anúncios, durante o período pré-eleitoral não foi observada de forma clara nenhuma influência desse caráter.

Outra forma de influência econômica pode se dar, teoricamente (em especial quando se trata de período eleitoral), a partir de pressões de anunciantes ou grupos econômicos que tenham parcerias com a empresa

---

propaganda de seu produto em um veículo que tem mais aceitação, maior número de leitores, do que em outro que apresente esses números mais baixos.

<sup>51</sup>“Boneco” é uma prévia do que será o jornal. Nele se tem uma idéia do aspecto com que ficarão as matérias e ele fornece o tamanho das matérias, o número de fotos e os tamanhos delas. A partir dele é que as matérias são elaboradas e os editores decidem o que vai ser realmente noticiado ou não.

de comunicação. Esse é um tipo de influência mais difícil de detectar a partir do tipo de metodologia utilizada. De toda forma, vale mencionar que, embora possa eventualmente ter havido, não foi possível detectar nenhuma influência desse tipo pelo que foi observado em campo. Quanto ao conteúdo das matérias efetivamente publicadas ao longo do período em estudo, também não foi possível perceber algum tipo de viés sistemático favorecendo algum dos candidatos que pudesse vir a ser fruto desse tipo de influência.

### **III.7. A influência externa do campo político e a interferência interna do campo jornalístico delineando a notícia**

A presente seção tem o objetivo de reunir algumas observações sobre as interferências que as eleições causaram no trabalho da Editoria de Política do Diário Catarinense. Muitos dos pontos aqui elencados foram percebidos através da observação direta e da comparação entre o período não eleitoral (outubro de 2009) e o período pré-eleitoral (agosto de 2010). O primeiro ponto percebido nas diferenças desses períodos é que, no período pré-eleitoral, a equipe contou com a “ajuda” de outras editorias, tanto pelo fato de ter mais “mão-de-obra” disponível, quanto pelo conhecimento que as outras editorias possuem sobre questões específicas. Por exemplo, a matéria da série Vida Real “Cultura em SC” (publicada em 23/08/2010) contou com a colaboração de um repórter da editoria de cultura, já que o assunto da reportagem está relacionado com acontecimentos culturais; outra matéria, intitulada “Declaração de Bens” (publicada em 07/08/2010), foi produzida por uma repórter da editoria de economia.

A estratégia foi utilizada pelo fato de os repórteres de editorias específicas possuírem um maior conhecimento desses assuntos específicos e estarem mais familiarizados com as fontes de determinado meio. Esse é o caso da matéria “Declaração de Bens”, em que as “declarações de bens apresentadas à Justiça Eleitoral pelos [...] (três principais candidatos ao governo) foram analisadas por profissionais do mercado imobiliário, a pedido do Diário Catarinense” (KAFRUNI, 2010, p.10).

Outra influência que as eleições exerceram sobre a produção do periódico foi o aumento da preocupação com a objetividade/imparcialidade. A todo o momento os editores reforçaram a ideia de manter o compromisso de dar uma notícia o mais

imparcialmente possível. Esse compromisso é assumido com o público em um editorial do jornal<sup>52</sup>:

Ao reafirmar suas posições éticas e editoriais, a RBS traz a público também as recomendações repassadas a todos os seus jornalistas e comunicadores no sentido de que observem as orientações internas elaboradas para garantir o máximo de neutralidade e o mínimo de protagonismo no processo eleitoral. Embora sejam normas já conhecidas e incorporadas pelos colaboradores da empresa, sua revisão e sua atualização se tornam indispensáveis a cada ano eleitoral, até mesmo em decorrência de mudanças na legislação e no cenário do pleito.

O discurso de uma informação que não seja tendenciosa é sempre muito ressaltado durante a produção da notícia. Os jornalistas do Diário Catarinense, ao se expressarem sobre o assunto, afirmam que não percebem outra forma de fazer uma cobertura eleitoral se não for desse modo, ou seja, dando um caráter “imparcial” à elaboração de matérias no período eleitoral. E, antes de tudo, essa forma está ligada ao *habitus* profissional desse tipo de empresa noticiosa. Perguntado a Fábio Gadotti<sup>53</sup> (editor da Editoria de Política do DC) se, na visão dele, a neutralidade era de fato conquistada, obteve-se a seguinte resposta:

A meu ver, conseguimos levar um material bem acabado para o leitor, que procura mostrar com a maior fidelidade possível o que o candidato está apresentando, dando serviço, assim. Se formos pensar qual é o principal objetivo do trabalho jornalístico, é dar o maior número de informações possíveis para o leitor poder decidir melhor. Acho que cumpre esse papel, sem ter uma pretensão de que somos os donos da verdade, que fazemos 100%. [...] Quando falei neutralidade entre aspas não estava me referindo à questão de gosto pessoal, particular. Na hora do trabalho essas questões pessoais (como apoiar determinado candidato, ou outro) são deixadas de lado, são

---

<sup>52</sup>O texto foi reproduzido integralmente no ANEXO II. Em 07/04/2010, o mesmo foi retirado do [site http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a2861107.xml&template=3898.dwt&edition=14420&section=1320](http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a2861107.xml&template=3898.dwt&edition=14420&section=1320)

<sup>53</sup> Declaração concedida em entrevista na data 01/09/2010.

esquecidas mesmo. Essa neutralidade, que é muito discutida no meio acadêmico, ela não existe em nenhuma profissão, até um juiz quando vai decidir, por mais que ele esteja distanciado, ele vai ter uma preferência pessoal, aprendida pela vivência que ele teve, o que ele aprendeu, a sua formação, mas essas questões não atrapalham, não comprometem o trabalho.

Portanto, o Editor de Política coloca que o jornalista – inserido em uma empresa noticiosa como essa – deixa de lado seus gostos “pessoais” (talvez políticos) e se coloca em uma posição distanciada do fato, podendo chegar o mais próximo possível da veracidade (repercutindo, portanto, o que realmente os candidatos afirmaram).

Segundo o Editor de Política do Diário Catarinense, Fábio Gadotti, a “questão de neutralidade e espaço igual (dado aos candidatos) é muito importante, mas isso está tão incorporado em nosso trabalho, que não nos damos conta disso, pois isso tem que ser desse jeito”<sup>54</sup>. Ou seja, a prática está enraizada nas ações dos agentes do campo jornalístico, que simplesmente a executam. Há uma moldura (um *habitus* profissional) que o jornalista membro de empresas noticiosas veste e vê como sendo uma forma natural da atuação profissional. É possível que essa seja uma das maiores influências durante a produção das notícias: pelo fato de o “profissionalismo” estar enraizado na execução de ações cotidianas às práticas jornalísticas – entrevistas, redação de texto, edição – talvez não seja necessária uma reflexão permanente das suas ações, por parte do agente.

No entanto, esse *habitus* profissional não seria composto somente de uma passividade (ou não reflexão), nele haveria também uma atividade em momentos específicos (BARROS FILHO e MARTINO, 2003). Talvez essa “reflexão” seja feita em momentos de críticas internas e externas (de leitores), ou em momentos em que o trabalho tenha um maior tempo para ser executado e, de certa forma, apresentado de uma forma mais crítica. E a automatização é dada em momentos em que o jornalista se porta apenas como um relator de um acontecimento, sem reflexão e criticidade perante o fato noticiado.

Retomando uma matéria que já foi analisada, “Jorginho Mello chega ao governo”<sup>55</sup> (publicada em 10/11/2009), o repórter elabora uma matéria apenas descritiva sobre a posse do deputado. Essa matéria

---

<sup>54</sup> Entrevista concedida à autora no dia 01/09/2010.

<sup>55</sup> A matéria está mais explicada e analisada em item anterior.

mostra a passividade do agente jornalístico diante do seu trabalho, pelo fato de apenas relatar o evento. De certa forma, esse tipo de matéria cumpre o papel de “informar o cidadão”, pelo motivo de não deixar de dar informações aos leitores sobre o evento. Entretanto, o jornalista poderia ter focado mais o fato de o deputado ter conseguido transferir o lugar de sua posse - para exaltar assim o poder em sua cidade natal – que foi uma medida desnecessária, que apenas enriqueceu a vaidade de Mello. O tipo de tratamento que o repórter atribuiu à matéria pode ser justificado pelo fato de ser uma notícia “quente”, aquela que possui um menor tempo para a sua apuração. Geralmente a apuração desse tipo de matéria é feita no “calor” dos acontecimentos; no presente caso, durante a posse do governador em exercício. Há, dessa forma, um tempo menor para uma reflexão do repórter sobre as informações que ele deve captar de suas fontes.

Matérias que apresentam uma maior criticidade perante acontecimentos, ou que focam em outro ponto além daquele explicitado pelas fontes, assessorias de imprensa e instituições, estão ligadas a uma prática reflexiva. Ou seja, a ação é “ativa” por parte do jornalista. Um exemplo desse tipo de matéria é a reportagem intitulada “Um prédio de R\$ 25 milhões”<sup>56</sup> (publicada em 2/10/2009), a qual, apesar de ser uma tentativa de inserção positiva sobre a nova verba para a construção do prédio anexo à Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC), não teve o resultado esperado. Apesar da declaração do Presidente da ALESC, Jorginho Mello, ressaltando que esse dinheiro traria benefícios à Assembléia<sup>57</sup>, deu-se maior enfoque, na matéria, a um questionamento sobre o crescimento desse orçamento em cinco anos, tempo decorrido desde a criação de tal projeto de construção. Além disso, durante a coletiva foi feita uma pergunta a respeito do motivo da construção desse anexo da ALESC, e a fonte consultada (Mello) sentiu-se constrangida com esse tipo de questionamento. Isso aponta para certo grau de autonomia do campo jornalístico diante do campo político e constitui uma ação característica do *habitus* jornalístico. Essa autonomia pode ser percebida pelo fato de o enfoque da matéria ser diferente do que foi passado pela assessoria de imprensa da ALESC. Enquanto a matéria poderia dizer que a construção do anexo traria benefícios, a

---

<sup>56</sup> Jorginho Mello (na época presidente da ALESC) assinou (1/10/2009) o edital para a construção do Anexo Sul da ALESC e anunciou que o gasto com o novo prédio pode chegar a 25 milhões.

<sup>57</sup> Essa fala aconteceu durante a coletiva de imprensa organizada pela assessoria de comunicação da ALESC, na tentativa de promover a construção do referido anexo.

jornalista opta por uma visão mais crítica, que leva o leitor à reflexão sobre o quanto seria gasto nessa construção.

Com a Assessoria de Imprensa da ALESC a repórter conseguiu os gráficos de como seria a construção desse novo prédio. Apesar da inserção dessas imagens, o tom e a visibilidade da Assembleia são passados de uma forma negativa. É importante destacar que esse tom negativo não é depreciativo, é apenas um enfoque crítico do jornal sobre o gasto do dinheiro público. Isso é ressaltado quando a matéria ocupa toda uma página do impresso, sendo, assim, uma notícia de grande visibilidade.

Através de uma “cronologia” sobre a verba destinada à construção do anexo, que a repórter elaborou, a matéria apresenta também uma contextualização sobre o orçamento destinado à construção do prédio da Assembléia. Para fazer o questionamento sobre o orçamento destinado ao prédio anexo, a repórter utiliza dados tanto sobre o tamanho (atual e futuro) do prédio original, quanto acerca do valor original e atual da obra, além de valer-se de informações sobre as demais reformas feitas na ALESC nos últimos anos. Essa contextualização e inserção de dados se contrapõem à visão benéfica da construção do prédio (sustentada pela assessoria de imprensa), trazendo ao leitor um enfoque crítico e reflexivo.

A matéria “Prestação de contas descentralizada” (publicada em 11/11/09) é considerada uma “matéria fria” por ter a possibilidade de ser produzida em um tempo maior. O tema da reportagem é a prestação de contas das Secretarias Regionais, as quais constituem uma forma de descentralização administrativa do governo de Santa Catarina<sup>58</sup>. Apesar de na maioria da matéria se fazer uma descrição dos seminários de prestações de contas das Secretarias Regionais, em uma pequena entrevista com o coordenador dos eventos a repórter faz uma pergunta – “A prestação de contas tem relação com o fato de que o governador Luiz Henrique pretende se desligar do governo?” – que traduz a intenção real da matéria (DIÁRIO CATARINENSE, p.15, 11 de outubro de 2009). A intenção do DC nessa matéria era mostrar o uso que Luiz Henrique da

---

<sup>58</sup> Para o governo de Santa Catarina a criação das 29 Secretarias Regionais foi uma forma de descentralizar as decisões tomadas pelo governador e secretários. Segundo o governo, a principal contribuição dessa nova forma de administração é que as decisões ficam nas mãos dos cidadãos, os quais podem ditar como serão gastos os recursos na Secretaria Regional correspondente (dados retirados do site <http://www.sc.gov.br/sdr/blumenau/governodescentralizado.htm>., no dia 25/02/2011. No entanto, tal reforma administrativa (ocorrida no governo de Luiz Henrique) criou polêmica pelo fato de que junto com a criação das Regionais houve a criação de mais de 300 cargos para compor a função das mesmas.

Silveira (na época, ainda governador) fazia dos seminários sobre a prestação de contas das Secretarias Regionais como uma propaganda sobre os acertos que a mudança administrativa teria trazido ao Estado.

O enfoque (as prestações de contas como o ponto alto da descentralização administrativa do governo de Luiz Henrique) foi discutido entre a repórter e o editor antes do início do processo de apuração dos fatos e durante o seu processo de produção. Foi, dessa maneira, uma crítica aos gastos do governo de SC com os eventos e à utilização desses recursos como propaganda das realizações das Secretarias Regionais e, conseqüentemente, do mandato de Luiz Henrique como governador.

Além desse enfoque crítico sobre a prestação de contas das Secretarias Regionais, em uma pequena parte do texto (sub-intitulada de “Ordem para acelerar obras”), a matéria sugere que o aceleramento das obras é feito para que elas sejam inauguradas ainda no governo de Luiz Henrique. Muitas das “promessas do aceleramento de obras” que as fontes colocam na matéria não foram cumpridas<sup>59</sup>. A repórter ainda deixa explícitos (em forma de números) os gastos gerados para os seminários de prestação de contas e o que cada regional gastou com os seus investimentos.

Quanto aos dados, a repórter teve acesso a muitos pelo material de divulgação das Secretarias Regionais (revistas), através das assessorias de cada uma e da coordenadoria do evento. Talvez a facilidade com que a repórter obteve as informações por parte das assessorias se deu pelo fato de elas (as assessorias) buscarem uma visibilidade – e de forma positiva – para os eventos sobre as prestações de contas. Em parte a divulgação do evento no Diário Catarinense teve seu objetivo alcançado. No entanto, as críticas negativas presentes na matéria – com relação aos gastos dos seminários e à avaliação de que eles constituiriam uma forma de “fechamento” do governo de Luiz Henrique – contrapõem-se à visibilidade dada a esses eventos (os seminários) através do espaço da matéria (uma folha e meia).

A diferenciação em relação à criticidade de cada matéria também está relacionada ao *habitus* individual de cada jornalista. As duas matérias anteriormente analisadas (“Um prédio de R\$ 25 milhões” e “Prestação de contas descentralizada”) possuem um enfoque crítico e foram redigidas pela mesma repórter. Portanto, a maior ou menor criticidade das notícias está ligada a diversos fatores, dentre eles o

---

<sup>59</sup> Como é o exemplo da reabertura da Ponte Hercílio Luz, que no início de 2011 ainda não foi completamente restaurada.

tempo para a apuração das mesmas e o *habitus* individual do jornalista – ou seja, sua visão de mundo, principalmente em relação ao exercício da crítica.

No que se refere à cobertura da campanha eleitoral, além da defesa de uma posição de neutralidade os jornalistas do Diário Catarinense enfatizam o discurso de informar o cidadão para que este possa tomar a melhor posição na hora de decidir seu voto. “A proposta é exatamente essa: uma cobertura centrada nos projetos de governo e nas demandas da sociedade, que considere efetivamente o interesse dos cidadãos e lhes proporcione o espaço necessário para suas manifestações”<sup>60</sup>. Pode-se dizer que a série “Vida Real” tentou pautar questões específicas que o (e)leitor vivencia e trazê-las para o debate político. Outra reportagem que reafirma esse “compromisso em informar o eleitor” traz como tema central a memória política do eleitor. “Memória Política – Você lembra em quem votou na última eleição?” (publicada em 12/08/2010) traz ao (e)leitor uma preocupação a respeito da consciência do papel do voto na eleição e critica a falta de comprometimento do eleitor brasileiro com a política. Matérias como essa reafirmam o discurso de compromisso social do Diário Catarinense em informar o leitor para que ele faça a melhor “escolha” – mais especificamente nesse caso, para que tome consciência do seu voto.

Apesar desse caráter de compromisso social com o (e)leitor, outro tipo de matéria é apresentado pelo Diário Catarinense: são as matérias mais leves e de curiosidades a respeito da campanha. Essa característica é percebida pela criação de outra coluna assinada (no período eleitoral), que possui como principal assunto as curiosidades da campanha eleitoral. Segundo os editores, essa coluna é uma forma de abordar alguns temas com mais leveza, e falar também da propaganda eleitoral no rádio e na TV.

Uma matéria destaca-se em especial no mês de agosto por essa característica (curiosidade) – “Detetive virtual: Mais um caso desvendado” (publicada em 15/08/2010). Essa matéria centra-se no tratamento das imagens dos candidatos nos materiais de divulgação das campanhas. A ideia da pauta surgiu do editor-chefe do Diário Catarinense. Na matéria aparecem fontes especializadas (entre elas, um professor de marketing que fala sobre a importância de uma boa imagem). Os recursos que foram usados no tratamento das imagens dos

---

<sup>60</sup>Trecho do editorial do Diário Catarinense, retirado no dia 07/04/2010 do site <http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a2861107.xml&template=3898.dwt&edition=14420&section=1320>.

candidatos foram “desvendados” pelo “detetive virtual do Fantástico” – Altair Hoppe. Nessa matéria foram analisados os “santinhos” dos três principais candidatos ao governo do Estado<sup>61</sup> e dos quatro principais candidatos ao senado. Portanto, essa matéria expressa a proposta do jornal em trazer matérias mais “leves” para os leitores.

A matéria traz uma das novas características enfocadas pelo impresso a partir de sua reformulação<sup>62</sup>. Trazer o assunto política com um enfoque diferenciado, de uma forma mais “leve” para o leitor, é uma das propostas da reformulação feita no Diário Catarinense no final de 2009. Contudo, o impresso poderia ter utilizado o espaço de uma outra maneira, dando ênfase à precariedade de alguns serviços do Estado de SC e a outras questões polêmicas, como a prevenção dos desastres naturais no Estado, o amparo do governo às vítimas desses desastres e a preservação do meio ambiente. Todos esses assuntos são atuais e interessam muito à população catarinense. Além dessas questões, o periódico poderia ter trazido perguntas aos candidatos a respeito das reformas intermináveis na ponte Hercílio Luz, juntamente com questões de infraestrutura e transporte no estado. Inúmeros assuntos, dentre os quais o turismo no estado de Santa Catarina, poderiam ter sido enfocados pelo jornal com o objetivo de trazê-los em pauta para que os (e)leitores conhecessem de forma mais detalhada as propostas de cada candidato.

A reportagem do “Dia dedicado à cidadania em Florianópolis” (publicada em 05/09/2009) é um exemplo de matéria que foi enviada pela assessoria de imprensa da Câmara de Vereadores de Florianópolis. A assessoria enviou à EP um “serviço” e uma sugestão de pauta sobre o evento. O evento “Câmara Cidadã” realizou gratuitamente prestações de

---

<sup>61</sup> Apesar de ser uma matéria em que uma fonte especializada (o “detetive virtual”) analisa os “santinhos” dos candidatos, a repórter procurou as assessorias para perguntar sobre a escolha (coloridas ou em preto e branco) das fotos. Pode-se perceber que a assessoria de Angela Amin utilizou esse espaço de uma melhor forma, pois exaltou o fato de se optar pelo preto e branco nas fotos da candidata para trazerem naturalidade às imagens e inserirem uma carga positiva a todo o processo/campanha eleitoral desenvolvido por Ângela e sua equipe. Quanto ao fato de as fotografias dos outros candidatos serem coloridas, a matéria evidencia que na foto de cada um deles estão intrínsecas as cores dos partidos correspondentes. Na imagem da candidata do PT, Ideli Salvatti, por exemplo, aparecem principalmente os tons de vermelho.

<sup>62</sup> No período de outubro de 2009 os jornalistas e editores do DC participaram de treinamentos para a “reformulação” do jornal, proposta pelo (naquele momento) novo editor-chefe.

serviço à comunidade (exames de saúde, documentos, entre outros), com a parceria de 112 entidades.

A valência que é atribuída à matéria é positiva. Ela é reforçada na medida em que a repórter utiliza cidadãos comuns como fonte. Com o “discurso” de cidadãos comuns a matéria de política se torna mais próxima do público, criando uma idéia de humanização. O principal critério de noticiabilidade que permeia a reportagem é o da magnitude - pelo fato de o evento ser relevante ao público (principalmente da capital), tendo uma ligação com a área de circulação do diário. Durante aquela semana, a editoria deixou o evento na sua agenda de notícias. Além do envio da informação sobre o evento (por e-mail) para a Editoria de Política do DC, a pesquisadora não presenciou nenhuma tentativa enfática por parte da assessoria da Câmara de Vereadores para que a cobertura fosse realmente feita pelo jornal.

Segundo os Editores de Política, não há um aumento na influência das assessorias ou dos políticos no período eleitoral. Mesmo que haja essa tentativa de inserção a editoria não a aceita sem questionar se a mesma é necessária e importante. “Eles podem até ligar, mas isso acontece cada vez menos. Existe a influência nas sugestões de pauta, e avaliamos se é viável, se possui uma relevância para o leitor, se possui uma importância jornalística; se tiver, fazemos, se não, não”, enfatiza Fábio Gadotti<sup>63</sup>.

Apesar de o número de tentativas de inserção por parte das assessorias ou candidatos ter diminuído (na visão dos editores), segundo Celso Bevilacqua, subeditor da EP, o que aumenta durante o período eleitoral são as “denúncias”, as quais geralmente são refutadas pela editoria por essa não ter como comprovar a confiabilidade da fonte – sendo que muitas dessas “denúncias” são feitas na tentativa de depreciar ou promover algum candidato.

### **III.8. A cobertura dos três principais candidatos ao governo de SC no DC: uma análise quantitativa**

Para testar se a neutralidade/imparcialidade tão enfatizada pelos jornalistas da EP do Diário Catarinense foi de alguma forma cumprida, além da verificação da homogeneidade de espaço atribuído aos candidatos, ou ao mesmo número de fotos, foi feita uma análise relativa à maneira que a imagem de cada um dos candidatos era passada, ou seja, pela valência atribuída a cada um deles. Analisaram-se as matérias

---

<sup>63</sup> Entrevista concedida à autora no dia 01/09/2010.

informativas da EP veiculadas durante o mês de agosto de 2010 (e elaboradas na sucursal de Florianópolis) em que estava presente o nome de algum (ou de mais de um) dos três principais candidatos ao governo de SC.

É importante ressaltar que a maioria das matérias de política possui como critérios de noticiabilidade: poder de elite, relevância e magnitude. Algumas matérias podem conter mais de um desses critérios. A sistematização da quantificação das matérias do período pré-eleitoral (somente aquelas em que o nome de um dos três principais candidatos ao governo do Estado era presente) mostrou que as matérias possuíam os critérios de noticiabilidade relevância e poder de elite juntos, ou em algumas vezes separados<sup>64</sup>.

Durante o mês de agosto foram encontradas 39 matérias informativas em que algum dos três candidatos ao cargo de governador do Estado estava presente. Em relação à quantidade de matérias, o nome de Raimundo Colombo está presente em 37 matérias do total de 39, enquanto Ideli Salvati possui 33 matérias ligadas a ela e Angela Amin apenas 32.

O número de matérias em que os nomes dos candidatos estão presentes nada nos diz sobre o conteúdo substantivo existente na cobertura jornalística. Devido a esse fato se faz necessária uma averiguação relativa à área ocupada pelas matérias sobre cada um dos candidatos, o enquadramento das notícias e a valência das matérias (ou seja, a forma, positiva ou negativa, com que o candidato é enfocado pelo impresso).

O espaço total ocupado pelos candidatos é dado pela área total, permitindo uma comparação da visibilidade dos candidatos de uma forma genérica (não atribuindo uma valência, ou seja, na análise específica do espaço o importante não é visualizar de que forma os candidatos foram inseridos no jornal, mas se o espaço ocupado foi maior ou menor). Como já foi evidenciado, no período de agosto de 2010 a candidata Angela Amin estava em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto ao governo do estado de Santa Catarina, sendo que o cenário favoreceria uma maior inserção da imagem da candidata no impresso. No entanto, essa lógica não ocorreu. Raimundo Colombo, que no período estava em segundo lugar nas pesquisas, teve a maior área

---

<sup>64</sup> Essa análise foi feita pela autora na coleta de dados em que foram quantificados alguns aspectos da cobertura jornalística e alguns deles evidenciados na próxima seção do trabalho - A cobertura dos três principais candidatos ao governo de SC no DC.

(cm<sup>2</sup>) ocupada no jornal – 19504,75 cm<sup>2</sup> – o que representa 5% a mais, aproximadamente, do que as duas candidatas.

**Tabela 1 - Espaço ocupado pelos candidatos (Agosto/2010)**

	<b>Angela Amin</b>	<b>Ideli Salvatti</b>	<b>Raimundo Colombo</b>
<b>Área total em cm<sup>2</sup></b>	18457,75 cm <sup>2</sup>	18469,75 cm <sup>2</sup>	19504,75 cm <sup>2</sup>

Fonte: A autora.

Embora a candidata Ideli Salvatti estivesse em terceiro lugar nas pesquisas no recorte temporal, ela conseguiu uma área de ocupação no periódico um pouco maior que a de Angela Amin. No entanto essa diferença é quase nula (0,06%), sendo que, virtualmente, as duas candidatas tiveram o mesmo espaço ocupado. Quanto ao espaço ocupado pelos três candidatos, pode-se dizer que Raimundo teve uma maior visibilidade no Diário Catarinense em relação às candidatas. Portanto, a distribuição do espaço não esteve em acordo com o cenário eleitoral em que foi realizada a coleta de dados – agosto de 2010 (quando Angela estava à frente nas pesquisas de opinião, e não Raimundo), como já se enfatizou.

Outra análise que é importante na verificação da cobertura eleitoral realizada pelo impresso, é sobre o enquadramento das matérias. A análise mostra a maneira como foram pautados os acontecimentos, e não somente se determinado acontecimento foi ou não pautado pelos meios de comunicação. Enquadramentos atuam na construção de uma determinada interpretação dos fatos (PORTO, 2004), são os vieses que cada fato possui. Dessa maneira é possível uma comparação que vai além da quantidade de matérias que o impresso publicou sobre os três principais candidatos, levando em consideração a forma com que o jornal pautou cada candidato.

Os três principais candidatos tiveram uma matéria que enfocava de forma enfática a sua imagem como pessoa – que é da série “Um perfil diferente”, já analisada no trabalho. Tal matéria é nomeada de enquadramento personalista. Esse tipo de enquadramento confere uma maior visibilidade ao candidato pelo fato de focar sua imagem (ver

detalhes sobre as características de cada tipo de enquadramento no Apêndice II).

O enquadramento “corrida de cavalos” enfoca os candidatos inseridos em uma disputa – indicando a posição de cada um na campanha. Ou seja, esse formato de enquadramento prioriza o embate eleitoral entre os candidatos, e as valências são atribuídas de forma positiva aos candidatos que estão à frente da disputa e negativa para aqueles que estão mais atrás. Como no enquadramento anterior, o número de matérias com esse enquadramento é igual para os três candidatos (ver Tabela 2). Isso se deve ao fato de esse tipo de enquadramento geralmente ser encontrado em matérias a respeito de pesquisas eleitorais (frequentemente uma reprodução das pesquisas de opinião). Angela, Ideli e Colombo possuem três matérias com esse enquadramento; essa igualdade relaciona-se com o fato de os candidatos estarem presentes nas pesquisas de opinião veiculadas no impresso.

**Tabela 2 – Enquadramento das matérias (Agosto/2010)**

	<b>Episódico</b>	<b>Temático</b>	<b>Personalista</b>	<b>Corrida de cavalos</b>	<b>Total</b>
<b>Angela Amin</b>	16 (50%)	12 (37,5%)	1 (3,12%)	3 (9,37%)	32 (100%)
<b>Ideli Salvatti</b>	16 (48,48%)	13 (39,39%)	1 (3,03%)	3 (9,09%)	33 (100%)
<b>Raimundo Colombo</b>	20 (54,05%)	13 (35,13%)	1 (2,70%)	3 (8,10%)	37 (100%)

Fonte: A autora.

O enquadramento episódico é o que geralmente mais se faz presente entre as matérias. Ele está ligado à cobertura de um fato ou episódio específico, faz parte de matérias descritivas e traz um relato do ocorrido. Em relação a esse tipo de enquadramento houve uma pequena diferença entre os três principais candidatos ao governo de Santa Catarina. Das matérias em que Colombo teve seu nome citado, cerca de 54% (vinte matérias) possuem o enquadramento episódico. Angela teve

metade das matérias com esse tipo de enquadramento (dezesseis) e Ideli 48,48%; em número de matérias, ela teve a mesma quantidade que Angela (ver Tabela 2).

O enquadramento temático diferencia-se do episódico pelo fato de trazer uma contextualização mais aprofundada do acontecimento relatado, apresentando uma visão mais ampla do fato para o leitor. Nesse tipo de enquadramento há também pequenas diferenças de quantidade para cada um dos candidatos. Colombo teve treze matérias (daquelas em que o seu nome foi citado) com esse tipo de enquadramento, o mesmo número que Ideli apresentou. Angela teve uma matéria a menos (doze matérias), em torno de 37%. No conjunto, pode-se dizer que não houve diferenças significativas na forma de enquadramento dado às matérias que envolvem os três candidatos, já que os percentuais de cada tipo de enquadramento são parecidos para os três candidatos.

A análise das valências identifica de que forma os candidatos estão colocados no jornal – podendo ser uma forma negativa, positiva, neutra ou ambivalente<sup>65</sup>. A metodologia empregada na variável da valência diferencia-se um pouco da utilizada pelo Grupo de Pesquisa Mídia Política e Atores Sociais<sup>66</sup> (que serviu de base para essa análise). Optou-se por incluir outra categoria dentro da valência – denominada de ambivalência - diferente das categorias dos autores tomados como referência do Grupo de Pesquisa. A categoria tenta suprir a questão de que algumas matérias apresentam ao mesmo tempo uma valência positiva e negativa para os candidatos. A categoria denominada de ambivalente foi adaptada de uma pesquisa em que autores (não pertencentes ao Grupo de Pesquisa) a inseriram para compreender os textos opinativos – relacionados ao debate das cotas raciais (CAMPOS e outros, 2010). O candidato Raimundo Colombo foi o que mais apresentou matérias com a valência ambivalente (aquelas em que é inserido um aspecto negativo e outro positivo), totalizando quatro matérias. Do total de reportagens ambivalentes de Colombo, duas delas

---

<sup>65</sup> Uma maior explicação sobre a variável valência e suas categorias está presente no APÊNDICE II. As definições apresentadas não são perfeitas e precisam de algum grau de interpretação de quem está fazendo a avaliação, ao aplicar as definições a cada matéria específica. Por esse motivo, há “treinamentos” no âmbito do grupo que sistematizou essa metodologia, a respeito da coleta de dados realizados pelo grupo (anuais e anteriores ao início da coleta, que começa em agosto). A autora participou dois anos na coleta de dados e um ano na coordenação da coleta, trazendo assim o conhecimento prévio de tais interpretações.

<sup>66</sup> Ressalta-se que essa metodologia do grupo é baseada em pesquisas consolidadas pelo DOXA (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública) do IUPERJ (Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro).

dizem respeito às pesquisas eleitorais ao governo. Ambas enfocam ao mesmo tempo o fato de o candidato ter crescido nas pesquisas, mas ainda continuar atrás de Angela Amin<sup>67</sup>.

Com diferenças de porcentagem, os três candidatos foram enfocados nas matérias, em sua maioria, de uma forma neutra (ver Tabela 3), sendo que Angela e Colombo possuem o mesmo número de matérias com a valência neutra (21 para cada um) e Ideli possui duas a mais que eles (23 notícias). A valência neutra geralmente está relacionada com notícias que trazem apenas o nome do candidato, ou simplesmente relatam um fato de forma descritiva apenas (em muitas os jornalistas seguem o que já foi elaborado por outro veículo). O presente dado relaciona-se com a idéia da objetividade (neutralidade) tão enfatizada pela EP do Diário Catarinense. Pode-se dizer que através desse tipo de enquadramento o jornal se coloca mais distanciado do fato, gerando assim uma “neutralidade”.

**Tabela 3 – Número de matérias segundo a valência (Agosto/2010)**

	Positiva	Negativa	Neutra	Ambivalente	Total
<b>Angela Amin</b>	9 (28,125%)	1 (3,125%)	21 (65,625%)	1 (3,125%)	32 (100%)
<b>Ideli Salvatti</b>	6 (18,18%)	4 (12,12%)	23 (69,69%)	--- (0%)	33 (100%)
<b>Raimundo Colombo</b>	9 (24,32%)	3 (8,10%)	21 (56,75%)	4 (10,81%)	37 (100%)

Fonte: A autora.

A valência positiva é a que mais exalta os candidatos, pois ela é categorizada dessa maneira pelo fato de a matéria atribuir um caráter favorável ao candidato. A respeito das valências positivas, há diferenças

<sup>67</sup>As matérias relatadas são: “Pesquisa – Angela mantém a liderança em SC” (publicada em 21/08/2010) e “Pesquisa – Números da eleição em SC” (publicada em 28/08/2010).

na porcentagem entre os candidatos: Angela com cerca de 28%, Ideli com 18% e Colombo com 24%. Ou seja, pode-se dizer, com relação a este dado específico, que a candidata Angela teve sua imagem enfocada de uma forma mais positiva que os outros candidatos<sup>68</sup>.

A valência negativa deprecia a imagem dos candidatos porque geralmente está ligada a fatos negativos (como denúncias ou escândalos), ou simplesmente pelo fato de um candidato estar atrás nas pesquisas. Seguindo a lógica do período analisado (em que a candidata Angela estava na frente das pesquisas), Angela tem apenas uma matéria com a valência negativa (cerca de 3%), enquanto Colombo possui três matérias (perto de 8%) e Ideli quatro (12%). O saldo entre positivo e negativo é vantajoso para Angela Amin em relação a Colombo e Ideli – devido ao fato de Angela ser a candidata que teve uma porcentagem maior de matérias com valência positiva<sup>69</sup> e a porcentagem mais baixa nas matérias negativas. Ideli Salvatti apresenta o pior saldo em relação aos outros candidatos, tendo maior número de matérias com valências negativas e o menor de valências positivas.

Devido ao fato de as matérias com o enquadramento “corrida de cavalos”<sup>70</sup> atribuírem uma valência positiva para Angela e negativa para Ideli, elaborou-se uma nova contagem das valências dos candidatos sem essas notícias, de forma a “descontar” o efeito desse tipo de matéria no conjunto da cobertura. Levando-se em consideração esse recorte na análise, é notória a predominância da valência neutra para os três candidatos. A diferença (em porcentagem) com relação à valência positiva não apresenta uma grande diferença entre os três candidatos. Angela e Ideli possuem o mesmo número de reportagens com valência positiva relativa a elas.

---

<sup>68</sup>No período de análise (em agosto de 2010) a candidata Angela Amin estava em primeiro lugar nas pesquisas. Esse fato pode ter gerado um aumento do índice geral de positividade da candidata em relação aos outros. Esse cenário difere do cenário eleitoral posterior, em que Colombo teve um crescimento nas pesquisas perto da eleição e culminou com ele sendo eleito já no primeiro turno, o que não correspondia com o cenário no início eleitoral, que apontava Angela e Colombo como vencedores de um primeiro turno.

<sup>69</sup>Em comparação com Raimundo Colombo, Angela Amin possuiu a mesma quantidade de matérias positivas: nove (ver Tabela 1). Mas na porcentagem em relação ao total de matérias de cada um dos candidatos, Angela possuiu a porcentagem maior em relação a Colombo.

<sup>70</sup>As três matérias com o enquadramento “corrida de cavalos” que foram retiradas da análise atribuíam três valências positivas para Angela Amim, três valências negativas para Ideli Salvatti e para Raimundo Colombo duas valências ambivalentes e uma positiva.

**Tabela 4 - Valência das matérias - sem as matérias com o enquadramento “corrida de cavalos” (Agosto/2010)**

	<b>Positiva</b>	<b>Negativa</b>	<b>Neutra</b>	<b>Ambivalente</b>	<b>Total</b>
<b>Angela Amin</b>	6 (20,68%)	1 (3,44%)	21 (72,41%)	1 (3,44%)	29 (100%)
<b>Ideli Salvatti</b>	6 (20,00%)	1 (3,33%)	23 (76,66%)	--- (0,0%)	30 (100%)
<b>Raimundo Colombo</b>	8 (23,52%)	3 (8,82%)	21 (61,76%)	2 (5,88%)	34 (100%)

Fonte: A autora.

Segundo os dados anteriores (que continham as matérias com enquadramento “corrida de cavalos”), Colombo e Angela possuíam o mesmo número de matérias com valência positiva para eles. No entanto, os dados atuais (Tabela 4) apontam que o candidato passou a ter o maior número de matérias com a valência positiva. Por outro lado, Colombo também possui o maior número de matérias negativas – três matérias, enquanto as outras duas candidatas possuem (cada uma) apenas uma matéria negativa. Não havendo a influência das matérias que mais atribuíam a matéria negativa à Ideli, é perceptível a homogeneidade que a candidata possui em relação com a cobertura que foi dada a Angela Amin.

A valência complementa a relação com o espaço ocupado pelos candidatos e indica quantas vezes cada candidato aparece na cobertura do jornal. Um exemplo dessas matérias é “Declaração de Bens – Lei permite peças de ficção” (publicada em 07/08/2010), que traz Angela Amin e Raimundo Colombo de uma forma negativa e a candidata Ideli Salvatti de uma forma positiva. Raimundo e Angela possuem uma imagem negativa pelo fato de a matéria enfatizar que a declaração de bens dos dois candidatos não corresponde ao valor real dos imóveis. Enquanto Ideli, mesmo tendo um espaço menor na matéria, não é depreciada por sua declaração, porque ela foi a única que declarou os bens conforme o real valor de mercado.

Além da quantidade de matérias por valência é importante ver a relação da área ocupada em relação às valências, para dessa maneira

verificar se os candidatos tiveram o mesmo espaço e a mesma valência. No que diz respeito a todas as matérias veiculadas no mês de agosto de 2010 sobre os três principais candidatos ao governo de Santa Catarina, nota-se que há uma homogeneidade quanto ao espaço ocupado em relação à valência neutra. Contudo, a área ocupada para cada candidato nas demais valências (positiva, negativa e ambivalente) apresenta uma disparidade maior.

**Tabela 5 - Área ocupada (cm<sup>2</sup>) pelos candidatos conforme a valência das matérias de cada um (Agosto/2010)**

	<b>Positiva (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Negativa (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Neutra (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Ambivalente (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Total de matérias</b>
<b>Angela Amin</b>	5383,75	825	11391	858	32
<b>Ideli Salvatti</b>	3488,75	3172	11809	---	33
<b>Raimundo Colombo</b>	5819,75	923,5	10825,5	1936	37

Fonte: A autora.

No total de matérias, Angela e Colombo possuem o mesmo número de matérias com a valência positiva (nove para cada um); no entanto, Colombo possui uma área de espaço positivo um pouco maior do que a de Angela (cerca de 500cm<sup>2</sup>, o que representa 9% sobre a área das matérias referentes à candidata). A grande diferença é entre Ideli e os outros dois candidatos. A candidata petista possui a menor área de valências positivas e a maior área com valências negativas - a última é maior que o dobro da área de cada um dos outros candidatos. Os saldos positivos (diferença entre a área das matérias com valência positiva e a área das matérias com valência negativa) são parecidos para Colombo e Angela (o saldo respectivo é de 4896,25cm<sup>2</sup> para Colombo e 4558,75 cm<sup>2</sup> para Angela). A candidata petista apenas possui 316,75cm<sup>2</sup> de saldo de área positiva.

Retirando-se as matérias com o enquadramento “corrida de cavalos”, a distribuição das áreas pelas valências é mais homogênea para cada um dos candidatos. Essa “igualdade” é visível principalmente

na área ocupada com valência negativa. Os três candidatos apresentaram uma pequena diferença em relação à área negativa - de menos de 100cm<sup>2</sup> entre os dois que possuem a maior e a menor área.

**Tabela 6 - Área ocupada (cm<sup>2</sup>) pelos candidatos conforme a valência das matérias de cada um - sem as matérias com o enquadramento “corrida de cavalos” - (Agosto/2010)**

	<b>Positiva (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Negativa (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Neutra (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Ambivalente (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>Total de matérias</b>
<b>Angela Amin</b>	3069,75	825	11391	858	29
<b>Ideli Salvatti</b>	3488,75	858	11809	---	30
<b>Raimundo Colombo</b>	4103,75	923,5	10825,5	1338	34

Fonte: A autora.

As áreas com valências positivas e ambivalentes são as que mais apresentam disparidade entre os candidatos. Raimundo Colombo apresenta a maior área em matérias com valência ambivalente (aquela em que ao mesmo tempo sua imagem é colocada de uma forma negativa e positiva), enquanto Angela Amin apresenta uma área ambivalente de 858cm<sup>2</sup> (cerca de 400cm<sup>2</sup> menor do que a de Colombo), e Ideli Salvatti não possui área para esse tipo de valência. A área positiva dos candidatos apresenta uma diferença maior entre Colombo e as outras duas candidatas: o candidato apresenta cerca de 33% a mais do que a candidata com a menor área de valência positiva (Angela) e 18% a mais em relação à outra candidata (Ideli). Ideli, por sua vez, apresenta uma área com valência positiva que é cerca de 14% maior do que a de Angela Amin.

As áreas com valência negativa dos três candidatos não apresentam muita diferença entre si; a diferença não chega a 10% entre Ideli e Colombo (maior e menor área, respectivamente). Em relação ao saldo das áreas (diferença entre positiva e negativa), Colombo continua com o maior saldo de área (3180,25cm<sup>2</sup>). Diferentemente da contagem com as matérias “corrida de cavalos” (Tabela 5), Angela Amin apresenta o menor saldo de área positiva (2244,75cm<sup>2</sup>) e na comparação está mais próxima do saldo de Ideli (2630,75cm<sup>2</sup>) do que de Colombo.

Dessa forma, a candidata petista apresenta 17% a mais de “saldo positivo” do que Angela, enquanto Colombo apresenta 42% a mais de saldo favorável do que Angela e 21% a mais do que Ideli Salvatti.

Em relação ao total de matérias, Raimundo Colombo apresenta cerca de 15% a mais do que Ideli Salvatti (uma diferença de quatro notícias) e 12% a mais do que Angela Amin (três matérias), e a candidata petista apresenta 3% a mais que Angela (apenas uma matéria de diferença). Através de uma visão geral dos dados expostos, pode-se dizer que o candidato Raimundo Colombo apresentou uma maior visibilidade em comparação às outras duas candidatas, devido ao fato de possuir um maior número de matérias em que seu nome foi citado e, conseqüentemente, um maior espaço (em cm<sup>2</sup>) no Diário Catarinense. Apesar de haver diferença entre o candidato e as demais candidatas, essa diferença não foi grande. Quanto à área ocupada, Colombo teve 5,37% a mais do que Angela Amin, e em relação a Ideli Salvatti, apresentou um valor superior a 5,31%.

Levando-se em conta o saldo total das valências das matérias, Angela teve o maior saldo: oito (diferença entre número de matérias favoráveis e desfavoráveis), enquanto Colombo apresentou seis e Ideli apenas duas. Portanto, Angela apresenta certa vantagem sobre Colombo e Ideli. Na análise que não leva em consideração as notícias com o enquadramento “corrida de cavalos” – ou seja, a análise que não possui interferência de matérias que atribuem valências aos candidatos conforme a posição deles nas pesquisas – o saldo das matérias de todos os candidatos é igual (cinco matérias para cada um). Assim, a partir desse último dado - que resulta da análise de valências das matérias quando se desconsidera aquelas quase obrigatórias, em que o jornal teria pouca margem para “atribuir” determinadas valências aos principais concorrentes ao cargo de governador de Santa Catarina (já que as valências seriam basicamente determinadas pela posição dos candidatos nas pesquisas eleitorais) - não parece possível visualizar um viés explícito a favor ou contra um dos candidatos na cobertura eleitoral dos três candidatos no Diário Catarinense. Trata-se apenas de um dos indicadores a serem levados em conta, mas é significativo.

Na relação entre área e valência no total de matérias, Raimundo Colombo apresenta um saldo favorável 7% a mais que Angela Amin e 15 vezes a mais do que Ideli Salvatti. Ressalta-se que Ideli possui um número bem menor em comparação aos outros dois candidatos. No entanto, quando se retiram as matérias com enquadramento “corrida de cavalos”, a diferença é maior entre Angela e Colombo (o qual possui um maior saldo favorável de área), e Ideli possui a segunda maior área

favorável. Levando-se em conta a área favorável, Colombo possui certa vantagem em relação às duas candidatas.

Contudo, não se pode afirmar que o impresso tenha atribuído uma maior visibilidade para um ou outro candidato, porque existem inúmeras variantes que podem interferir no aspecto da “neutralidade” do impresso frente à cobertura eleitoral. Evidencia-se que não há uma neutralidade totalmente homogênea entre os candidatos na cobertura do Diário Catarinense.

Ressalta-se que a diferença de “saldos” entre os candidatos, nas áreas das matérias – mesmo sem as matérias com enquadramento “corrida de cavalos” – se deve à diferença de área das matérias, já que todos os candidatos possuem o mesmo saldo favorável em número de matérias. Por isso matérias positivas e com uma grande área atribuem uma maior visibilidade a determinado candidato. Além disso, o lugar dentro do jornal em que essa matéria está inserida também atribui uma maior ou menor visibilidade. É válido colocar que em pesquisas futuras será importante, além da verificação dessas três variáveis (as quais atribuem um maior ou menor grau de visibilidade), que sejam inseridas variáveis acerca da quantidade de vezes em que o candidato é citado em cada uma dessas matérias. Dessa forma, seria possível produzir “medidas” que aproximassem mais de um potencial impacto da matéria na avaliação que os eleitores fazem dos candidatos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabemos que o processo de produção noticiosa é complexo, envolvendo múltiplos fatores e agentes sociais. A análise realizada procurou destacar alguns aspectos específicos e situações-chave que, de alguma forma, estão relacionados ao objetivo central do trabalho – verificar as influências do campo político na produção da notícia e as influências internas do próprio campo jornalístico.

O presente trabalho trouxe uma perspectiva pouco usual nos estudos sobre mídia e política feitos no Brasil. A principal especificidade é a análise da relação entre jornalismo e política no processo de produção da notícia, e não somente no produto final. O contraste entre o processo de produção e o conteúdo final da notícia permitiu, de certa forma, verificar em que medida as intenções de certos atores – políticos, assessorias políticas –, ao buscar influenciar o trabalho do jornal, acabaram se concretizando (ou não) em matérias que efetivamente atendiam a seus objetivos. Da mesma forma, o acompanhamento da rotina do jornal permitiu avaliar a influência de certos aspectos dessa rotina sobre o conteúdo final das matérias. A análise comparativa entre dois períodos distintos – não eleitoral (outubro de 2009) e pré-eleitoral (agosto de 2010) – permite apresentar uma visão mais ampla sobre a produção de matérias informativas da Editoria de Política (EP) no Diário Catarinense.

Um primeiro aspecto relevante na comparação entre os dois períodos é a reformulação do trabalho jornalístico durante a campanha eleitoral. A Editoria de Política no período não eleitoral era uma editoria que tinha que disputar mais diretamente um espaço a mais (no caso, as duas a três páginas referentes à “reportagem especial”) com as demais editorias do jornal. Próximo ao início da campanha eleitoral o impresso atribuiu uma maior importância à Editoria de Política; essa importância reflete-se no aumento de páginas que é destinado à editoria. Com um maior espaço para publicação é recorrente o aumento de trabalho para os repórteres e editores da EP. Esse aumento requer mais integrantes na equipe, por isso uma repórter e um editor de outra editoria ficam responsáveis por algumas reportagens e uma coluna. Essas mudanças são uma demonstração clara da influência do campo político sobre o campo jornalístico, na medida em que mudanças no contexto político levam a alterações significativas na própria estrutura do trabalho jornalístico, no âmbito do jornal estudado.

No que diz respeito às tentativas de atores do campo político (políticos, assessores) de influenciar o trabalho jornalístico, a situação é complexa e variada. A relação jornalista-fonte é caracterizada por uma busca de realização de interesses mútuos – o jornalista busca a informação e a fonte busca ganhar visibilidade, ou que sua informação seja repassada à sociedade. O “Caso IPUF” é um exemplo claro dessa simbiose entre atores do campo político e o jornal. A relação envolve certo grau de confiança, mas não total. No momento em que o repórter busca determinada fonte, ele tem uma avaliação sobre o grau de credibilidade da informação que ela apresentará. Se achar que é necessário, irá fazer um processo de checagem, entrevistando outras fontes. De outro lado, a confiança que a fonte possui no jornalista é variada. Em casos específicos percebe-se que a fonte tem confiança de que o jornalista não revelará sua identidade, quando ela dá a informação pedindo esse sigilo; ou confia que o jornalista não distorcerá as informações. Mas, essa confiança também não é sem reservas.

Diante de situações em que existe uma tentativa de interferência maior do campo político (e aqui também se insere o período pré-eleitoral), há resultados também variados. O “caso Jorginho Melo” é ilustrativo disso. Durante o período não eleitoral as matérias sobre Jorginho Mello destacaram-se das outras, devido às tentativas constantes do deputado e de sua assessoria de influenciar a cobertura. O deputado, que havia assumido o governo do Estado provisoriamente, utilizou o período em que esteve como governador para tentar ganhar visibilidade nos meios de comunicação. Durante o período de análise essa foi a tentativa mais enfática, por parte de atores do campo político, de uma inserção do campo jornalístico, ou seja, de conseguir certa visibilidade midiática. Os resultados dessa ação não podem ser avaliados como se tivessem fracassado, mas não tiveram o sucesso provavelmente esperado pelo governador em exercício e sua assessoria, para quem o fato de o deputado estar ocupando o cargo de governador colocava certa “obrigação”, por parte do jornal, de cobrir suas atividades. Os critérios de noticiabilidade relacionados ao “poder de elite” e “relevância” induziam à cobertura. Jorginho Melo e sua assessoria “produziam eventos” para chamar a atenção da mídia, aproveitando-se dessa situação. Como se viu, parte das matérias acabou apresentando uma valência positiva para o governador em exercício, ao cobrir suas atividades, ou mesmo no episódio em que se acidentou, valorizando sua religiosidade. Mas, é importante destacar também uma estratégia, por parte do DC, de “fechamento do campo jornalístico”, de forma a simplesmente não avalizar as expectativas do político em pauta. Ações

como não ir à “real coletiva” de Jorginho Mello, o enfoque predominantemente negativo, em determinado momento, em relação à tentativa do candidato de utilizar o cargo para ganhar notoriedade, entre outras, revelam esse tipo de estratégia.

Outro aspecto importante está relacionado ao tema da neutralidade do jornal. Ela é, segundo o discurso do jornal e dos jornalistas, uma das características que sempre está presente nos textos do impresso analisado, e no período pré-eleitoral o Diário Catarinense orgulha-se por fazer um jornalismo imparcial em relação à disputa eleitoral. Segundo um editorial do jornal<sup>71</sup>, o compromisso do diário é fazer uma cobertura eleitoral centrada no equilíbrio. Para isso, o periódico deixa explícito que não possui nenhum vínculo político, elabora a sua cobertura conforme a representatividade de cada um dos candidatos (principalmente em relação aos candidatos com pouca representatividade), não deixa que nenhum político arque com despesas dos jornalistas para a elaboração das reportagens, atribui o mesmo espaço para os candidatos, entre outras coisas.

Durante o processo de produção da notícia a objetividade na cobertura eleitoral foi muito ressaltada. A equipe da Editoria de Política a buscava, através da atribuição igual de espaço, quantidade e tipo de fotos (se elas traziam uma imagem positiva ou negativa dos candidatos), mesmas perguntas (no caso das séries de entrevistas). Pode-se perceber que o apelo explicitado pelo jornal, da busca pela imparcialidade, é ainda mais acentuado no período pré-eleitoral. Essa busca era evidenciada a todo momento pelos editores da EP do impresso pesquisado, através de um “automonitoramento”, para não atribuir uma maior ou menor visibilidade, ou deixar de lado um candidato em uma matéria que deveria trazer a fala de todos ou, principalmente, dos três principais candidatos ao governo de Santa Catarina. E, de certa forma, não só na cobertura eleitoral a objetividade e a neutralidade são usadas como recursos no “fechamento do campo jornalístico” diante das tentativas de influência do campo político.

A cobertura do Diário Catarinense no período pré-eleitoral (agosto de 2010) trouxe algumas matérias com uma proposta “mais leve” (provavelmente por haver uma avaliação de que isso atrai mais a atenção do leitor), porém o espaço cedido a esse tipo de matéria poderia ter sido utilizado para trazer assuntos mais relevantes para os (e)leitores. Os meios de comunicação possuem a função de pautar assuntos para que sejam inseridos na agenda pública, fomentando assim um debate da

---

<sup>71</sup> Texto reproduzido no ANEXO II.

sociedade em geral sobre assuntos de certa importância para a mesma. Por esse motivo os assuntos que são pautados pelos jornais adquirem certa visibilidade e importância na agenda pública. Dessa maneira, quando o impresso deixa de pautar assuntos mais polêmicos a respeito das propostas dos candidatos e dos problemas da administração do governo de Santa Catarina, ele não atribui visibilidade a eles, o que leva a um menor destaque de determinados assuntos na esfera pública. Nesse caso, não é enfocada para a sociedade (principalmente para os eleitores) a atenção para uma discussão sobre as falhas na administração do governo do estado e as propostas dos candidatos em relação a isso – debate imprescindível para uma decisão dos eleitores.

Nesse sentido, o jornal poderia ter feito críticas às falhas da gestão do estado em inúmeros aspectos, como, por exemplo, a questão dos desastres naturais, turismo, educação e outras – que não foram abordados pelo periódico nesse período de análise. Ou seja, o jornal poderia trazer assuntos de interesse do público para fomentar o debate entre os candidatos para que os eleitores conhecessem suas propostas em relação a esses assuntos. Uma hipótese para essa falta de criticidade na cobertura eleitoral do Diário Catarinense é que a preocupação em apresentar uma cobertura objetiva e neutra (que se concretiza através da atribuição de mesma área, mesmo número de fotos, igualdade nas perguntas etc.) acaba por reduzir a apresentação de matérias que possam ser vistas como críticas apenas em relação a um dos candidatos. No entanto, a preocupação do impresso com a neutralidade e a objetividade desvia a atenção para a produção de matérias críticas a respeito dos problemas de cunho político e administrativo no estado, perdendo assim uma das principais características do jornalismo: a criticidade. Essa falta de criticidade não aparece tão nítida durante o período não eleitoral; exemplo disso é o episódio em que Jorginho Mello tentou alcançar grande visibilidade. O fato de não haver uma campanha eleitoral em andamento permite ao jornal apresentar uma visão mais crítica em relação a determinados eventos ou intenções de atores políticos, já que não há uma preocupação excessiva em parecer isento.

Outra hipótese para explicar a limitada presença de enfoques críticos à situação em determinadas áreas (ou às políticas públicas nessas áreas) é a de que o jornal poderia ter algum interesse no favorecimento de Raimundo Colombo, já que a ausência de críticas ao governo anterior (o qual apoiava o candidato) favoreceriam a imagem desse candidato. Porém, não se pode comprovar tal hipótese pelo fato de não haver dados palpáveis que provem a intenção do favorecimento do candidato por parte do Diário Catarinense.

A partir do pequeno estudo quantitativo sobre a cobertura do impresso a respeito dos três principais candidatos ao cargo de governador, no período pré-eleitoral, percebe-se que em relação ao saldo número de matérias favoráveis aos políticos há uma igualdade de números, quando são desprezadas as matérias com enquadramento “corrida de cavalos”. Ou seja, aquelas matérias em que a posição das pesquisas atribui uma valência positiva ao candidato que está vencendo e negativa aos que estão atrás, demonstrando assim uma imparcialidade do impresso perante esse dado. No entanto, quando se observa o “saldo” das áreas favoráveis (em cm<sup>2</sup>) – sem as matérias “corrida de cavalos” – Colombo apresenta uma vantagem sobre a quantidade de cm<sup>2</sup> favoráveis sobre Angela e Ideli. Quando se analisa o total das matérias (ou seja, incluindo aquelas com enquadramento “corrida de cavalos”), Ideli Salvatti apresenta uma grande desvantagem entre o saldo da área total, enquanto Angela Amin e Raimundo Colombo apresentam uma proximidade no saldo de área favorável, mostrando certa “igualdade” na cobertura entre os dois candidatos. Há certa vantagem na cobertura para Colombo e uma desvantagem para Ideli, porém não se pode afirmar que houve intencionalidade nessa diferença de cobertura entre os candidatos por parte do Diário Catarinense, até porque parte dessas diferenças se deve à situação em que os candidatos se encontravam na disputa eleitoral.

Com base nas três técnicas utilizadas pode-se dizer que a hipótese do trabalho foi, em certa medida, corroborada. As influências do campo político sobre o campo jornalístico acontecem, contudo elas não parecem tão importantes quanto o fato de o campo jornalístico reforçar suas regras internas (regras que também são decorrentes do tipo de empresa noticiosa onde se insere a análise) e elas agirem mais diretamente na produção da notícia. Fora do período eleitoral, foi possível verificar que a preocupação em realizar uma cobertura “objetiva” e “crítica” permitiu em certa medida neutralizar as intenções de atores políticos importantes, que desejavam que seus pontos de vista sobre determinados eventos prevalecessem na cobertura do jornal. No período eleitoral, a busca pela “neutralidade” por parte do Diário Catarinense tem em boa medida a função de reforçar as suas regras internas. A busca de uma cobertura eleitoral imparcial é materializada através de uma tentativa de estabelecer igualdade em espaços e perguntas. Embora tenham sido observadas algumas diferenças na cobertura dos três principais candidatos, na eleição para governador em 2010, não é possível afirmar que essas diferenças sejam frutos de algum viés intencional por parte do jornal.

Ao mesmo tempo, as regras e valores internos (como é o caso da objetividade) atuam como mecanismos no reforço das divisas entre o campo jornalístico e o campo político, criando assim um autorreforço do campo jornalístico, através do “fechamento do campo jornalístico”. Portanto, os resultados da pesquisa apontam no sentido de que existem, sim, influências externas ao campo jornalístico, e dentre elas se faz presente o campo político (os interesses de agentes desse campo), mas as regras internas do campo jornalístico parecem ter tido mais relevância na produção das notícias no Diário Catarinense, no período pesquisado.

Apesar da utilização de três técnicas de pesquisa diferentes, a pesquisa apresenta limitações. O fenômeno da interferência do campo político sobre o campo jornalístico foi observado somente pela visão do último. Diante disso, como uma complementação, uma pesquisa poderia ser feita analisando de que forma o campo político interfere na produção jornalística através de uma ótica das estratégias em que os agentes do campo político buscam ganhar visibilidade ou influenciar o trabalho noticioso.

Além disso, a complexidade das relações existentes entre o campo jornalístico e o campo político não pode ser totalmente descrita ou compreendida somente a partir de um estudo. O processo de observação direta também é de certa forma falho; apesar de a observação permitir a verificação de diversos aspectos da produção das notícias, não é possível ter acesso a todos os acontecimentos e relações entre os editores, jornalistas e fontes. Apesar de todas as limitações do presente trabalho, espera-se que ele possa fomentar o debate acadêmico e trazer à tona questionamentos sobre a inter-relação dos campos político e jornalístico.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, I. **Eleições presidenciais de 2002: partidos, elites e a perspectiva de mudança**. Tese de doutorado. Programa de Pós Graduação em Sociologia Política – UFSC. Florianópolis: UFSC, 2006.

ALDÉ, A.; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. **Política & Sociedade**, vol. 6, n°10. Florianópolis: UFSC, 2007.

AZEVEDO, F. A. Agendamento da Política. In: RUBIM, Antonio Canela (Org.). **Comunicação e Política. Conceitos e Abordagens**. São Paulo: Unesp, 2004. p. 41-71.

BARRETO, E. Jornalismo e política: a construção do poder. **Revista estudos em Jornalismo e Mídia**, vol. III, N° 1, p.11-22, 1° semestre de 2006.

BARROS FILHO, C. de; MARTINO, L. M. S. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 20. ed. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2001.

BEZERRA, H. D. **Adversarismo e lugares narrativos**: proposta de um modelo analítico. 2005. Versão on line: [www.iuperj.com.br](http://www.iuperj.com.br)

BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. Orgulho e preconceito: a objetividade como mediadora entre o jornalismo e seu público. Trabalho apresentado no **34° Encontro anual da ANPOCS**. Caxambu: 2010.

BORGES, S. Agendamento. In: CORREIA, J.C.; FERREIRA, G.B.; ESPÍRITO SANTO, P. do (Orgs). **Conceitos de Comunicação Política**. Covilhã: Livros LabCom, 2010. p.137-144. Versão on line: [www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt)

BOURDIEU, P. A causa da ciência. Como a história social das ciências sociais pode servir ao progresso. **Política & Sociedade**, vol. 1, n°1. Florianópolis: UFSC, 2002.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009a.

BOURDIEU, P. **Algumas propriedades dos campos**, pp. 1-7. Versão em PDF extraída de *Questões de sociologia*, pp. 89-94. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 10. ed. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasi, 2007.

BOURDIEU, P. **O senso prático**. Petrópolis: Vozes, 2009b.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.191. Instrução nº 131 – Classe 19 – Brasília – Distrito Federal. Dispõe sobre a propaganda eleitoral e as condutas vedadas em campanha eleitoral (Eleições 2010). 2010. Relator: Ministro Arnaldo Versiani. Disponível em: [http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/normas\\_2010/arquivos/Original/23191.pdf](http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/normas_2010/arquivos/Original/23191.pdf). Acesso em: 27 out. 2010.

CAMPOS, L. A.; JÚNIOR, J. F.; DAFLON, V. T. Administrando o espaço de debate: O Globo e a controvérsia em torno das cotas raciais. Texto apresentado no **34º Encontro Anual da ANPOCS**, 2010.

CERVI, E. U. (Org.); ROSSO, A. L. D. (Org.); LEMES, A. M. (Org.); MENDES, A. P. (Org.); Xavier, C. (Org.); QUADROS, D. G. de (Org.); VIEIRA, J. F. (Org.); CANCIAN, N. (Org.); FERREIRA, R. R. (Org.); Gadini, S. L. (Org.); BARROS, S. A. M. (Org.). **Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais**. Ponta Grossa: TodaPalavra, 2010. v. 1. 200 p.

CRUZ, D. M. **Televisão e negócio. A RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: Ed. UFSC, 1996.

COLLING, L. O “estado da arte” dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política do **XVI Encontro da Compós**, na UTP, em junho de 2007. Disponível em: <http://www.faculdaadesocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/11/02.pdf>

FERREIRA, J. Mídia, jornalismo e sociedade: a herança normalizada de Bourdieu. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis: vol. II n.1 – 1º semestre de 2005.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GIRARDI JR., L. Pierre **Bourdieu**: questões de sociologia e comunicação. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

GOLEMBIEWSKI, C. **Comunicação e Pós-Modernidade no Jornal Nacional e RBS notícias: uma abordagem compreensiva**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre 2006.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HARCUP, T. and O'NEILL, D. What is news? Galtung and Ruge revisited. **Journalism Studies**, vol. 2, number 2, 2001.

HERMANO, R. T. C. **Pierre Bourdieu**: a teoria na prática. RAP. Rio de Janeiro, p. 27-55, jan/fev de 2006.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Org). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MAIA, R. C. M. Deliberação e Mídia. In: MAIA, R. C. M. (Cordenadora). **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTELETO, R. M.; SILVA, A. B. de O. e. **Redes e capital social**: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. Ci inf, vol. 33 n° 3. Brasília: setembro/dezembro 2004, p.41-49.

MARTINO, L. M. S. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2005.

MIGUEL, L. F. Mídia e opinião pública. In: AVELAR, L.; CINTRA, A. O. (Org.). **Sistema político brasileiro**: uma introdução. São Paulo/Rio de Janeiro: Editora Unesp/Fundação Konrad Adenauer, 2004. p. 331-341.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. Lua Nova. **Revista de Cultura Política**, São Paulo, v. 56 p. 155-184, 2002a.

MIGUEL, L. F. **Política e mídia no Brasil**. Brasília: Plano Editora, 2002b.

MIGUEL, L. F. REPRESENTAÇÃO POLÍTICA EM 3D – Elementos para uma teoria ampliada da representação política. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.18, n.51. São Paulo, fev. 2003.

MIQUEL, R. A. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MORETZSOHN, S. “Profissionalismo” e “objetividade”: o jornalismo na contramão da política. **9ª Reunião Anual da Compós**, Porto Alegre, maio/junho 2000. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/moretzsohn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.pdf>

NEVEU, E. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

ORTIZ, R. (Org.). **Pierre Bourdieu**. Coleção Grandes Cientistas Sociais, n.39. São Paulo: Ática, 1983.

PAULO, Folha de S. **Manual de redação**. São Paulo: PubliFolha, 2007.

PEREIRA JUNIOR, A. E. V. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. C. (Org.). **Comunicação e Política. Conceitos e Abordagens**. São Paulo: Unesp, p.75-104 2004.

QUIVY, R., CAMPENHOUDT, L. **Manual de investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva, 1998.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social – métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2010.

ROSSO, A. L. D. A política na primeira página: um estudo sobre as capas do impresso Gazeta do Povo no período eleitoral e não-eleitoral. In: **INTERCOM - XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, CURITIBA, 2009.

RUBIM, A. A. C. e AZEVEDO, F. A. Mídia e política no Brasil: Estudos e perspectivas. Apresentado no IV Congresso Latinoamericano de Ciências de la Comunicación, 1998. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>.

RUBIM, A. A. C. **Eleições e (Idade) Mídia**. In: DE BARROS, C. (Org). **Comunicação na pólis: ensaios sobre mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SCHIFINO, A. P. A. **Comunicação e poder: uma leitura semiológica na campanha institucional RBS “O amor é a melhor herança Cuide das crianças”**. Dissertação. (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2009.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Tradução de Denise Jardim Duarte: Petrópolis: Vozes, 2010.

SILVA, M. P. da. Como os acontecimentos se tornam notícia uma revisão do conceito de noticiabilidade a partir das contribuições discursivas. **Revista estudos em jornalismo e mídia**, vol. VII, N° 1, p.173-184, 1° semestre de 2010.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUZA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

SOUZA, J. P. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUSA, J. P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são** Vol. 1, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, a tribo jornalística** – uma comunidade interpretativa transnacional. Vol. 2, Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, G. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (Org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993a.

TUCHMAN, G. Contado “estórias”. In: TRAQUINA, N. (Org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993b.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidade**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1983.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 9. ed. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 2006.

WOLTON, D. **Pensar a comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghimi. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

VALENTE, C. A imprensa na Grande Florianópolis. In: BALDESSAR, M. J. e CHRISTOFOLETTI, R. (orgs.). **Jornalismo em perspectiva**. Florianópolis: Editora da UFSC, p.71-84, 2005.

VANDENBERGUE, F. Construção e crítica na nova sociologia francesa. **Sociedade e Estado**, Brasília, v.21, n. 2, p. 315-366, maio/agosto de 2006.

**Matérias do Diário Catarinense:**

DIÁRIO CATARINENSE. Alta complexidade: como dar saúde ao doente mais grave. Diário Catarinense. Florianópolis, p.6-7, 15 de ago. de 2010.

DIÁRIO CATARINENSE. Balanço – Prestação de contas descentralizada. Diário Catarinense. Florianópolis, p.14-15, 11 de out. de 2009.

DIÁRIO CATARINENSE. Caso IPUF – Entre os emails e a agenda. Diário Catarinense. Florianópolis, p.8, 4 de ago. de 2010.

DIÁRIO CATARINENSE. Cultura em SC – Como investir o dinheiro público. Diário Catarinense. Florianópolis, p.4-5, 23 de ago. de 2010.

DIÁRIO CATARINENSE. Declaração de bens. Diário Catarinense. Florianópolis, p.10, 07 de ago. de 2010.

DIÁRIO CATARINENSE. Interino com uma agenda de candidato. Diário Catarinense. Florianópolis, p.6, 12 de out. de 2009.

DIÁRIO CATARINENSE. Um perfil diferente – Ela cultiva simplicidade. Diário Catarinense. Florianópolis, p.4-5, 18 de out. de 2010.

**APÊNDICES**

## APÊNDICE I – ENTREVISTA COM OS EDITORES DA EDITORIA DE POLÍTICA

Entrevista realizada em 01/09/2010 com o editor Fábio Gadotti e o subeditor Celso Bevilacqua, da Editoria de Política do Diário Catarinense.

**- Qual o motivo da decisão de colocar mais os três candidatos principais (tanto para governador quanto para presidente) e deixar os demais em segundo plano?**

**Fábio:** Primeiro, porque eles são pessoas mais conhecidas, são de partidos mais estruturados, têm representação no Congresso, e sob o ponto de vista legal estamos amparados para fazer isso. E é uma decisão mais para organizar a cobertura, para podermos falar mais sobre as propostas, ter mais espaço para dar mais detalhes das propostas de cada candidato. Na série Vida Real, que nós produzimos, todos os candidatos possuem o mesmo espaço.

**Celso:** Um candidato que simplesmente não responde. O contato é feito de forma igual, mas ele não responde. O espaço está ali para ele.

**- Na visão de vocês, qual a principal diferença no trato da informação desses três candidatos para os demais?**

**Fábio:** Nenhuma. Por exemplo, se formos fazer uma matéria específica sobre os candidatos de partidos menores, temos que dar o mesmo espaço para eles. Quanto ao trato da informação temos os mesmos cuidados, as mesmas precauções que temos em outras matérias.

**- Há algum planejamento que visa a uma divisão de espaço/visibilidade de cada candidato?**

**Fábio:** De modo geral? Sim, claro.

**- Por exemplo: hoje vamos dar Heloísa, Serra e Dilma, para ficar equilibrado.**

**Fábio:** Quanto aos candidatos ao governo do Estado, por exemplo, temos adotado a prática de atribuir o mesmo espaço para eles, tanto no material factual (do dia-a-dia) quanto no material especial. Um dos

critérios, por exemplo, é sempre apresentá-los por ordem alfabética. Nas séries foi feito isso, apresentamos por ordem alfabética, demos o mesmo espaço para todos. Na série Vida Real, as respostas dos candidatos possuem o mesmo tamanho, há sempre essa preocupação. Para presidente isso também acontece.

**- Você acha que de todas as matérias saem sempre iguais (no quesito homogeneidade entre os candidatos)?**

**Fábio:** Nenhum deles tem como alegar que um está saindo mais, ou saindo menos, no jornal.

**Celso:** Nós temos preocupação até com o tamanho da foto, com a área da matéria, sempre buscamos equilíbrio para evitar favorecimento de A ou B.

**- Há uma preocupação com a imparcialidade no sentido de equilíbrio de matérias positivas e negativas?**

**Fábio:** Isso depende muito do andamento da campanha. As séries, por exemplo, têm o mesmo tom para todas as matérias. É principalmente na cobertura que podemos planejar que existe essa preocupação com a imparcialidade, com o equilíbrio dos dois tipos de matérias. Na cobertura do dia-a-dia nos deparamos com fatos que não podemos controlar: uma denúncia aqui, um escândalo ali, depende muito do que vai acontecer. É lógico que pode acontecer uma denúncia que tem fundamento, tem informações, tem matéria para ser publicada e é um serviço para a população, mas mesmo assim sempre buscamos um equilíbrio. Porém, isso acontece com mais ênfase nas matérias planejadas.

**- A busca pela neutralidade é de fato conquistada?**

**Fábio:** Em minha opinião ela é, sim, conquistada. Mesmo sendo o jornalismo dependente de muitas variáveis, pessoas envolvidas no processo (repórter, editor, diagramação), várias influências, acho que conseguimos atingir de uma forma satisfatória essa “neutralidade”. No entanto, ela nunca é 100%. Mas, a meu ver, conseguimos levar para o leitor um material bem acabado, que procura mostrar com a maior fidelidade possível o que o candidato está apresentando. Qual é o principal objetivo do trabalho jornalístico? É dar o maior número de informações possíveis para o leitor poder decidir melhor. Acho que

cumprimos esse papel, esse objetivo, sem ter a pretensão de que somos os donos da verdade, de que fazemos 100%.

**Celso:** Sabe quando achamos que estamos no caminho certo? Quando todas as assessorias começam a reclamar que um deu mais espaço para o outro, estamos em um caminho equilibrado. Já se só um lado reclamasse, teria algo errado.

**Fábio:** Quando falei neutralidade entre aspas, não estava me referindo às questões de gosto pessoal, particulares. Na hora do trabalho essas questões pessoais (como apoiar determinado candidato, ou outro) são deixadas de lado, são esquecidas mesmo. Essa neutralidade, que é muito discutida no meio acadêmico, não existe em nenhuma profissão. Até um juiz, quando vai decidir, por mais distanciado que esteja, vai ter uma preferência pessoal, aprendida pela sua vivência, pelo que realizou, pela sua formação. Mas essas questões não atrapalham, não comprometem o trabalho.

**- Existem algumas matérias de praxe que sempre são feitas no período eleitoral?**

**Fábio:** Se existe um pacote de matérias que sempre fazemos? Sim, apesar da busca de fazermos coisas novas e diferentes, existem, sim, matérias que acabamos fazendo, como a “Um dia com o candidato” e “O dia da eleição de cada candidato”, pois continuam sendo pertinentes.

**- Por que a decisão de dar maior visibilidade aos candidatos na versão *on line* do que na impressa?**

**Fábio:** Na maioria das vezes isso não acontece, apesar de se ter, cada vez mais, uma preocupação com o uso da versão *on line*. Nesse caso específico, foi uma série de entrevistas que teve um espaço menor no impresso e foi remetida para o *on line*, para que o leitor que tivesse interesse pudesse fazer, no site, a leitura na íntegra das entrevistas.

**- Na sua opinião, o que a versão *on line* do DC mudou no trabalho diário de vocês?**

**Fábio:** Agora estamos sentindo que está começando a mudar, estamos começando a pensar nas matérias para fazer uma parceria das mesmas e colocá-las também no *on line*. Isso interfere na questão do tempo, as matérias devem ser elaboradas de uma forma mais rápida. Algumas

matérias que vão ficar muito velhas são colocadas somente na versão *on line* para o leitor já ter acesso a essas informações.

**Celso:** Desde a época da informatização da mídia impressa sempre se busca passar o máximo de informação possível para o leitor. Hoje existem outras mídias, a internet é auxiliar/complementar, ou o impresso é complementar/auxiliar a ela. O importante é que alguém leia a informação que estamos produzindo, a forma que será vinculada é que muda. Em minha opinião, não vai deixar de existir nem um nem outro veículo. Cada um deles terá seu nicho. E nós temos que nos adaptar para podermos sobreviver nesse mercado.

**- Como é feita a preparação da cobertura de eventos especiais como, por exemplo, a vinda dos candidatos presidenciais? Há uma pesquisa prévia, um cuidado em dar a esses candidatos o mesmo espaço?**

**Fábio:** Como nós acompanhamos a campanha, temos consciência da fala dos candidatos, sabemos como eles estão nas pesquisas. Então, naturalmente, temos a informação prévia necessária para podermos conversar com esses candidatos, para questioná-los. Nós damos o mesmo espaço para todos, a mesma diagramação, o mesmo tamanho de texto e foto. Inclusive, a escolha da foto traz várias preocupações. Por exemplo, se usamos a foto de um candidato na rua, cumprimentando alguma pessoa, sorrindo, nós orientamos o fotógrafo para que ele tire uma foto parecida do outro candidato. Não tem por que usarmos a foto de um candidato sorridente e a de outro meio triste. Esse equilíbrio é sempre buscado.

**- Qual a decisão em relação às matérias em que alguns candidatos aparecem e outros não, principalmente em relação a fotos e declarações?**

**Celso:** Nós optamos por citar na matéria quando um candidato decide não falar.

**- E em que casos vocês decidem derrubar a pauta?**

**Celso:** Até agora isso não aconteceu.

**Fábio:** Isso acontece com pautas quando achamos que falta alguma informação importante, quando falta alguma explicação ao leitor. A

pauta não é derrubada quando tentamos falar com todas as pessoas, damos oportunidade para todos os lados se manifestarem, e mesmo assim elas não nos dão retorno ou não querem falar. Nesse caso, fazemos o registro e publicamos a matéria mesmo assim.

**- Na avaliação de vocês, as posições políticas/ideológicas dos repórteres influenciam de alguma forma o produto final?**

**Fábio:** Nunca percebi isso.

**Celso:** Com o tempo nos distanciamos. É claro que a total isenção não existe, mas um distanciamento sim.

**Fábio:** Na realidade o que importa mesmo é a informação. Eu trabalho há muito tempo nessa área e nunca percebi que algum repórter tenha feito algo na matéria para prejudicar algum candidato.

**- Vocês acham que isso é uma coisa natural da profissão, ou é uma característica editorial do jornal?**

**Fábio:** Na minha opinião, isso está relacionado ao bom profissional. No entanto, sempre trabalhei em veículos em que essa é a prática.

**Celso:** É bem diferente do trabalho de uma assessoria de um candidato. Quando se trabalha em um veículo, não há como passar por cima disso.

**- E na opinião de vocês, como acontece a influência da política de forma palpável na produção jornalística?**

**Fábio:** Na minha opinião, a influência de assessorias de imprensa tem diminuído cada vez mais.

**Celso:** Eles podem até ligar ou mandar e-mail falando sobre determinado evento, que o máximo que vamos fazer é colocar como um lembrete na pauta.

**Fábio:** Eles podem até ligar, mas isso acontece cada vez menos. Existe a influência nas sugestões de pauta, e avaliamos se é viável, se tem uma relevância para o leitor, se possui uma importância jornalística. Se tiver, fazemos; se não, não.

**Celso:** A interferência mesmo, o dito “carteiraço”, isso não existe.

**- Vocês notam alguma diferença no período eleitoral dos períodos não eleitorais?**

**Celso:** Eu noto que no período eleitoral existe um maior número de denúncias, e que se insiste para que determinadas situações e acontecimentos sejam investigados e/ou fiscalizados. E essa fiscalização ocorre com maior frequência de dois em dois anos, mas se é para fiscalizar tem que ser todo tempo. Essa é uma tentativa de embarcarmos em uma “denúncia” sem nenhuma comprovação.

**- Como são recebidas as críticas dos leitores?**

**Fábio:** Com tranquilidade.

**- E elas têm alguma influência na formação de uma pauta?**

**Fábio:** As críticas e sugestões sempre recebemos com naturalidade e tranquilidade. Elas servem para nos questionarmos sobre nosso trabalho, pensarmos de forma diferente. Da mesma forma, já fizemos várias matérias sugeridas por leitores.

**- Por que a decisão de criar mais uma coluna na editoria, e de que ela abordasse somente as “curiosidades” sobre as eleições?**

**Celso:** Na verdade, essa coluna já existia.

**Fábio:** A ideia é oferecer um espaço de contraponto com a coluna do Roberto, que é séria. Uma coluna que seja mais bem humorada e que possibilite falar sobre os programas eleitorais do rádio e da TV é também um espaço de curiosidades, aberto, em que podemos falar da campanha estadual, mas também das campanhas de outros estados, e dar informações que apareçam em outros veículos, no *twitter*, sendo uma forma de também integrar a internet.

**- E vocês acham que essa coluna traduz um novo tipo de leitor/eleitor?**

**Celso:** Eu inverteo essa pergunta. Em minha opinião, esse material rende porque existem candidatos “polêmicos”. A política é sempre um assunto pesado, e a cada dois anos nos deparamos com pessoas que querem brilhar, ter os famosos “minutos de fama”, mas às vezes essas pessoas sabem que não vão ser eleitas e acabam virando “folclore”. E aparecem

algumas que já são folclóricas e entram para a política, aí não podemos deixar de noticiar.

**Fábio:** Essa questão de neutralidade e espaço igual é muito importante, mas está tão incorporada em nosso trabalho, que não nos damos conta disso. O maior desafio nosso é tentar aproximar o cidadão da política, fazer com que as pessoas percebam que a política está em todas as coisas. Há pessoas que falam que não gostam de política, e sequer se dão conta de quem elegeram nas últimas eleições. Não percebem que a lei que o deputado aprova na Assembleia é importante, vai refletir no dia-a-dia do cidadão de alguma forma. Por isso, são importantes essas séries como a Vida Real, que fazem os candidatos falar de assuntos que afetam diretamente a vida das pessoas, levando-as a perceber as diferenças que existem entre votar no candidato A, ou no candidato B.

**Celso:** Essa série tem grande número de leitores, e é uma forma de conscientização das pessoas.

**Fábio:** Falamos dos fatos em si da política, mas também tentamos trazê-la mais perto do leitor, para ele ter ideia de qual é o papel da política no dia-a-dia.

## APÊNDICE II – CRITÉRIOS PARA ANÁLISE QUALITATIVA DAS MATÉRIAS

Os critérios aqui utilizados nas análises das matérias foram adaptados de uma classificação de análise quantitativa do grupo de pesquisa Mídia Política e Atores Sociais da UEPG (Universidade Estadual de Ponta Grossa). A presente metodologia é utilizada em diversos artigos, trabalhos completos em eventos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e livros, por exemplo, o livro *“Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais”* (CERVI, 2010) e o trabalho completo em evento *“A política na primeira página: um estudo sobre as capas do impresso Gazeta do Povo no período eleitoral e não-eleitoral”* (ROSSO, 2010). Destaca-se que a metodologia foi adaptada a um período menor de coleta (um mês de cada ano), sendo que geralmente as pesquisas são feitas com três meses de coleta (de cada ano).

### Valência dos candidatos/políticos

TIPO	Explicação
Positiva	Texto sobre ou com candidato abordando ações de sua iniciativa; autodeclarações ou declarações de terceiros favoráveis (avaliações de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato ou suas propostas de governo; resultados de pesquisas ou estudos favoráveis.
Negativa	Texto que reproduz ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor ou de terceiros a respeito da atuação do candidato ou de suas propostas; divulgação de resultados de pesquisas ou estudos desfavoráveis.
Neutra	Agenda do candidato, citação sem avaliação moral, política ou pessoal. Simples reprodução de resultados de campanha, sem nenhuma avaliação com respeito à posição do candidato.
Ambivalente	Texto que ao mesmo tempo apresenta fatos ou avaliações favoráveis e negativos sobre o político.

### Enquadramento das matérias

TIPO	Explicação
Corrida de Cavalos	Trata da evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos, dando ênfase a quem está na frente, avançando ou perdendo espaço nas pesquisas eleitorais e estratégias de campanha.
Personalista	Dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional. Enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos.
Temático	Interpreta posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha. Dá ênfase às plataformas partidárias ou programas para diferentes temas. Tenta contextualizar assuntos da campanha eleitoral, abstraindo-se da própria campanha.
Episódico	Restringe-se a relatar acontecimentos recentes da campanha, sem o enfoque característico dos outros três enquadramentos. É descritivo e orientado por acontecimentos que geram reações do público. Desconsidera aspectos mais amplos do evento. É simples relato de fatos ou declarações de candidatos ou não sobre a campanha.

A partir de PORTO, M. (2004).

### Critérios de noticiabilidade

Poder de elite	Chamadas de notícias que envolvem a manifestação de disputa de poder ou o poder propriamente dito, quer seja individual, de organizações ou institucional.
Celebridade	Chamadas de notícias que envolvem astros da música, TV, esporte etc.
Entretenimento	Chamadas de histórias que tratam de temas que por princípio não fariam parte do debate público, tais como sexo, drama ou humor, predominantemente sob a ótica do interesse humano.
Surpresa	Chamadas de fatos noticiados por serem surpreendentes ou inesperados.
Fatos Negativos	Chamadas de histórias com tons negativos, tais como conflitos ou tragédias.

Fatos Positivos	Chamadas de histórias com tons positivos, tais como resgates ou curas.
Magnitude	Chamadas de fatos que viram notícias por serem percebidos como significativos para um grande número de pessoas. Tem relação com a área de circulação do jornal.
Relevância	Chamadas de histórias que viram notícias porque são percebidas como relevantes para o público.
Sequência/suíte (follow up)	Chamadas de notícias que são continuidade (suítes) de histórias retratadas anteriormente pelo jornal.
Agenda da comunicação	Chamadas de histórias que surgem de um conjunto de temas de interesse direto das próprias organizações de comunicação social.

**ANEXOS**

**ANEXO I - Artigo 35, da Resolução 23.191 do TSE**

Artigo 35, da Resolução 23.191 do TSE<sup>72</sup>

Art. 35. O Tribunal Superior Eleitoral e os Tribunais Regionais Eleitorais distribuirão os horários reservados à propaganda de cada eleição entre os partidos políticos e as coligações que tenham candidato, observados os seguintes critérios (Lei n° 9.504/197, art. 47, § 211, 1 e II; Ac.-TSE n° 8.427, de 30.10.86):

I - um terço, igualmente;

II - dois terços, proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos políticos que a integrem.

---

<sup>72</sup>

Trecho

retirado

do

site:

[http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/normas\\_2010/arquivos/Original/23191.pdf](http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/normas_2010/arquivos/Original/23191.pdf)

(Acessado em: 26 de outubro de 2010).

**ANEXO II – EDITORIAIS DO DIÁRIO CATARINENSE****DC - 4 de abril de 2010 | Nº 8763  
EDITORIAIS - COMPROMISSO COM A TRANSPARÊNCIA<sup>73</sup>**

Faltando seis meses para as eleições que definirão o novo presidente brasileiro, além de 27 governadores, dois terços do Senado, a totalidade da Câmara Federal e das Assembleias Legislativas estaduais, o Grupo RBS renova publicamente seus princípios editoriais relacionados a coberturas políticas, com o propósito de oferecer aos leitores, ouvintes, telespectadores e usuários de seus veículos um serviço fundamentado no equilíbrio e na transparência. A proposta é exatamente essa: uma cobertura centrada nos projetos de governo e nas demandas da sociedade, que considere efetivamente o interesse dos cidadãos e lhes proporcione o espaço necessário para suas manifestações.

A cobertura editorial foi planejada sobre três eixos básicos: informação, educação e formação. O primeiro contempla uma visão construtiva do processo eleitoral, fundamentada na comparação de biografias e projetos dos candidatos e na fiscalização de promessas feitas aos eleitores. O segundo pretende dar uma contextualização história à eleição, cercanda-a de uma ampla oferta de serviços que atenda a todas as camadas da sociedade. O terceiro envolve a promoção de ações de valorização da cidadania e do voto, com estímulo específico aos jovens para que participem efetivamente da vida da nação e dos seus próprios destinos.

Ao reafirmar suas posições éticas e editoriais, a RBS traz a público também as recomendações repassadas a todos os seus jornalistas e comunicadores no sentido de que observem as orientações internas elaboradas para garantir o máximo de neutralidade e o mínimo de protagonismo no processo eleitoral. Embora sejam normas já conhecidas e incorporadas pelos colaboradores da empresa, sua revisão e sua atualização se tornam indispensáveis a cada ano eleitoral, até mesmo em decorrência de mudanças na legislação e no cenário do pleito.

---

<sup>73</sup> O texto foi retirado no dia 07/04/2010, do site: <http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a2861107.xml&template=3898.dwt&edition=14420&section=1320>

Uma das novidades deste ano é o acréscimo de advertência específica sobre o uso de blogs e mídias sociais, que estão cada vez mais fazendo parte do dia a dia das pessoas.

Este conjunto de orientações não pretende ser um regramento inflexível e de caráter punitivo. Pelo contrário, a RBS respeita o direito individual de escolha de seus colaboradores, assegurando também a seus profissionais total liberdade para informar, comentar e interpretar os fatos de acordo com suas visões e, evidentemente, nos limites da legislação eleitoral vigente. Ao mesmo tempo, porém, exige comportamentos pessoais compatíveis com a neutralidade perseguida pelo Grupo na cobertura de uma eleição. Por isso, a empresa afasta das atividades jornalísticas os colaboradores da área editorial que optam por se candidatar a cargos eletivos ou por participar partidariamente da campanha eleitoral.

O compromisso com a transparência – reafirmado neste editorial – envolve também cuidado especial no tratamento de pesquisas eleitorais. A RBS não faz pesquisas próprias e divulga somente levantamentos feitos por institutos de reconhecida credibilidade na prestação desse serviço.

**DC - 4 de abril de 2010 | N° 8763**

**EDITORIAIS - NORMAS PARA A COBERTURA ELEITORAL DE 2010<sup>74</sup>**

1) Os veículos da RBS tratam partidos e candidatos de maneira equilibrada e independente.

2) Os candidatos de partidos com baixa representatividade têm cobertura de acordo com sua dimensão.

3) A RBS não faz pesquisas eleitorais. Para atender ao interesse de seu público, os veículos do grupo somente contratam e divulgam pesquisas de institutos reconhecidos e com comprovado trabalho sistemático em eleições.

4) A RBS não trata pesquisas como principal assunto editorial dos veículos, mas como acessórios da cobertura eleitoral.

5) A cobertura eleitoral dos veículos da RBS deve dar prioridade à discussão de programas, comparação de biografias e serviços para o eleitor.

---

<sup>74</sup> O texto foi retirado no dia 07/04/2010, do site: <http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a2861108.xml&template=3898.dwt&edition=14420&section=1320>

6) Os veículos da RBS não divulgam resultados de pesquisas eleitorais contratadas por partidos, candidatos ou governos.

7) Durante o período eleitoral (5 de julho a 31 de outubro de 2010), os veículos da RBS não divulgam anúncios publicitários ou apedidos com resultados de pesquisas sobre intenção de voto.

8) Anúncios ou apedidos com conotação eleitoral devem ser entregues aos veículos no prazo mínimo de 12 horas antes de sua divulgação, a fim de serem submetidos a exame jurídico quanto a sua adequação à legislação eleitoral. No caso dos jornais, o material deve ser entregue até as 12h do dia anterior à publicação.

9) A RBS não cede ou comercializa material de arquivo para campanhas eleitorais e desautoriza que material produzido e divulgado por seus veículos seja usado na propaganda eleitoral. O eventual uso desse material por partidos ou coligações será por conta e risco dos responsáveis pela propaganda.

10) As despesas das coberturas eleitorais são pagas exclusivamente pela RBS. Nenhum profissional da empresa pode aceitar qualquer cortesia de candidato, partido ou coligação.

11) São vedadas a distribuição de propaganda política, a exposição de material eleitoral ou manifestações político-eleitorais nas dependências da RBS. Os profissionais da RBS não podem utilizar material de propaganda com conotação eleitoral durante o exercício de suas funções.

12) Comunicadores e jornalistas do Grupo RBS devem considerar blogs e mídias sociais como comunicação pública, na qual prevalece o regramento ético esperado na sua atuação profissional regular.

13) A eventual candidatura de profissionais e colaboradores da RBS pressupõe seu afastamento das atividades da empresa tão logo seja confirmada a intenção da candidatura.

14) A participação de jornalistas e comunicadores na propaganda eleitoral pressupõe o afastamento do profissional pelo período mínimo de duração da campanha.

15) Durante o período eleitoral (5 de julho a 31 de outubro de 2010), os veículos da RBS devem se abster de publicar artigos que caracterizem propaganda de candidatos ou partidos.

## ANEXO III – Matérias da série “Um perfil diferente”

## Matéria 1 – Perfil de Angela Amin – matéria publicada em 17/08/2010

4

DIÁRIO CAZARINENSE, TERÇA-FEIRA, 17 DE AGOSTO DE 2010



Reportagem Especial



# UM PERFIL DIFERENTE

## Ela mescla estilos

O DC propôs aos candidatos Angela Amin, do PP; Ideli Salvatti, do PT; e Raimundo Colombo, do DEM; desenvolver um perfil mais informal dos postulantes ao governo. O resultado da bateria de repostas, curiosas e diversificadas, começa a ser publicado hoje

### O LADO POVÃO

Os três últimos filmes que viu... a biografia do Roberto Alves, Werner R. Volpi, o Caminho de um Apaixonado pela Eletricidade e Dona Leopoldina, Cartas de uma Imperatriz.

Os três últimos filmes que viu... Conspiração, Inútils de Estado e Cinema Paradiso.

Música para ouvir sozinha... Clássica.

Qual a música que sempre toca em sua festa?

Qualquer uma do Roberto Carlos e do Elton John.

Música para ouvir acompanhado... Popular brasileira.

Brad Pitt ou George Clooney? George Clooney.

Um personagem de filme que se identifica... Seria muita pretensão minha.

O que achou ao ver o Massao delizando o Alonzo ultrapassar?

Achei injusto.

Mano Meneses, Dunga ou outro? Dunga.

O lugar mais bonito de Santa Catarina? E o menos bonito? SC é um Estado peculiar, bonito em todo. Não consigo menos bonito.

Hora de malhar... Meu esporte preferido é mergulho.

Hora de misturar... Minha opção é ler.

PAUL C. HONG, AP/REUTERS



Elton John

REUTERS



George Clooney

REUTERS



Dunga

### LIVRO DE HISTÓRIA

Angela, por Angela, desde o nascimento, em Indaial, até a luta pelo governo, este ano

• **1953** – Angela Regina Heinzen Amin Haou nasceu em Indaial em 20 de dezembro

• **1976** – Se forma em Matemática pela UFSC

• **1979** – Casa com Esperidião Amin

• **1980** – Nasce o primeiro dos três filhos

• **1973** – Começou a vida profissional como Secretária da Esaq/Udes.

• **1975** – Passa a integrar os quadros da Companhia de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina.

• **1983** – Inicou suas atividades políticas.

• **1988** – Candidata a vereadora, quando obteve a maior votação da história da Câmara de Florianópolis, 7.771 votos.

• **1990** – Eleita deputada federal, a maior votação com 129.011 votos, e, nesta oportunidade, foi relatora da Lei de Diretrizes e Bases da Educação.

• **1996** – Eleita prefeita de Florianópolis

• **2000** – Reeleita no primeiro turno com 57% dos votos válidos.

• **2006** – Foi eleita deputada federal, tendo, novamente obtido a maior votação da história de Santa Catarina, com 175.087 votos.

• **2007** – É vice-presidente da Comissão de Educação da Câmara

• **2008** – Presidente da Comissão de Desenvolvimento Urbano

• **2009** – Atuou nas Comissões de Desenvolvimento Urbano e de Ciência e Tecnologia e se formou em Engenharia de Gestão pela UFSC

• **2010** – É Coordenadora do Fórum Parlamentar Catarinense.



### PÉ NA COZINHA

O que não falta em seu café da manhã? Café e mamão.

Um cheirinho deleitoso... De feijão de Urubici.

Cerveja ou vinho? Depende da ocasião.

Arroz com feijão ou massa? Arroz com feijão.

Um prato que sabe preparar e que não fica devendo nada aos melhores cozinheiros... Vários pratos da comida árabe, moqueca e torta de palmito.

Val a supermercado ou alguém faz isso no seu lugar? Vou sempre que posso ao supermercado, verdureira, apouca, etc.



## VALE TUDO

«O que fazer com R\$ 10? Economizar.»

«O que fazer com R\$ 100? Economizar.»

«O que fazer com R\$ 1.000? Economizar.»

«O que fazer com R\$ 1 milhão? Investir.»

«Desejo irrealizável de consumo? Todo o tipo de eletrônico.»

«Quantos minutos leva escovar os dentes? Os suficientes.»

«O que acha mais bonito em você? A família.»

«Gosto de estar na moda, por isso gosto de vestir... Ou não liga para a moda? Meu estilo é mais clássico.»

«Casa ou apartamento? Casa.»

«Carro, moto ou bicicleta? Bicicleta.»

«Tênis ou chinelo? Chinelo.»

«TV, rádio, jornal ou internet? Internet e rádio.»

«Meu signo é... Sagitário.»

«Por isso sou... Perseverante.»

«Enterro ou cremação? Cremação.»

«Quer me ver perder a paciência? Então... Minta pra mim.»

«Tem vida após a morte? Acho que tem.»

## PELOS CAMINHOS DA POLÍTICA

Sou corajoso, não tenho medo de pressão, por isso vou... Trabalhar com obediência para ganhar a eleição.

Minha principal virtude, capaz de garantir seu voto é... Persistência e disciplina.

Que toque pessoal dará ao gabinete de governador? Cite objetos ou peças se pretende usar na decoração?

Fotos dos meus filhos, do meu marido, uma cadeira e um quadro com os indicadores para acompanhar a gestão.

Fez promessa para ganhar eleição? Se sim, revele o segredo. Não fiz.

### TAXA DE REJEIÇÃO

16%

pesquisa de opinião: boca, de 6/10/2010

Este monte de feriados são importantes para espairecer. Ou precisamos trabalhar mais e diminuir esta mamata? Podes aproveitar bem o tempo respeitando os feriados.



Um país de onde importaria três coisas para SC. Quais? Alemanha e toda sua infraestrutura para mobilidade urbana.

Seus parentes mais jovens estudam em escola pública? Não, mas eu estudei no Grupo Escolar Raulino Horn, em Indaial.

Já visitou uma emergência de hospital público? Sim, muitas. Calos Ramos me chocou.

Lembra da sua taxa de rejeição nos pesquisas? Por que acha que ele existe? Lembra. Porque é normal, é impossível agradar a todos.

Uma pessoa que estará no seu governo, não importa o cargo. E cedo definir nomes.

O que tudo com sua assinatura não seus mesmo ou de algum assessor? São meus.

E os discursos? E artigos enviados para a imprensa? Quem faz? Eu faço.

Se eu fosse for, prometo construir... imediatamente... Ação emergencial, saúde e segurança.

Vai morar na Casa d'AgroNômica? Sim.

Quanto tempo já dedicou para conversas com seu candidato a vice? Já dediquei algum tempo, não o que gostaria porque a campanha nos impede um diálogo mais intenso.

Qual a cor que gostaria de pintar sua candidatura? Branco, de paz.

Se não fosse política, seria... professora.



Em 1976, Angela se forma em Matemática pela UFSC, e, em 1979, casa com Esperidião Amin, ex-governador e atual candidato a deputado federal

## SEGREDOS REVELADOS

Saudades da professorinha, nunca dala me esqueci. Diga seu nome e o que ela lhe ensinou... Minha mãe. Princípios de respeito.

Lembra de um plique antológico? Plique antológico, não.

Que lida tinha quando teve o primeiro namorado? Quatroze anos.

Meu defeito, que era secreto até agora? Continua secreto.

Você já perdeu algo que era imperdível...

...diva? O quê? Perdiu sempre. Viver com câncer é a pior coisa que tem, não faz bem à saúde.

Fuma? Já fumou? O que diz aos jovens sobre o cigarro e as drogas e o álcool? Não fumo. Não faz bem à saúde.

Cocote ou mania, todos temos uma, a minha é... Lavar roupa, nunca deixar roupa suja "dormir".

O que deixa você perdidamente apaixonado? Um belo jardim, um sorriso de criança.

Escolheria como companhia para uma ilha deserta... o Esperidião.

Começo a chorar, na hora, quando... Vejo um filme emocionante.

Começo a rir imediatamente ao... Ouvir uma trilha engraçada.

Minha pior sala justa foi quando... encontrei o Esperidião, na Tenente Silveira, no tempo que era namorada dele, e tive um tempo.

Brincoadeira de criança preferida?

A peteca.

No time do tempo, voltaria para que época e lugar? Não voltaria. Tudo tem o seu momento.

No teatro da vida, qual seu papel preferido? Ser mãe.

Seu/sua melhor amigo/a São vários.

Tem bicho de estimação ou nem pensar? Sim, cachorro, Maguila, Pipa e Peri.



## Reportagem Especial



# UM PERFIL DIFERENTE

## Ela cultiva simplicidade

O DC propôs aos principais candidatos ao governo do Estado um perfil informal dos postulantes ao cargo. A série começou ontem, com Angela Amin, do PP; segue hoje, com Ideli Salvatti, do PT; e termina amanhã, com Raimundo Colombo, do DEM.

### O LADO POVÃO

Os três últimos livros que leu...  
*Ísis de Mirra Alma, de Isabel Allende; Antologia Poética, de Mario Quintana; e Ensaios Sobre a Cegueira, de José Saramago.*

Os três últimos filmes que viu...  
*Chico Xavier, Ensaios Sobre a Cegueira e Lésbia e o Prisioneiro.*

Músicas para ouvir sozinha...  
Depende da paz de espírito. Geralmente música clássica ou MPB.

Qual a música que sempre toca em sua festa?

A versão de O Bêbado e o Equilibrista com Elis Regina.

Música para ouvir acompanhada...  
MPB.

Brad Pitt ou George Clooney? ...  
George Clooney

Mano Menezes, Dunga ou outro? ...  
Meno Menezes. Outra escolha para a Seleção.

O que achou ao ver o Massa deixando o Alisson ultrapassar? ...  
Fiquei indignada. Achel horrível.

O lugar mais bonito de Santa Catarina? E o menos bonito? ...  
É difícil. Nosso Estado possui belezas em cada canto. Não há como elencar. Somos privilegiados.

Hora de malhar. Meu esporte preferido é...  
Gosto de caminhar.

Hora de relaxar...  
Ouvir uma boa música.

Um personagem de filme que se identifica...  
Não sei. Acho que a gente se identifica com um pouco de cada personagem no decorrer da vida.



LARGUEIRO, DIVULGAÇÃO DO JORNAL DO PIAUÍ



Chico Xavier

DIVULGAÇÃO



Elis Regina

STATISTICAL, APF DA UOL/REUTERS



Mano Menezes

### LIVRO DE HISTÓRIA

Ideli, por Ideli, desde o nascimento até a liderança do governo no Congresso

• **1952** – Ideli Salvatti nasce em São Paulo, no dia 16 de março de 1952.

• **1976** – Escolhe SC para viver depois de licenciar-se em Física em Curitiba. Muda-se para Joinville, se casa com Eudes Mescolotto e tem os filhos Filipe e Mariana.

• **1994** – Ideli eleger-se deputada estadual em Santa Catarina.

• **1995-1996** – Foi líder da bancada do PT na Assembleia Legislativa, membro de quatro comissões permanentes.

• **1998** Ideli se reclege deputada estadual. Entre as leis do sua autoria estão a regulamentação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação, do Fundo de Manutenção e de Valorização do Magistério e a isenção dos moradores e trabalhadores do Norte

de Florianópolis da cobrança de pedágio na SC-401. Aprovou emenda constitucional que inclui a livre orientação sexual entre os direitos e garantias individuais do cidadão.

• **2002** – Ideli Salvatti é a primeira mulher eleita senadora por Santa Catarina, com 1,05 milhão de votos.

• **2004** – É escolhida líder da bancada do PT e do bloco de apoio ao governo federal no Senado, cargo ocupado por quatro anos. Recebe o primeiro título "Cabeças do Congresso", conferido pelo Departamento Interministerial de Assessoria Parlamentar (Diap) aos com parlamentares mais influentes no Congresso Nacional. Fletep a taça em 2006 e 2007.

• **2005** – Ideli apresenta 21 projetos de lei e três emendas à Constituição durante

seu mandato. Seu primeiro projeto aprovado, em 2005, trata-se da chamada Lei do Parto, que garante às gestantes brasileiras o direito de escolher um acompanhante na hora do parto.

• **2008** – É a única personalidade do SC a constar da lista dos brasileiros mais influentes do ano. A lista é publicada todos os anos pela revista IstoÉ e inclui políticos, empresários, artistas e esportistas. Também recebe o título de Cidadã Catarinense, concedido pela Assembleia Legislativa.

• **2009** – Em maio, passa a ocupar a liderança do governo no Congresso Nacional. Também é o ano em que casa-se pela segunda vez, em Florianópolis, com Jefferson Figueiredo, formado em Direito, sargento e integrante da banda do Exaltado, além de músico.

### PÉ NA COZINHA

O que não falta em seu café da manhã? ...  
Pão, infelizmente não pode faltar pão (risos).

Um cheirinho de fofosão...  
Comida sendo preparada.

Vai ao supermercado ou alguém faz isso no seu lugar? ...  
Vou e gosto. Quando não posso, vi meu marido.

Cerveja ou vinho? ...  
Vinho, gosto muito de vinho

Arroz com feijão ou massa? ...  
Os dois. De preferência juntos (risos).

Um prato que sabe preparar e que não fica devendo nada aos melhores cozinheiros...  
Meu risotto. Outra herança de minha mãe!



## VALE TUDO

### • O que fazer com R\$ 10?

O que der do pastelão de camarão.

### • O que fazer com R\$ 100?

Comprar um brio e ver um show

### • O que fazer com R\$ 1.000?

Alguma utilidade que traga mais conforto à vida, ao lar

### • O que fazer com R\$ 1 milhão?

Ah, tanta que pensar (risos). Não consigo conceber assim, rapidamente

### • Desejo irrealizável de consumo?

Livros e CDs

### • Quantos minutos leva escovar os dentes?

Entre dois e três

### • O que acha mais bonito em você?

Gosto muito de minha boca.

### • Gosto de estar na moda, por isso gosto de vestir...

Ou não liga para a moda?

Gosto de roupas confortáveis e que estejam de acordo com cada ocasião.

### • Casa ou apartamento?

Atualmente residio em apartamento, mas prefiro casa.

### • Carro, moto ou bicicleta?

Não sei andar de bicicleta e tenho medo de moto. Por isso, outro.

### • Tênis ou chinelo?

Chinelo. Me deixa à vontade.

### • TV, rádio, jornal ou internet?

TV. Quanto tempo tempo acompanho.

### • Meu signo é...

Peixes

### • Por isso sou...

Passional.

### • Entero ou cremação?

Cremação. No entanto, somente depois de uma possível doação de órgãos.

### • Quer me ver perder a paciência? Então...

Não cometa uma injustiça na minha frente.

### • Tem vida após a morte?

Sim. Acredito que a vida é uma passagem.

## POLÍTICA

Sou conjeira, não tenho medo de pressão, por isso vou... Fazer sempre o que for justo e necessário.

Minha principal virtude, capaz de garantir seu voto é... Sou determinada. Assim será no governo para fazer o melhor para Santa Catarina.

Que toque pessoal dará ao gabinete de governadora? Cito objetos ou peças se pretende usar na decoração? Flores e peças do artistas catarinenses.

Fez promessa para ganhar eleição? Se sim, revele o segredo. Não fiz, mas aumentei as inaugurações do santos em minha carteira!

Um país de onde importaria três coisas para SC. Quais? Nosso Estado tem potencial para o que imaginamos. Com certeza importaria algo que viesse a somar para nosso crescimento.



Ideli curte os filhos Mariana e Filipe e guarda boas lembranças da mãe (já falecida), que, na foto à esquerda (em pé) preparou nhoque para o presidente Lula

## SEGREDOS REVELADOS

Saudades da professorinha, nunca dela me esqueci. Diga seu nome e o que ela lhe ensinou...

Não era uma professora, de fato, mas me ensinou muito. Tive-a de 6 a 10 anos, avó de duas amigas minhas quando criança. Como tinha dificuldades de se locomover, sempre fomos ao seu quarto e ela ficava lendo histórias de Monteiro Lobato para nós, além de contar estórias infantis.

Lembra de um pilqueço antológico? Sim, lembro. Foi em 1992. Coincidentemente, ocorreu no mesmo momento o impeachment do Collor e a vitória da Frente Popular em Florianópolis, formado por Sérgio Grandjean e Almirão Bopp.

Fuma? Já fumou? O que diz aos jovens sobre o cigarro e as drogas e o álcool? Não fumo e nunca usei nada de drogas.



Este monte de feriados é importante para espalhecer ou precisamos trabalhar mais e diminuir esta mamata? Feriados são importantes, pois marcam a história cultural de nosso país, comemoram fatos importantes. Também é um momento dos trabalhadores descansarem, aproveitarem a lógica para ficar com a família ou outras formas de lazer. Além disso, feriados movimentam o setor turístico, e Santa Catarina ganha com isso.

Já visitou uma emergência de hospital público? Sim, com certeza... Já fui atendida por hospital público em diversas ocasiões.

Sus parentes mais jovens estudam em escola pública? Não tenho nenhum parente em idade de estudo no momento.

Acho que a adrenalina de viver é melhor do que qualquer coisa.

Que idade tinha quando teve o primeiro namorado? Tinha 15 anos.

Meu defeito, que em secreto até agora? Sou tímida. É público há muito tempo.

Você já perdeu algo que era irremediável? O quê? Sim, perdi, mas não posso falar.

Cacete ou mania, todos temos uma, a minha é... Devo ler, mas não saberia dizer qual é.

O que deixa você perdidamente apaixonada? Manifestações que demonstrem o lado

humano das pessoas.

Escolheria como companhia para uma ilha deserta... Meu marido.

Começo a chorar, na hora, quando... Dependo do momento. Às vezes, uma canção pode mexer bastante.

Brincedeira de criança preferida? Gostava de jogar capotão. Nos dividíamos em duas equipes e o objetivo era acertar a bola nas pessoas do outro time. Adorava.

No time do tempo, voltaria para que época e lugar? Voltaria para Joinville, na época em que vivi a infância de meus dois filhos.

No teatro da vida, qual

Lembra de sua taxa de rejeição nas pesquisas? Por que acha que ela existe? Tenho uma personalidade forte, tenho atitude. Muita gente gosta, outros, não tanto...

Uma pessoa que estará no seu governo, não importa o cargo. Não pensei nisso. Estou trabalhando muito e de cabeça na campanha.

Os tuits com sua assinatura são seus mesmo ou de algum assessor? São meus. Quando estou ocupada e não consigo postar, ligo para minha assessora e digo o que quero que seja postado.

E os discursos? E artigos enviados para a imprensa? Quem faz? Também são meus. Certo, também, com o auxílio de minha assessora.

Quanto tempo já dedicou para conversar com seu candidato a vice? Conversamos diariamente, temos uma ótima relação. Além, a cada conversa o admiro mais e me convengo de que acortei em cheio na escolha.

Se eleita for, promete construir, imediatamente... Uma parceria com os funcionários públicos do Estado, em todas as áreas. São eles

quem lidam diariamente com a população, resolvem os problemas. Merecem toda a atenção.

Vai morar na Casa d'Agrônoma? Vou para a Agrônoma, mas pretendo manter meu apartamento.

Qual a cor que gostaria de pintar sua candidatura? Gosto muito da cor vermelha, não apenas pela questão partidária. Vermelho é uma cor viva, pulsante.

Se não fosse política, seria... Cantora. Música faz parte do minha vida.



seu papai preferido? A defensora. Sempre tive em minha vida a luta por ações que melhoraram a vida das pessoas.

Sua/ sua melhor amigo/ Meus compadres. São amigos de longa data. Vivam uma grande família.

Tem bicho de estimação ou nem pensar? Tenho um peixe. O chamo simplesmente de pebêzinho.

Começo a rir imediatamente ao... Ver crianças. Traveçuras das crianças são irresistíveis.

Minha pior sala justa foi quando... Alguns episódios do machismo durante minha atividade pública.

## Matéria 3 - Perfil de Raimundo Colombo – matéria publicada em 19/08/2010

DIÁRIO CATARINENSE, QUINTA-FEIRA, 19 DE AGOSTO DE 2010

### Reportagem Especial

2010

Raimundo Colombo  
DEM  
23%  
Pesquisa do Instituto Datafolha  
de 2010

# UM PERFIL DIFERENTE

## Ele planta a multiplicidade

O DC propôs aos principais candidatos ao governo do Estado um perfil informal dos postulantes ao cargo. A série começou terça, com Angela Amin, do PP; seguiu ontem, com Ideli Salvatti, do PT; e termina hoje, com Raimundo Colombo, do DEM

### O LADO POVÃO

Os três últimos livros que leu...  
A Vida de São Francisco, não lembro o autor; Tempo Muito Estranho, de Doris Kazins Goodwin e Churchill, a história ilustrada, Brenda Ralph Lewis; E sugiro o livro que escrevi também: Povo Tem Floresta, Nome o Endejevo

Os três últimos filmes que viu...  
Tem dois que me marcaram: Central de Brasil e O Viajante e a Mãe. Mais recente, gostei de Invictus – que traz a história do Mandela.

Qual a música que sempre toca em sua festa?  
Roberto Carlos. Detalhes em especial

Música para ouvir sozinho...  
Detalhes.

Música para ouvir acompanhado...  
Detalhes.

Angelina Jolie ou Demi Moore?  
Passo esta pergunta...

Personagem de filme com quem se identifica...  
No momento, não me ocorre nenhum.

O que achou ao ver Massa deixar o Alonso ultrapassar?  
Um valor importante é a premiação pelo mérito.

Infelizmente não foi o que aconteceu.

Meno Meneses, Dunga ou outro?  
Vamos dar crédito ao Mano Meneses.

O lugar mais bonito de Santa Catarina? E o menos bonito?  
SC, há três anos, é o melhor destino turístico do país. Feio é onde as pessoas não têm dignidade.

Hora de malhar...  
Gosto do futebol, já fui goleiro profissional.

Hora de relaxar...  
Adoro assistir aos jogos de futebol. Tódo.



ARTES FÁBIO WEDROW

DIVERSIFICAÇÃO EM 2007/2007



Roberto Carlos

DENISE YAZBEK, AR. 10/07/2009



Mandela

LIVRARIA DO CONGRESSO DIVERSIFICAÇÃO



Churchill

### LIVRO DE HISTÓRIA

Colombo por Colombo, desde o nascimento até a chegada ao Senado

- **1955** – Em Lages, nasce João Raimundo Colombo.
- **1970** – Jogador de futebol na adolescência pelo Hélio Moritz, de Lages, destaca-se na Seleção Catarinense.
- **1980** – Nasce seu filho Edson.
- **1981** – Destaque no grupo de jovens da Igreja Católica, vira supervisor do governo do SC no Planalto Serrano.
- **1983** – É empossado secretário de Estado do Desenvolvimento Social.
- **1985** – Assume como diretor administrativo da TeleSC.
- **1987** – Eleito deputado estadual e líder da bancada do PFL na Assembleia.
- **1989** – Eleito prefeito de Lages pela primeira vez. Assume a presidência da Associação dos Municípios da Região Serrana.
- **1992** – Freqüenta o primeiro curso de formação política, na Alemanha, no Instituto Friedrich Neumann; Curso de Formação e Especialização em Ciência Política.
- **1993** – Empossado presidente da Coleco.
- **1995** – Empossado presidente da Casan.
- **2000** – Eleito deputado federal pelo PFL de Santa Catarina.
- **2001** – Eleito prefeito de Lages pela segunda vez.
- **2003** – Assume a presidência do PFL, hoje Democratas.
- **2004** – Reeleito prefeito de Lages, com mais de 70% dos votos.
- **2006** – Eleito senador com 1,73 milhão de votos.
- **2009** – Nasce sua neta, Luísa, em 12 de agosto. Se torna o senador recordista de projetos, de acordo com o portal Transparência, 80% considerados de alta relevância para a sociedade. Lança o livro Povo Tem Floresta, Nome e Endejevo, que conta sua trajetória e visão para o futuro de Santa Catarina. E participa do Curso de Gestão Pública, na George Washington University, Estados Unidos.

### PÉ NA COZINHA

O que não falta em seu café da manhã?  
O tradicional café, leite e pão.

Val o supermercado ou alguém faz isso no seu lugar?  
Agora está meio corrido, mas normalmente vou.

Cerveja ou vinho?  
Não tenho hábito de beber. Mas conforme a ocasião, minha origem italiana pede um bom vinho.

Arroz com feijão ou massa?  
Hum... Os dois são bons, mas tenho preferência pela massa.

Um prato que sabe preparar e que não fica devendo nada aos melhores cozinheiros...  
Pau-à-prova.

Um cheiroso delícia...  
Pão de milho da minha mãe, recém-saído do forno.



## VALE TUDO

## • O que fazer com R\$ 10?

Vou economizar, até atingir o montante necessário para realizar investimentos e obras para melhorar a vida dos catarinenses. De grão em grão...

## • O que fazer com R\$ 100?

Idem.

## • O que fazer com R\$ 1.000?

Idem.

## • O que fazer com R\$ 1 milhão?

Ah, essa é mais fácil. Tem que elencar demandas, pleger prioridades e discutir com a comunidade onde investir.

## • Desejo irrealizável de consumo?

Gosto de carros.

## • Quantos minutos leva escovando os dentes?

Nunca contei, mas sei que sempre fecho a torneira enquanto escovo os dentes.

## • O que acha mais bonito em você?

Sou suspeito para falar, ran.

## • Gosto de estar na moda, por isso gosto de vestir... Ou não ligo para a moda?

Não ligo para isso. Se pudesse, usaria agasalho esportivo em todos os momentos.

## • Casa ou apartamento?

Casa.

## • Carro, moto ou bicicleta?

Carro.

## • Tênis ou chinelo?

Tênis.

## • TV, rádio, jornal ou Internet?

TV.

## • Meu signo é... Peixes.

## • Por isso sou... Idealista.

## • Enterro ou cremação?

Entero.

## • Quer me ver perder a paciência? Então... A falta de objetividade.

## • Tem vida após a morte? Sim.

## POLÍTICA

Sou corajoso, não tenho medo de pressão, por isso vou... Cortar despesas, premiar o mérito, dar às comunidades poder de decisão sobre a melhor forma de aplicar os recursos.

Minha principal virtude, capaz de garantir seu voto é... O meu comprometimento é em melhorar a vida das pessoas.

Que governo dará ao gabinete do governador? Cite objetos ou peças que pretende usar na decoração? Meu foco, agora, é na campanha. É preciso vencer esta etapa. Para o gabinete, desde já me comprometo a levar meu trabalho e meu compromisso em melhorar a vida das pessoas.

Faz promessa para ganhar eleição? Se sim, revele o segredo.

Não fiz promessa, mas não guardo segredo: sou um homem de fé. Quando você está bem-intencionado a que fazer o bem, seu coração lhe impulsiona para você ir em frente e lutar pelas coisas que você acredita.

## TAXA DE REJEIÇÃO



## NO TWITTER



Este monte de ferriados é importante para espairecer. Ou precisamos trabalhar mais e diminuir esta manufatura? O trabalho e o lazer precisam se complementar para uma vida em equilíbrio.

## Um país de onde importaria três coisas para SC. Quais?

Não há um país, mas iniciativas em vários países que podem ser adaptadas às necessidades de SC. Gosto de algumas políticas de Saúde que têm no Canadá; da iniciativa da polícia comunitária da Inglaterra, que tem um modelo bem-sucedido no Rio, com a polícia pacificadora; e do exemplo da Alemanha em desenvolvimento sustentável.

Uma pessoa que estará no seu governo, não importa o cargo. Entendo que não é o momento de citar nomes. É critério da nossa aliança que os cargos sejam ocupados por pessoas que tiverem qualificação e capacidade de trabalho.

Já visitou uma emergência de hospital público? De vários. Em Lages, quando era prefeito, em conjunto com a comunidade construímos um hospital para atender melhor a região.

Seus parentes mais jovens estudam em escola pública? Meus filhos concluíram o ensino superior e minha netinha faz um ano em 12 de agosto.

Lembra de sua taxa de rejeição nas pesquisas? Por que acha que ela existe? Quando você é candidato há os que pensam como você ou não. Para mim popularidade é passadeira, credibilidade é o que importa.

Seu país de onde importaria três coisas para SC. Quais? Tudo, mas com a agenda apertada, preciso dividir a tarefa com um assessor; mas acompanho de perto a movimentação nas redes sociais. Apovello e convido você para nos seguir também: [twitter.com/vianadocombio](http://twitter.com/vianadocombio)

E os discursos? E artigos enviados para a imprensa? Quem faz? Discuto ideias, leio, ouço muito, reúno minhas convicções e construo meu discurso.

Quando tempo já dedicou para conversas com seu candidato a vice? Eu e o Eduardo viajamos juntos e conversamos e tempo todo.

Se eleito for, promete construir, imediatamente... Uma relação de parceria com os municípios.

Val morar na Casa d'Agromômica? Ainda não pensei nisso. Neste momento estou focado na eleição.

Qual a cor que gostaria de pintar sua candidatura? Verde.

Se não fosse político, seria... Produtor rural. Adoro ficar em contato com a terra, os animais e as coisas do campo.



Desde cedo, a habilidade em ser orador, como em 1972; outra especialidade é o futebol, esporte em que cheguei a ser goleiro profissional



## SEGREDOS REVELADOS

Saudades da professorinha, nunca dela me esqueci. Diga seu nome e o que ela lhe ensinou...

Dona Maria, foi a primeira e também de quem quanto as melhores lembranças apesar de não a ver há anos. Carinhosa e paciente.

Lembra de um pilqueu antológico? No primeiro Carnaval. A empolgação pela novidade custou uma bronca dos meus pais e uma insuportável dor de cabeça.

Que idade tinha quando teve a primeira namorada? 16 anos.

Fuma? Já fumou? O que diz aos jovens sobre o cigarro e as drogas e o álcool? Não fumo, nunca fumo. O cigarro compromete

seriamente a saúde da pessoa. Por ainda são as drogas e o álcool, pois desregulam a família e destroem a vida da pessoa.

Meu defeito, que era secreto até agora? Sou tímido.

Você já perdeu algo imperdível? O quê? Não quero rancor. Prefiro sempre a leveza do perdão.

Cocote ou mania, todos temos uma, a minha é... Dobrar o rasgar papel.

O que deixa você verdadeiramente apaixonado? Ver o balbuciar e os primeiros passos da minha netinha Luísa.

Escolheria como companhia para uma ilha deserta... Gosto de estar rodeado de pessoas.

Começo a chorar, na hora, quando... Vejo meus pais nos atos públicos, pois superam os anos e muitas vezes as dores para continuar me apoiando e incentivando. São, para mim, o exemplo e a fortaleza.

Começo a rir imediatamente ao... Ouvir um amigo do Infância, o Gegê. Na escola da vida, Gegê é professor.

Minha pior aula justa foi quando... Aos 27 anos, recém-empossado secretário de Estado, fui ao Rio de Janeiro representar SC numa conferência com o presidente Figueiredo. O protocolo surpreendeu: fui o primeiro a discursar, do improviso. Surpreendi

o público, cumpri meu papel.

Brincadeira de criança preferida? Jogar futebol.

No tempo do tempo, voltaria para que época e lugar? Como é impossível, prefiro pensar no futuro.

No teatro da vida, qual o papel preferido? Protagonista.

Se/ou sua melhor amiga/lo Me considero um cara feliz por ter muitos amigos. Seria injusto citar uns. Não faria justiça aos demais amigos.

Tem bilho de estimação ou nem pensar? Tenho uma pincher, Tully.

ANEXO IV – Matérias da série “Vida Real”

Matéria 4 - “Alta complexidade: como dar saúde ao doente mais grave” - publicada no dia 15 de agosto de 2010

6

DIÁRIO CATARINENSE, DOMINGO, 15 DE AGOSTO DE 2010

Editor: Fabio Galotti - (48) 326-3550  
Subeditor: Celso Bavaresco - (48) 326-3551  
politica@diario.com.br

Política



Vida

Como priorizar o atendimento de alta complexidade na área da Saúde. Este é o tema deste domingo do “Vida Real”, série que busca saber a posição dos candidatos sobre questões que não fazem parte do cardápio de generalidades da campanha. É uma forma de ajudar o eleitor a descobrir o que pensam de fato os candidatos que tentam a chance de governar o Estado de Santa Catarina.

diario.com.br

acompanhe o especial Eleições 2010  
www.diario.com.br/eleicoes2010

Os atendimentos

- **Atenção Básica de Saúde:** É o primeiro nível de atenção no SUS. Inclui procedimentos simples e baratos. Exemplo: atendimento em posto de saúde por um clínico geral.
- **Média Complexidade:** Demanda disponibilidade de profissionais especializados e uso de recursos tecnológicos para diagnóstico e tratamento. Exemplo: atendimento por especialistas, sem necessidade de internação.
- **Alta Complexidade:** Procedimentos que envolvem alta tecnologia e alto custo. Exemplos: cirurgia de coluna, quimioterapia, radioterapia, cirurgia cardíaca, ortopedia, transplante de órgãos.

# ALTA COMPLEXIDADE Como dar saúde ao

MAYARA BINALDI

Há três anos a doméstica Geovana Mateus, 37 anos, viaja de Braço do Norte, no Sul do Estado, para Florianópolis, em uma van da prefeitura da cidade. O trajeto é percorrido a cada dois meses para buscar atendimento especializado em ortopedia para a filha Bruna, 11 anos. As duas enfrentam quase três horas de viagem até chegar a Capital.

Durante o dia, depois da consulta, precisa a maior parte do tempo esperando por outras pessoas que, como elas, não têm o atendimento que precisam em sua região. O drama de Geovana e Bruna se repete pelo Estado. Por falta de unidades para tratamentos de alta complexidade ou por falta de vagas nas regiões, centenas de pessoas viajam para buscar atendimento em outras cidades.

De acordo com gerente de controle e avaliação do Sistema de Saúde da Secretaria do Estado, André Cristiano Borb, das sete áreas de alta complexidade (cardiologia, oncologia, ortopedia, transplantes, neurocirurgia, terapia renal e cirurgia para redução de estômago), as especialidades que têm mais demandas são ortopedia, cardiologia e redução de estômago.

A maior parte das unidades de ortopedia se localiza na Grande Florianópolis. Para o presidente da Sociedade Catarinense de Ortopedia, Valdir Stegalla, é preciso construir mais leitos e mais salas de cirurgia porque as quantidades de vagas nos hospitais não acompanham o crescimento da população.

Na área de cardiologia, a fila de espera por cirurgias tem paciente de todo o Estado. Conforme o presidente da Sociedade Catarinense de Cardiologia, Inei Pereira Filho, os procedimentos complexos são encaminhados para a Grande Florianópolis.

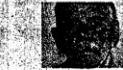
Na Capital, uma das instituições que realizam redução de estômago é o Hospital Universitário. Segundo o médico responsável pelo setor, Ricardo Barateiro, 50% das pessoas atendidas são de fora e o tempo de espera para uma cirurgia pode chegar a três anos nos casos mais graves.

“A obesidade é uma doença que hoje se comporta como uma epidemia. Realizamos 96 cirurgias por ano. A demanda é o dobro disso e vai continuar aumentando”, afirma.

**1** Quanto o (a) senhor (a) pretende investir em tratamentos de alta complexidade no Estado?

**2** Quais especialidades médicas o (a) senhor (a) considera como prioridades para receber esses investimentos?

**3** Quais regiões do Estado seriam prioridades para receber os investimentos?



Amadeu da Luz (PCB)

Defendemos uma alteração judicial da política econômica, notadamente na política tributária, para garantir os investimentos públicos na saúde. Temos uma visão crítica da saúde, que está ligada diretamente às condições sociais de vida da população. Defendemos a universalização da saúde pública, com progressiva estatização dos serviços pelo poder popular e aplicação real da legislação do SUS.

Como defendemos que nenhum capitalista lucre com a saúde, não pensamos em deixar nenhuma especialidade para a saúde privada. Todas as especialidades são prioridades para o poder popular.

Defendemos o princípio básico do Sistema Único de Saúde: universalização. A prioridade deve ser o atendimento digno e igualitário para toda a população, de todas as regiões. Sabemos que algumas regiões são dominadas pela saúde privada, como Cidreira, Joinville e outras. Como parte da progressiva estatização dos serviços de saúde, defendemos a construção de hospitais públicos regionais.



Angela Amin (PP)

A primeira providência será a aplicação de choques de gestão. O aumento da demanda pelos serviços de alta complexidade surge pela mudança do perfil demográfico e também porque os serviços de atendimento primário, que poderiam resolver até 70% dos problemas, não funcionam bem. Tanto como meta instalar e ampliar os serviços de alta complexidade em pelo menos todos os Hospitais Regionais.

Definimos como prioridade as áreas de cardiologia, ortopedia e neurologia. Ocorre que na alta complexidade existe escassez de recursos humanos – médicos e nos serviços de cardiologia, ortopedia e neurologia. Também nos serviços ambulatoriais e hospitalares há um déficit de cobertura nas especialidades de cirurgia cardíaca, ortopedia, terapia intensiva e assistência ao parto de alto risco.

No Estado ocorre uma má distribuição dos serviços especializados. As maiores concentrações estão no Oeste e Sul, onde a participação dos procedimentos de alta complexidade é mínima. Quando fomos fazer a pactuação dos serviços de saúde com os municípios, vemos consideráveis critérios como características sociodemográficas, acessibilidade e disponibilidade de recursos humanos.

AS UNIDADES DE SAÚDE NO ESTADO



Fuente: Secretaria de Estado de Saúde e Saúde Pública



# doente mais grave



**Gilmar Salgado**  
(PSTU)

Priorizar a saúde não pode ser discurso fácil para o período da eleição, e depois nada mudar. Segundo a Fazenda, em 2009 o governo de SC investiu R\$ 967 milhões em saúde. Para a dívida pública (dinheiro público para bancos e grandes empresas) foi mais que o dobro: R\$ 2,4 bilhões. Suspendendo o pagamento dessa dívida que já foi paga, e usarmos esse dinheiro investir na área da saúde.

Todas as especialidades precisam de investimento. Por exemplo: um trabalhador com câncer, mas sério não tem acesso ao tratamento e acaba morrendo na fila. Mesmo o plano de saúde muitas vezes não cobre os procedimentos mais complexos. Essa situação se agravou em SC depois da privatização de Hemoss e Capon. O Brasil deveria gastar 6% do PIB com saúde pública; não passa de 3,5%.

Hoje, os pacientes sem muitos recursos são obrigados a viajar horas até os hospitais da região de Florianópolis, que ficam sobrecarregados. O governo precisa parar de financiar os hospitais privados e filantrópicos, retirando-os, para aumentar a rede pública, além de construir novos hospitais no interior. Contratar profissionais em número suficiente e com condições de trabalho adequadas.



**Ideli Salvatti**  
(PT)

Vamos melhorar a aplicação do dinheiro e fazer a descentralização funcionar na prestação de serviço adequada à realidade de cada região. Cerca de 55% dos recursos do custeio e investimento na Saúde vão para média e alta complexidade. Fomam R\$ 600 milhões em 2009. O que acontece muitas vezes é que eles não são gerenciados da melhor forma, ficam concentrados em algumas regiões.

Criaremos 13 novas unidades do Samu e duplicaremos as unidades de Pronto Atendimento, que hoje são 9. Seguiremos o modelo do governo Lula. Implantaremos um programa de reorganização e regionalização de atenção no SUS. O objetivo é ampliar, fortalecer e qualificar os serviços de urgência e emergência, de atenção hospitalar, de especialidades.

Todas as regiões têm demandas importantes, com especialidades que devem ser identificadas e planejadas, junto com os municípios e governo federal. Criaremos as redes regionais de referência de especialidades, iniciando pelo Alto Vale, com grande demanda em Oncologia, e Planalto Norte; e de exames de apoio diagnóstico e terapêutico começando pelo Extremo-Oeste e Meio-Oeste.



**Raimundo Colombo**  
(DEM)

Hoje, o valor disponibilizado no orçamento, para manutenção de ações de saúde, é de R\$ 1,1 bilhão. Pretendemos investir na interiorização de residência médica nas nove macrorregionais do Estado.

Primeiro vamos fortalecer os postos de saúde e implantar policlínicas no interior do Estado. Entre as especialidades, estão as de média complexidade, como saúde auditiva, oftalmologia, ressonância magnética, quimio e radioterapia, saúde mental, centros de atendimento para dependentes químicos, entre outros.

Vamos focar nas nove macrorregiões: Chapecó, Joazeiro, Lages, Blumenau, Itaipava, Joinville, Itajaí, Criciúma e Florianópolis.



**Rogério Novaes**  
(PV)

O Estado compromete 16% do orçamento em saúde. Dentro da nossa visão, nosso PIB deverá crescer apenas o marginal no primeiro ano de governo e até 3% nos três anos consecutivos, correspondendo a 10% de crescimento de receita adicional acumulada. Parte desse resultado já está comprometida com a segurança. É possível comprometer 25% da receita adicional (R\$ 350 milhões). É o que vamos fazer.

O cidadão catarinense tem reclamado da saúde como um todo. Vai desde o atendimento básico até a alta complexidade passando por procedimentos intermediários que dependem de especialista. Nessa rede de serviços intermediários a serem disponibilizados ao cidadão está o pediatra, o ginecologista, o oftalmologista, o cardiologista e o oncologista, especialistas que encabeçam todas as listas.

O Oeste segue como a região mais distante do efetivo atendimento. As questões que persistem anteriormente não ocorrem em todo o Estado. Nossa visão e nosso compromisso vão além do serviço de qualidade na área de saúde, seguem pelo comprometimento num redesenho do efetivo resultado, que será sustentado ainda por ações de saneamento básico e condições dignas de moradia.



**Valmir Martins**  
(PSOL)

Nenhum dos oito candidatos ao governo, caso eleito, irá resolver o problema dos tratamentos de alta complexidade. Quem disser o contrário estará mentindo descaradamente. Quem mais arrecada recursos é o governo federal e é quem menos investe na saúde. Os municípios são obrigados a investir 15% do orçamento. O Estado, 12%. O governo federal investiu, em 2009, apenas 4,64%.

Não pode haver possibilidade de grandes investimentos sem que o governo federal assumas suas responsabilidades. Não dá para estipular metas de investimento quando o Estado está quebrado e aparelhado. Somos o Estado com mais secretarias de primeiro escalão, são 54. Vamos estagnar as regionais, que não servem para nada, e utilizar os recursos dos cabides de emprego para a saúde.

No que tange ao tamanho da rede, é preciso dar atenção ao sul do Estado, região de Criciúma. Outra maneira de beneficiar a saúde em todo o Estado será criar um plano de carreira para os servidores, pagando salários dignos. Com servidores com salário justo, já teremos um impacto significativo na qualidade do atendimento. Não adianta construir prédios e hospitais se não há gente para trabalhar neles.

## Matéria 5 - Cultura em SC – como investir o dinheiro público”- publicada em 23/08/2010



DIÁRIO CATARINENSE, SEGUNDA-FEIRA, 23 DE AGOSTO DE 2010

### Reportagem Especial

# CULTURA EM SC Como investir



Encontrar uma fórmula para o investimento público na área cultural. Este é o desafio do Vida Real, série que busca saber dos candidatos ao governo respostas sobre questões que não fazem parte das generalidades da campanha. É um jeito de ajudar o eleitor a descobrir o que pensam de fato os postulantes ao cargo de governador. Esta é a quarta matéria da série, que já abordou temas sobre segurança pública, educação e saúde.

RENÉ MÜLLER

**A** cultura, catarinense ou seja de onde for, nunca foi o espaço da unanimidade. Artistas e seu público, do mesmo modo, nunca foram conformistas quando o assunto é a política cultural cultivada pelos gestores do Estado. As críticas, hoje, têm sido direcionadas aos principais mecanismos de fomento à produção de Santa Catarina: o fundo cultural e os editais.

Ainda está sob ataques a gestão da estrutura física dedicada às artes. O Centro Integrado de Cultura (CIC), em Florianópolis, continua fechado para obras de reformas.

Crítica recorrente que a atual gestão sofre é a aposta em grandes eventos e estruturas. Alguns deles: O Festival da Música e Integração Catarinense (Femic), o Instituto Balé Bolshoi de Joinville e o Balé Mazowiez, em Criciúma. Segundo auditoria do Tribunal de Contas do Estado (TCE), os 10 maiores eventos levaram 55% dos recursos do fundo de fomento à cultura (Funcultural) em 2008.

O Executivo contabiliza positivamente todo o trabalho realizado pela Fundação Catarinense de Cultura e pela Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo. Entre 2005 e 2009, o Funcultural aprovou 1.276 projetos e pagou R\$ 100,8 milhões a iniciativas de várias áreas.

Para os gestor dos Fundos do Sistema Estadual de Incentivo à Cultura, ao Turismo e ao Esporte (Seitec) do governo estadual, Ivan Schmidt, foi um avanço significativo. Ele lembra que em 2000, pela Lei do Mecanismo, foi distribuído apenas R\$ 1 milhão. Em 2004, R\$ 7,9 milhões. Em 2005, já com a utilização dos fundos, quase R\$ 40 milhões.

Os editais também criaram uma maior mobilização criativa. Pecaram por conta da dificuldade de manter os repasses no cronograma original, criando contratempos e mesmo inviabilizando os projetos contemplados. O Edital Elisabete Andriele de Incentivo à Cultura distribuiu R\$ 3,2 milhões a 189 projetos. O Edital de Cinema, que teve o lançamento do edital deste ano postergado para início do ano que vem, distribuiu R\$ 1,9 milhão.

Claro, é preciso aprimorar. Como técnico de carreira, entendo que, às vezes, ficamos só distribuindo recursos, sem nos preocupar com política cultural mesmo. Precisamos de políticas mais definidas, inclusive junto ao Conselho Estadual de Cultura – diz Schmidt.

Na música, alguns avanços foram obtidos por conta do trabalho entre os profissionais.

A classe artística se uniu e começou a cobrar e o poder público começou a ouvir. O governo teve erros e acertos, mas iniciou um sistema que pode continuar a ser aproveitado. É uma política de longo prazo – diz o músico e produtor Guilherme Zimmer.

1

O Centro Integrado de Cultura da Capital, o maior equipamento cultural de SC, está fechado para reformas há quase dois anos. Já foram gastos R\$ 8 milhões, sendo que o orçamento inicial previa R\$ 6,5 milhões. O(a) senhor(a) poderia afirmar uma data para reabertura de espaço caso estivesse?



Amadeu da Luz  
(PCB)

Espacos culturais públicos são cada vez mais raros. O exemplo do CIC mostra que cultura não é prioridade dos governos capitalistas de plantão. O mais importante para nós, comunistas, não é só pensar a data em que o CIC deve ser reaberto, mas sim qual o caráter que os espaços públicos devem ter. A cultura deve ser de acesso universal, não simples mercadoria. Sob o controle do poder popular, os espaços culturais têm de priorizar a divulgação e o acesso à informação, a livre circulação das ideias, a ampla divulgação dos debates políticos e a produção cultural.



Angela Amin  
(PP)

O que se vê no Centro de Integrado de Cultura é a ausência de uma política cultural para o Estado. A reforma do CIC é apenas um caso emblemático de tantos outros que atestam essa ausência. Mesmo já tendo arrojado o orçamento inicial para a conclusão das obras, apenas uma parte foi licitada, faltando, ainda, licitar uma segunda etapa para conclusão das obras. Nesse momento não posso falar em prazo, mas o compromisso de reabrir o CIC vai ser parte de um compromisso maior de estabelecer uma política cultural para Santa Catarina.

2

Qual a sua posição sobre o papel do Estado como indutor de produção cultural no Estado? Lei de incentivo é um componente determinante para a implementação de uma política cultural?

O candidato do PMN, Carmello Smiegiel, não enviou as respostas ao IC.

O Estado, sob o controle do poder popular, deve ser o grande indutor da produção cultural. Dependemos a criação e o fortalecimento de uma rede de comunicação pública no Estado, com a televisão e o rádio, que tenha programação voltada para o debate político, a produção cultural local e que possibilite um canal de informação que atenda às demandas da população e não de empresas privadas. A universalização do acesso a bens culturais, tendo o povo como protagonista e não mero receptor de uma cultura entediada, é prioridade em um governo comunista.

A lei é um grande incentivo que deve ser fomentado. A classe cultural não reclama dos recursos alocados no fundo, mas sim dos critérios usados para sua distribuição. É preciso que haja critérios. Tem que haver um fomento de grandes projetos, mas não em detrimento das diversas manifestações culturais do Estado. Vamos propor um critério de distribuição que seja de captação direta para os grandes projetos e de repasse direto do fundo para os pequenos projetos, com transparência dos valores e critério de aplicação, que serão definidos junto com a classe.



Centro Integrado de Cultura (CIC), em Florianópolis, está fechado para obras de reformas há quase dois anos

diario.com.br

► Acompanhe o Especial Eleições 2010 Através de vídeos especiais, pesquisas e vídeos sobre as eleições.  
www.eleicoes.com.br/  
eleicoes2010

rene.mueller@diario.com.br



# o dinheiro público



**Gilmar Salgado**  
(PSTU)

Obras públicas costumam atrasar e ter custo aumentado para favorecimento das empresas contratadas. Propomos uma comissão de trabalhadores, técnicos e personalidades da cultura para rever este contrato e decidir para que servirá daqui em diante o CIC. Recentemente, o governo emprestou o CIC a um grande empresário para um evento de luxo sem obter nada. Já os grupos teatrais, músicos e artistas plásticos têm dificuldades de acesso a espaço e condições para a promoção de uma cultura independente, sem interesses corporativos por trás.

Com as leis de renúncia fiscal, como a Lei Rouanet, as grandes empresas usam o dinheiro que deviam pagar de impostos para divulgar suas marcas, e ainda decidem o conteúdo cultural que vai ou não ser produzido. Ao mesmo tempo, o governo brasileiro investe só 0,06% do orçamento em cultura. A burguesia e seus governantes fizeram da cultura um negócio, dominando-a economicamente e ideologicamente a serviço de seus valores. O PSTU defende o resgate da cultura como direito universal, como saúde e educação. O Estado deve destinar 2% do PIB à cultura.



**Ideli Salvatti**  
(PT)

O CIC merece todo o nosso cuidado e atenção e uma das minhas primeiras ações será de avaliação do andamento das obras e, a partir disso, acelerar o máximo possível a entrega do espaço reformado. Ali, estão sediadas importantes instituições, como o Museu de Arte de SC, o Museu da Imagem e do Som, o Teatro Ademir Rosa, o Cineclube Nossa Senhora do Deserto, a Sala de Exposições Lindor Del, a Academia Catarinense de Letras e a Fundação Catarinense de Cultura. É referência para a cultura, com oficinas, exposições, espetáculos e outras atividades.

A Lei de Incentivo à Cultura tem sido, nos últimos anos, infelizmente, quase o único instrumento de política cultural estadual disponível para viabilizar projetos. Nossa proposta é do alinhá-la às diretrizes nacionais para incentivar a atividade de forma transparente, na distribuição dos recursos e em benefício de todas as regiões. Existem também os editais, hoje negligenciados. Vou criar a secretaria específica da Cultura, que terá políticas e investimentos próprios, mantendo a FCC. Podemos qualificar estas políticas, sempre discutindo e respeitando a classe artística.



**Raimundo Colombo**  
(DEM)

É imprescindível que se dê atenção a esse espaço tão importante para a socialização da cultura catarinense. Com certeza, o CIC deve receber uma atenção especial, principalmente da equipe técnica da cultura que auxilia o governo. Quando se fala em reforma, mesmo aquelas feitas em nossas casas, pode-se até estimar prazos, mas dar uma data para o final é apostar no erro. Sempre temos que contar com as interrupções, com problemas estruturais que podem estar escondidos, entre outros. Tenho o compromisso de continuar a reforma com qualidade.

O Estado tem que promover políticas para que se desenvolva a cultura local e a valorização das características catarinenses, além de dar independência aos organismos que trabalham com cultura. É responsabilidade do Estado dar condições físicas para que festas e eventos culturais sejam feitos, além de incentivar a implantação de escolas para descobrir talentos. Destinar os impostos pagos por empresas para cultura e esporte sempre são iniciativas válidas. Seria um valor destinado ao governo e que pode ser investido em ações práticas, sem burocracia.



**Rogério Noyvas**  
(PV)

Tenho sido insistente na proposta de mudança na gestão do Estado, adotando práticas usuals da iniciativa privada. No lamentável caso do Centro Integrado de Cultura, a gestão focou as obras como objetivo. No nosso entendimento, o foco é disponibilizar acesso à cultura e, portanto, a obra, a reforma, não tem qualquer relevância, mas sim, a conclusão. Em relação à obra em si, do que conheço, o que falta mesmo é vontade política e responsabilidade, decisão que pode viabilizar sua conclusão em quatro ou cinco meses, sob quaisquer condições climáticas ou orçamentárias.

Claro que sim. Cultura representa valor, respeito e história. Santa Catarina tem valor no seu território e na sua gente. Cabe então, ao Estado, fazer a sua parte, apoiando iniciativas das pessoas envolvidas e comprometidas com cultura. Todos apreciamos um bom espetáculo teatral, principalmente quando feito por artistas catarinenses. O artista, o produtor cultural precisa de apoio para nos premiar com o seu talento, e lei de incentivo é ferramenta importante para isso. Precisamos mais: de ambientes de produção, escolas de formação, de apoio verdadeiro ao setor.



**Valmir Martins**  
(PSOL)

A reforma é questão vital no campo cultural. O fato de o orçamento inicial já ter sido ultrapassado não se constitui novidade quando se analisa as obras com contratos em andamento. Já virou regra geral. Fico impressionado que tanto o Tribunal de Contas quanto o Ministério Público não façam nada ou só se manifestem depois que tudo passou e que os recursos públicos escorram pelos rios da incompetência. Se eleitos, tomaremos providências imediatas para concluir a reforma e devolver o CIC à população. Hoje, é difícil determinar uma data específica para a obra.

A cultura precisa de estímulo e apoio diretos. Entendo, inclusive, que temos o dever de resgatar os antigos festivais culturais. O festival da canção é um exemplo disso. Temos que estimular esses eventos porque, além de proporcionar lazer e prazer à população, eles colaboram para o surgimento de novos talentos. Com o cinema, o teatro, a dança e as mais diversas tradições culturais não deve ser diferente. Além disso, pretendemos estudar o orçamento geral do Estado para estipular, em lei, um percentual mínimo de investimentos para a área da cultura.



## Matéria 6- “Jorginho Mello chega ao governo” – publicada em 10/11/2009

| 6 |

DIÁRIO CATARINENSE &gt; SÁBADO | 10 | OUTUBRO | 2009

## Política &gt;

politica@diario.com.br

Câmara decide que não  
terá cartão corporativo

Página 8

Editor: Roberto Azevedo &gt; (48) 3216-3550. Subeditor: Celso Bevilacqua &gt; (48) 3216-3551

**Administração** Deputado comandará o Estado durante viagem do governador

## Jorginho Mello chega ao governo

RENÉ MÜLLER

de Oeste

Quem é ele

O presidente da Assembleia Legislativa Jorginho Mello (PSDB) quis e conseguiu: transferiu a posse como governador do Estado de Florianópolis para Herval d'Oeste, sua terra natal.

O governador Luiz Henrique da Silveira (PMDB) empousou o deputado em plena Praça da Estação Ferroviária do município, local pelo qual Jorginho tem carinho mais do que afetivo.

As lágrimas, ele explicou por que apedia para levar a cerimônia para lá, a 415 quilômetros da Capital. Lememorou o que aconteceu ali, há quatro décadas. Seu pai, Osmar, trabalhava no armazém ao lado da praça. A construção hoje abriga uma unidade da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). A praça era o local onde, garoto, o deputado começou a trabalhar vendendo pa-

> Nasceu em Herval d'Oeste em 1958  
> Presidente da Assembleia Legislativa desde 1º de fevereiro deste ano  
> Está em sua quarta legislatura como deputado estadual  
> Começou sua carreira política aos 18 anos, quando foi eleito vereador de Herval d'Oeste, ocupando a presidência da Câmara Municipal no mesmo mandato, entre 1977 e 1979  
> É formado em Direito e Estudos Sociais  
> Foi funcionário de carreira do BESS

çoquinha. Depois, chegou a apontar o dedo do bicho, vender fixador de cabelo – feito artesanalmente, com gotas do perfume “emprego do pai”. Tanto que uma das faixas penduradas à frente do palco lembrava que Mello passava de “vendedor de passcoquinha à governador”.

A cerimônia, simples, foi acompanhada por 300 pessoas. Dali, Jorgi-



Na praça em que, quando criança, vendeu paçoquinha, Jorginho Mello recebeu o governo do Estado de Luiz Henrique

nho logo foi para Chapeço, onde, na condição de governador, participava da abertura da Exposição Fita Agropecuária, Industrial e Comercial. Luiz Henrique embarca hoje para um roteiro de 16 dias pela Europa. Jorginho vai governar o Estado por 10 dias, até a volta do vice-governador Leonel Pavan (PSDB) do exterior.

**Expectativa de chegar ao cargo eleito pelo povo**

O governador em exercício pretende girar por um grande número de cidades. A agenda já divulgada prevê a passagem por oito municípios até segunda-feira. Terça-feira, tem agenda em Florianópolis e quarta e quinta-feira, quer visitar as 13 cidades

que integram a Associação dos Municípios do Meio-Oeste Catarinense (Amoco). Receberá também o título de cidadão de Joaçaba.

Jorginho relembrou o passado político, e não fez segredo das pretensões futuras. Já se apresenta como pré-candidato à Câmara, mas não nega que pode ser escolhido para compor uma chapa majoritária. E também confessa que, se o destino deixar, gostaria de disputar o governo.

– Olha, se o Pavan for eleito (governador), não vai poder se reeleger em 2014. E também quem está na frente, quando não consegue, tem que abrir espaço para o que vem detrás. Quem sabe... – respondeu em entrevista coletiva, questionado pelo prefeito de Joaçaba, Rafael Lagete (DEM).

No discurso de posse, o governador Luiz Henrique da Silveira disse que trazia a cerimônia para Herval d'Oeste para homenagear os homens públicos da região, citando entre outros o ex-deputado estadual Paulo Stuart Wright, desaparecido político em 1973, e os irmãos Irai e Nordeão Zilio, já falecidos.

– Deputado Jorginho, você chega ao topo após 15 anos de luta intermitente. É raro o dia que o deputado não me procura ou telefona fazendo algum pedido, nunca a seu favor. Em todas as obras aqui está o dedo do deputado. Sua insistência, até mesmo impertinência, é em prol do seu povo – disse o governador.

• rene.muller@diario.com.br

## Três momentos



Emocionado ao lembrar do tempo em que ajudava a família, Prestigiado, recebendo o carinho da população. Feliz, sob a proteção de Jesus Cristo, durante entrevista coletiva

| Entrevista | Jorginho Mello |  
GOVERNADOR INTERINO

## “Percorrerei o Estado até dia 21”

Pouco antes de assumir a administração do Estado, o deputado Jorginho Mello conversou com os jornalistas sobre o momento especial.

**Diário Catarinense** – O que o senhor pretende fazer nesses seus 10 dias como governador?

**Jorginho Mello** – Até o dia 21, quando entrego o cargo, vou dormir todo dia às 2h e acordar às 6h. Vou percorrer o Estado. Aqui no Meio-Oeste, vou visitar todos os municípios da Amoco na quarta e quinta-feira.

**DC** – O senhor é candidato a deputado federal? Pode ser candidato na chapa majoritária?

**Mello** – Sou pré-candidato a deputado federal. Já exerci quando mandatos na Assembleia, fui eleito presi-

dente da Casa com 40 votos. Agora, o pensamento é Brasília, é lá que estão os recursos do país. Quero fazer uma eleição modesta mas vencedora. No Senado, a primeira vaga é do governador Luiz Henrique. Mas eu fui lembrado numa pesquisa recente, fiquei contente, claro. Chapa majoritária é complicado, e quem está no jogo não pode se furtar se for convido.

**DC** – O senhor vai encaminhar algum projeto para o Legislativo no seu período como governador?

**Mello** – Três-feira levei à Assembleia um projeto pronto, sobre bolsas de estudo, para contemplar as universidades. Hoje, 23 mil alunos estudam graças ao artigo 170. Pelo projeto, o governo vai comprar os créditos educacionais por 30% do valor.

**Matéria 7 – “Interino com uma agenda de candidato” - publicada em 12/11/09**

| 6 |

DIÁRIO CATARINENSE &gt; SEGUNDA-FEIRA | 12 | OUTUBRO | 2009

# Política >

politica@diario.com.br

**Filho de Sarney interfere em contatos de ministro**

Página 8

**Governa não deixa**

Editor: Roberto Azevedo &gt; (48) 3216-3550.

**Administração** Em 11 dias no governo, Jorginho Mello aproveita a visibilidade

## Interino com uma agenda de candidato

ANA MINOSSO

O governador em exercício, Jorginho Mello (PSDB), aproveitou a visibilidade que o cargo lhe dá para turbinar a candidatura a deputado federal.

Presidente da Assembleia Legislativa, Mello é governador em exercício desde sexta-feira à tarde por conta de um acordo político que levou o governador Luiz Henrique (PMDB) para missão no Leste Europeu e o vice-governador Leonel Pavan (PSDB) aos Estados Unidos.

De sua base eleitoral, Joaçaba, onde tem se instalado desde a posse, Mello disse que a oportunidade de assumir o comando do Estado é um privilégio para a Assembleia, para os deputados e para si próprio: “É um ‘prestigiamento’ a minha pessoa, não tenho dúvida disso, e político é assim: todos os momentos que a gente tem para ganhar de imagem, de abrangência, a gente aproveita, não tenho dúvida. Claro que isso faz bem, é bom e ajuda.”

### Agenda de festas e de procissão

Desde que pegou a caneta, o governador em exercício já passou por Chapecó, Treze Tílias, Cunha Porã, São José do Cedro e retornou a Joaçaba. Participou das principais festas da

Região Oeste – a Efapi, em Chapecó e a Tirolefest, em Treze Tílias – e hoje desloca-se para outras tantas.

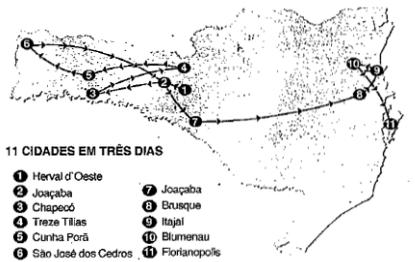
De manhã, estará na procissão de Nossa Senhora Aparecida, em Campos Novos. Depois, fará o roteiro das festas na região do Vale do Itajaí. Passará na Fenarceco, em Brusque, na Maréjada em Itajaí e termina a tarde na Oktoberfest, em Blumenau. Disse que, se pudesse, visitaria todos os 293 municípios.

É praxe no Centro Administrativo programar a agenda dos governadores interinos de olho em suas bases eleitorais. Os compromissos incluem visitas e entregas de pequenos serviços como convênios, ordens de serviços ou protocolos de intenções.

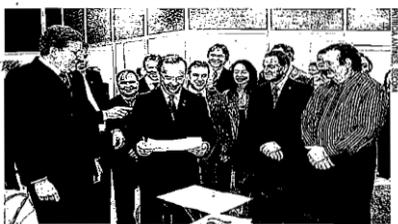
O governo do Estado divulgou, no site [www.sc.gov.br](http://www.sc.gov.br) que Jorginho liberou R\$ 2 milhões para o Vale do Rio do Peixe. De todas as assinaturas estampadas por ele nos últimos três dias, apenas cinco continham recursos de fato – dinheiro para as despesas da Efapi e da Tirolefest, para os carnavalescos, para os bombeiros voluntários e para a compra de uma ambulância (R\$ 890 mil).

A liberação de R\$ 1 milhão para a construção de um centro de eventos em Treze Tílias não foi feita de imediato. O governo vai liberar 10 parcelas de R\$ 100 mil conforme for o andamento da obra.

ana.minosso@diario.com.br



### Assinaturas e homenagens



#### Chapecó

- ✓ Segunda ordem de serviço para as obras da Escola Estadual Básica Bom Pastor, no valor de R\$ 6,3 milhões
- ✓ Repasse de R\$ 708 mil para a construção de três novos pavilhões na Efapi
- ✓ Entregou R\$ 400 mil para a realização da Efapi



#### Joaçaba

- ✓ Protocolo de intenções para uma unidade do Corpo de Bombeiros Militar no Aeroporto de Joaçaba. Não há valor definido
- ✓ Entregou primeira parcela de R\$ 330 mil para o Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste. Valor total será de R\$ 1 milhão



#### Treze Tílias

- ✓ Assinou convênio para a compra de uma ambulância no valor de R\$ 88 mil
- ✓ Liberou R\$ 50 mil para as despesas da Tirolefest
- ✓ Assinou convênio para a construção do centro de eventos da região. A obra custará R\$ 1 milhão, serão 10 parcelas de R\$ 100 mil liberadas conforme a obra for construída
- ✓ Repercebu R\$ 22 mil para os bombeiros voluntários

Revista Governo do Estado, secretarias regionais e Assembleia Legislativa

#### O que são os termos assinados pelo governador em exercício

Protocolo de intenções – Registro entre o Estado e prefeitura, por exemplo, para realizarem juntos obra ou serviço

Convênio – Acordo que disciplina a transferência de recursos entre dois órgãos públicos

## Matéria 8 – “Queda de Jorginho em dia de devoção” - publicada em

13/10/2009

| 8 | Política &gt;

DIÁRIO CATARINENSE &gt; TERÇA-FEIRA | 13 | OUTUBRO | 2009



1) No momento da queda, por volta de 10h30min, Jorginho estava no palco com nove pessoas, além de cinegrafistas e fotógrafos 2) No hospital, com dores na perna esquerda e hipertensão, foi medicado 3) O filho de Jorginho, o advogado Felipe, foi recebê-lo no aeroporto em Florianópolis, às 15h30min 4) Instalado no apartamento do filho, o governador em exercício recebeu telefonemas de amigos

**Acidente** Governador em exercício caiu de um palco em Campos Novos e terá de imobilizar a perna durante 15 dias

## Queda de Jorginho em dia de devoção

ANA MINOSO \*

O governador em exercício, Jorginho Mello (PSDB), vai manter a agenda de governo para esta terça-feira, depois do susto da manhã de ontem. Ele foi uma das pessoas feridas na queda de um palco, montado para a missa em homenagem a Nossa Senhora Aparecida, em Campos Novos, no Meio-Oeste.

Mello sofreu pequena fissura na mão e está com hematomas no joelho esquerdo. Além dele, outras nove pessoas, entre elas o prefeito, o vice e o secretário regional e um padre de Campos Novos estavam no palco no instante do desabamento.

Ninguém teve ferimentos graves. O major Renato Souza, ajudante de ordens do governador em exercício, sofreu trauma na região da virilha e a mulher do deputado Romildo Tilton,

Neiva, teve ferimento leve no braço. Após do acidente, a missa continuou a ser rezada e os festejos seguiram.

O médico Marco Aurélio Becher, que fez o atendimento de emergência por volta de 10h30min, no Hospital Doutor José Atanásio, em Campos Novos, informou que Jorginho chegou ao hospital sentindo bastante dor na perna esquerda e com pique de hipertensão. O governador estava nervoso porque, ainda ontem, precisava comparecer a outras três festas – Penárco, em Brusque, Marejada, em Itajaí, e Oktoberfest, em Blumenau. Foi medicado com morfina, recebeu antiinflamatórios e mandado no hospital até o início da tarde.

Uma aeronave do governo do Estado foi deslocada para o Aeroporto de Joaçaba, Jorginho e assessores chegaram a Florianópolis às 15h30min. A seguir, o governador em exercício foi levado ao apartamento do filho Felipe, onde permaneceu em repouso.

O médico recomendou repouso por 15 dias, usar uma joelheira na perna esquerda e mantê-la estendida o máximo de tempo possível. Mello, conhecido pela sua obstinação e vontade de aproveitar ao máximo a interinidade, deve cumprir a recomendação em parte. Hoje pela manhã, Jorginho passa por novos exames.

– Eu quero manter a agenda a partir de amanhã (hoje). Tenho que continuar trabalhando. Para isso, só preciso da cabeça e do coração – disse Jorginho no final da tarde de ontem.

O governador em exercício afirmou que só vai verificar o que aconteceu com o palco hoje.

– Não sei se é o caso de responsabilizar alguém. Foram pessoas abnegadas que organizaram, pessoas que têm fé. Não houve intenção de que aquilo acontecesse – finalizou.

\* Colaboraram Francine Caduro e Renê Müller

### Imprevisto

**Estavam no palco**

- > Jorginho Mello
- > Major Renato Souza
- > Deputado Romildo Tilton
- > mulher, Neiva Tilton
- > Alcélio Mantovani, secretário
- > Profeta Vilbardo Erich Schmidt e a primeira-dama, Estilamar Salvador
- > Vice-prefeito Jairo Luft e a mulher, Rosângela Luft
- > Padre Nelson
- > Cinegrafistas e fotógrafos

### Igreja assumiu a culpa

A Polícia fez uma perícia ontem à tarde no palco, em Campos Novos. Os responsáveis pela montagem de estrutura devem ser responsabilizados com a assessoria de imprensa do governador.

– Percebe-se que não foi feito um cálculo para descobrir qual a capacidade de pessoas que o palco suportaria. Certamente havia muito peso para a estrutura. Vamos descobrir se foram comeditos ormes como lesão ouposta ou exposição ao perigo – disse o delegado Marcelo Amêdo.

O tesoureiro do Santuário Nossa Senhora Aparecida, Sérgio Andreoli, disse que a montagem do palco é responsabilidade da Igreja Católica. Há anos, a estrutura é feita de improviso, sem avaliação sobre quantas pessoas podem ficar em cima com segurança.

– Se a culpa é do alguém, é da Igreja. A partir deste momento, temos de pensar em algo definitivo e seguro a todos.

## Homenagem a Nossa Senhora é constante

Devoto de Nossa Senhora Aparecida – daqueles que carrega a imagem da santa na lapeira do paletó –, Jorginho Mello viaja todo 12 de outubro para Aparecida do Norte (SP), para acompanhar as homenagens à Padroeira do Brasil.

A interinidade no governo fez com que mudasse os planos e acompanhasse a cerimônia em Campos Novos. A festa reuniu cerca de 50 mil fiéis, segundo a Polícia Militar.

Antes de subir no palco, os políticos acompanharam os fiéis por três quilômetros do Centro até o Santuário, no bairro que leva o nome da Santa. A estrutura em madeira tinha dois metros de altura e foi erguida no dia anterior. A responsabilidade pelo palco era da Igreja Católica, organizadora da festa, informou o secretário regional Alcides Mantovani (PMDB). Jorginho Mello é presidente da Assembleia Legislativa e permanece no comando do Estado até segunda-feira, dia 19. Um acordo político permitiu que ele assumisse o governo desde sexta-feira porque o governador Luiz Henrique (PMDB) viajou ao Leste Europeu e o vice, Leônidas Pavan (PSDB), aos Estados Unidos.

## Matéria 9 – “Agenda será cumprida” publicada em 14/10/1009”

DIÁRIO CATARINENSE &gt; QUARTA-FEIRA | 14 | OUTUBRO | 2009



Jorginho foi ontem à Assembleia Legislativa entregar sete projetos, ignorando o repouso recomendado pelos médicos

**Legislativo** Após acidente, intenção do governador em exercício, Jorginho Mello, é manter viagens programadas

## Agenda será cumprida

NATÁLIA VIANA

Com o auxílio de duas muletas, o governador em exercício, Jorginho Mello (PSDB), foi ontem até a Assembleia Legislativa para entregar sete projetos de lei. Apesar do acidente de segunda-feira, o tucano afirma que cumprirá toda a agenda programada.

Depois de um dia dedicado a despachos internos, Mello segue hoje para a região Oeste.

O governador em exercício explica que os projetos de lei que foram encaminhados são propostas que ele gostaria de ter feito como deputado,

mas não teve oportunidade pelas limitações legais. Um dos projetos determina prazo de 60 dias para que o Estado conceda aposentadoria aos servidores que cumprirem todos os requisitos legais. Hoje, os trabalhadores da Educação já têm este direito e a intenção é que o benefício seja estendido a todos os servidores.

Mello contou que recebeu telefonemas do governador Luiz Henrique da Silveira e do vice Leonel Pavan, ambos em viagem internacional. Os dois teriam visto pela internet as imagens do acidente com o palanque em Campos Novos, mas Mello os tranquilizou. Pela manhã, o governador em exercício também conversou com o secretário-adjunto da

Segurança Pública, Paulo Roberto Neves, e solicitou que não fossem levadas adianté as investigações sobre o acidente. Para ele, não faz sentido criminalizar os responsáveis, já que o palanque foi construído pela igreja em regime de mutirão. Além da ida à Assembleia, Mello também visitou o Tribunal de Justiça e o Tribunal de Contas do Estado.

O laudo sobre o acidente deverá ser entregue ao delegado Marcelo Arruda hoje pela manhã. Arruda afirma que só poderá continuar as investigações se houver uma representação criminal, o que ainda não ocorreu.

natalia.viana@diario.com.br

## Matéria 10 – “Votação extremamente rápida” - publicada em 15/10/2009

| 6 |

DIÁRIO CATARINENSE &gt; QUINTA-FEIRA | 15 | OUTUBRO | 2009

## Política &gt;

politica@diario.com.br

Gratificação vira  
polêmica na Capital  
Página 13

Editor: Roberto Azevedo &gt; (48) 3216-3550. Subeditor: Celso Bevilacqua &gt; (48) 3216-3551



Ontem à tarde, parlamentares concluíram da forma inédita e com muita rapidez a votação do projeto que concede bolsas aos estudantes universitários de SC

**Legislativo** O projeto de autoria de Jorginho Mello, que concede bolsas para alunos carentes em universidades, levou menos de 24 horas para ser aprovado

## Votação extremamente rápida

ANA MINOSSO

O governador em exercício, Jorginho Mello (PSDB), e os deputados estaduais catarinenses fizeram uma manobra de causar inveja aos pilotos de Fórmula-1, que se preparam para correr no Brasil: aprovaram com extrema velocidade projeto de autoria de Jorginho Mello em menos de 24 horas, algo inédito nos 175 anos do Parlamento.

Emais: a nova lei deve ser sancionada ainda hoje pelo próprio Jorginho na condição de governador interino. A proposta prevê que o governo do Estado retire R\$ 0,3% dos recursos do Fundo Social e compre vagas nas universidades para estudantes carentes.

Hoje, o Estado já dá bolsas de estudo aos carentes por meio do farto 170 e também bolsas para pesquisa, mestrado e doutorado para os já formados. A diferença é que o

governo prepará dinheiro do Fundo Social para comprar vagas remanescentes do vestibular que não são preenchidas. A consultoria legislativa da Assembleia, que redigiu o projeto, estima que 5,5 mil alunos serão beneficiados. A previsão é de investir de R\$ 9 milhões a R\$ 12 milhões na compra de vagas.

Um projeto normal, sem polêmica, leva de 45 a 90 dias para ser apreciado no Legislativo. Houve um esforço concentrado dos deputados para

aprovar a proposta do deputado, que é presidente da Casa e por isso está no comando do Estado enquanto o governador Luiz Henrique (PMDB) e o vice, Leonel Pavan (PSDB), viajam pelo exterior.

Foi à Assembleia na terça-feira à tarde entregar o projeto. Ontem pela manhã, as comissões de Justiça, Finanças e Educação reuniram-se, aprovaram a proposta e a encaminharam para a sessão plenária da tarde. Lá, foi aprovado com 25 votos.

### A história se repete

O que é

✓ O projeto prevê que o governo do Estado retire 0,3% dos recursos do Fundo Social para comprar vagas nas instituições de ensino superior

✓ Essas vagas serão destinadas como bolsa de estudos integral para alunos comprovadamente carentes

✓ O Fundo Social arrecada em torno de R\$ 260 milhões por ano

✓ Estimativa é de que em 2010 sejam destinados entre R\$ 9 milhões e R\$ 12 milhões para 5,5 mil estudantes

Relembra

✓ Em outubro de 2005, o então presidente da Assembleia, Julio Garcia, assumiu o governo do Estado por 12 dias, durante viagem do governador Luiz Henrique e do vice-governador Eduardo Moreira ao exterior

✓ Como governador em exercício, Garcia foi à Assembleia entregar um projeto de lei que garante 1% dos recursos do Fundo Social às Apaes

✓ Desde então é distribuído cerca de R\$ 1 milhão por mês para as 165 Apaes, de acordo com o número de alunos de cada unidade

✓ A lei leva o nome genérico de “Lei Julio Garcia”. Há dois meses, o deputado foi eleito conselheiro do Tribunal de Contas do Estado

## Uma homenagem ao deputado

A rapidez da aprovação chegou a virar alvo de piadas e risos no Parlamento, mas nenhum deputado vê oportunismo na ação do governador-presidente.

Para o líder do Partido Progressista, Joaze Ponicelli, foi uma homenagem para Jorginho.

— Não é oportunismo, se ele está na plenitude do cargo tem poder para exercê-lo. Ele (Jorginho) não forçou, não pediu, a gente que quis homenageá-lo — disse Ponicelli, argumentando que a lei aprovada fará uma distribuição transparente dos recursos.

Alguns deputados lembraram que o ex-presidente Julio Garcia também fez o mesmo ao assumir o governo, em outubro de 2005, criando o “lei das Apaes”, conhecida no meio político como Lei Julio Garcia.

O deputado Sérgio Grandó (PPS), ao defender o projeto ontem à tarde, no plenário, chamou-o de “Lei Jorginho Mello”, e institucionalizou aquilo que o governador-presidente havia cochichado a assessores mais próximos, de que também quer ser reconhecido pelo feito.

Em entrevista no início da semana, Jorginho Mello garantiu que sua

interinidade de 10 dias no comando do Estado será “a mais discreta possível”. Desde que assumiu em Herval d’Oeste, sua base eleitoral, na sexta-feira à tarde, Jorginho já percorreu dezenas de municípios e ganhou visibilidade nacional ao cair do palco que desabou em Campos Novos, durante uma missa.

— Ontem à noite, recebi na Câmara de Vereadores de Joaçaba, o título de cidadão joaçabense. Mancando, o presidente-governador deve sancionar hoje, dia do professor, a sua lei recém-aprovada e outra que complementa o piso salarial dos professores.



Jorginho Mello estava em Ibitaré, no Melo-Deste, assinando vários convênios

## Matéria 11 – “Revezamento no poder” – publicada em 21/11/2009

DIÁRIO CATARINENSE &gt; QUARTA-FEIRA | 21 | OUTUBRO | 2009

Política &gt; | 7 |



Os tucanos Leonel Pavan e Jorginho Mello (D) se cumprimentam na rápida solenidade de transmissão de cargo ontem

FOTOGRAFIA: WOLFFSON

Entrevista | Jorginho Mello |  
PRESIDENTE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

## “Meu candidato em 2010 é Leonel Pavan”

*Depois de 10 dias como governador, o deputado Jorginho Mello retornou, ontem, à presidência da Assembleia Legislativa. Entre brincadeiras sobre sua preferência por determinadas cores e ditados repetidos por seus pais, ele fez um balanço do período à frente do Executivo. Confira os principais trechos da entrevista:*

**fosse governador interino?**

**Jorginho** – O fato de eu estar como governador interino não tem nada a ver com isso. Um projeto que vai beneficiar milhares de pessoas não pode ser considerado polêmico. Eu não aumentei a despesa do governo, eu simplesmente mudei o foco. Não tem uma viagem que eu faça que não venha um pai, uma mãe, dizer que não consegue pagar a faculdade do filho. Espero que os estudantes se unam para cobrar esta contribuição dos empresários.

**Diário Catarinense** – Como o senhor avalia o período em que esteve como governador?

**Jorginho Mello** – O balanço foi extremamente positivo, na minha opinião. Foi uma homenagem que o Luiz Henrique e o Pavan fizeram à Assembleia. Durante 10 dias, tive o privilégio de ser o governador deste Estado maravilhoso.

**DC** – E quanto a escolha da sua cidade natal, Herval d'Oeste, para oficializar a posse? O senhor teve algum motivo especial?

**Jorginho** – Eu fui um menino pobre, vendi peçoquinha naquela praça. Fui para lá para dividir com aquele povo a alegria do momento. Só isso. Não teve mais nenhum motivo. As pessoas foram porque quiseram dividir esse momento comigo.

**DC** – Conseguiu cumprir a agenda de vistas?

**Jorginho** – Sim. Cumpri todos os compromissos, sem inventar ações. Prometi que iria fazer isso e, mesmo com a perna machucada, consegui levantar todos os dias às 6h. Emagreci quatro quilos, isso foi positivo.

**DC** – Gostou de estar no Executivo? Pensa em se candidatar, quem sabe no ano que vem?

**Jorginho** – Sou pré-candidato a deputado federal no ano que vem, já informei meu partido. É apenamente ser governador, mas meu candidato em 2010 será Leonel Pavan, até as pedras sabem disso. Minha candidatura poderá vir mais tarde.

**DC** – Como o senhor avalia o projeto sobre os recursos do Fundo Social aprovado em tempo recorde? Conseguiu isso se não

**Executivo** Deputado Jorginho Mello retorna ao comando da Assembleia e repassa cargo de governador ao vice Pavan

# Revezamento no poder

GRAZIELE DAL-66

O deputado Jorginho Mello repassou ontem o comando do Executivo ao vice-governador Leonel Pavan, que fica no cargo até Luiz Henrique da Silveira voltar da viagem oficial à Europa, no domingo.

Deixou como legado a Pavan, pré-candidato ao governo em 2010, o projeto que prevê o destino

de 0,3% dos recursos do Fundo Social aos estudantes carentes. Matéria de sua autoria e aprovada durante o exercício como governador.

— O meu período na interinidade não tem nada a ver com isso. Eu não aumentei despesa, apenas mudei o foco — disse Jorginho.

Pavan disse ter ficado surpreso com a rapidez com que a matéria passou pela Assembleia, mas que por se tratar de um projeto social havia ficado feliz com a decisão.

— Agora precisamos fazer um estudo para avaliar o impacto econômico disso. Dependendo do resultado, podemos até ampliar esse benefício.

Sobre a visita oficial aos Estados Unidos, Pavan avaliou que muitas iniciativas aplicadas no país podem ser importadas para Santa Catarina. Uma delas, e a que mais chamou a atenção do governador em exercício, é a que legaliza o “bico” dos policiais.

g.raziele.br@diario.com.br

Matéria 12 – “Caso IPUF – Contrato vai ser extinto” - publicada em 05/08/2010

Política

DIÁRIO CATARINENSE, TERÇA-FEIRA, 3 DE AGOSTO DE 2010

# CASO IPUF Contrato vai ser extinto

Fim da parceria entre prefeitura e ONG para restaurar antigo prédio da Câmara deve ser publicada hoje no Diário Oficial

CRISTINA VIEIRA

Não houve má-fé de quem elaborou o termo de parceria entre a prefeitura de Florianópolis e o Instituto DiversCidades, que tinha como objetivo restaurar o antigo prédio da Câmara de Vereadores da Capital. Ao mesmo tempo, não se sabe quem é o autor do documento.

Esses são os dois principais pontos do relatório entregue, ontem, ao prefeito Dário Berger pelo procurador Jaime de Souza. O documento justifica a rescisão do contrato. «... deve ser publicado hoje no Diário Oficial. O procurador afirma saber que o documento foi elaborado na Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano, comandada por José Carlos Rauhen, mas não conseguiu identificar o autor do texto.

« Eu não tenho condições de ler tudo o que chega para assinar. Quando o princípio da confiança é quebrado, eu tenho a prerrogativa da demissão. Na apuração que o doutor Jaime fez não há comportamento que aponte para quebra de confiança. O Rauhen permaneceu – disse o prefeito.

A permanência de Rauhen era questionada. Ele assinou o documento junto com o prefeito. O filho de Rauhen chegou a visitar a obra e poderia ser contratado pela DiversCidades para fazer o cronograma físico-financeiro. Berger afirmou que vai dar um passo de cada vez, referindo-se ao fato de que, se for identificado o autor do documento, este poderia ser punido. O procurador afirma que não houve má intenção ao justificar que a parceria foi escrita por “pessoas inexperientes”, que cometeram erros mas com uma intenção “elogiável”.

« Me parece um documento elaborado por arquitetos e engenhei-



**JAIME DE SOUZA**  
Procurador

“Se havia intenção de lá na frente se apropriar de recursos, não é possível afirmar isso agora.”



**DÁRIO BERGER**  
Prefeito da Capital

“Não há comportamento que aponte quebra de confiança. O Rauhen permaneceu.”



**CRISTINA PIAZZA**  
Arquiteta

“Se a rescisão foi pela moralidade, não seria justo que todos os envolvidos tivessem idêntica sorte?”

ros inexperientes. Esse termo nunca passou por mim. Mas se havia intenção de, lá na frente, se apropriar dos recursos, não é possível afirmar isso agora – disse o procurador.

Segundo Souza, os erros passam por não ter um documento que explique a falta de licitação para a escolha da ONG e a não-publicação no Diário Oficial. Ele também aponta para a falta de moralidade na participação da arquiteta Cristina Maria da Silveira Piazza, que é presidente da ONG.

O procurador afirma que ela participou do acordo enquanto era diretora de Planejamento do Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IpuF), setor com relação direta com a restauração do prédio.

Sobre Piazza, o parecer da procuradoria diz ainda que ela não assinou o documento (sua atribuição como presidente da entidade) para mascarar sua participação.



## O convênio, o relatório, as explicações

### O QUE PREVIA A PARCERIA ENTRE A PREFEITURA E A DIVERSIDADES

• O termo de parceria, motivo de polêmica, foi assinado em 27 de janeiro, entre a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano e a DiversCidades para restaurar o antigo prédio da Câmara de Vereadores e também instalar o Museu da Cidade. Naquela ocasião Cris-

tina Piazza era diretora do IpuF e também presidente da ONG.

• O contrato de R\$ 25 milhões previa que a ONG receberia 10% do valor (R\$ 2,5 milhões) para administrar a restauração.

• O documento foi assinado pelo secretário José Carlos Rauhen e pelo prefeito Dário

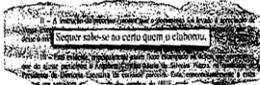
Berger. Eles afirmaram que não sabiam que Cristina pertencia a entidade. A informação estava na primeira página do termo.

• Em 15 de junho, Diário Oficial/Cristina Piazza e mandou revogar o termo de parceria.

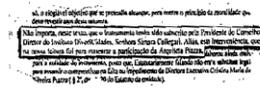
• A rescisão do contrato deve ser publicada hoje no Diário Oficial.

### O QUE DIZ O RELATÓRIO DO PROCURADOR

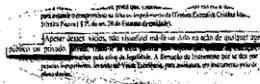
Não foi identificado o autor do texto



### Assinatura no documento



### Não houve má-fé



### Na resposta enviada ao DC, a arquiteta fez outros comentários relacionados ao termo de parceria.

“Tanto o prefeito Dário Berger quanto o secretário Rauhen sempre tiveram plena consciência de que a ex-Diretora do IpuF e a presidente da diretoria executiva do Instituto DiversCidades eram a mesma pessoa. Embora não tenha assinado, level o termo pessoalmente ao prefeito, em seu gabinete, para assinar, sendo que o secretário Rauhen assinou na minha sala. Sugiro averiguar em as câmeras de segurança do gabinete do prefeito e do IpuF, ou as câmeras do IpuF na data.”

### DÁRIO E RAUHEN

“Ficasse-se que a arquiteta Simara Callegari ocupou o cargo mais relevante do Instituto, presidente do conselho diretor, bem como faz parte da diretoria executiva.”

### RECURSOS PARA A OBRA

“O acordo não fere nenhum dos princípios da Administração Pública, porque não foi prometida, nem destinada, nenhuma gratificação para acelerar ou facilitar o processo de assinatura do termo. Não há dolo ou má fé no ato, cujo termo foi alterado em sua redação final pelo responsável pela elaboração.”



Matéria 14 – “Caso IPUF – Vereador quer cassar Dário” - publicada em 05/08/2010

18 Política

DIÁRIO CATARINENSE, QUINTA-FEIRA, 5 DE AGOSTO DE 2010

# CASO IPUF

## Vereador quer cassar Dário

Árvore, Bocelli e restauração do antigo prédio da Câmara embasam o pedido. Prefeito diz que falta consistência jurídica

CRISTINA VIEIRA

Não será por falta de agilidade que o caso IpuF ficará na gaveta. Eram 17h de ontem, quando o vereador de oposição João Amin (PP) protocolou um pedido de cassação do prefeito Dário Berger (PMDB) na Câmara.

Às 19h, o presidente da casa, Gean Loureiro, colocou o documento para leitura na pauta na sessão. O prefeito, aliado de Loureiro, já havia lido o requerimento.

A agilidade de Dário e seus apoiadores se dá porque eles não acreditam que o *impeachment* irá adiante. O prefeito tem maioria na Câmara. A oposição varia entre três e cinco vereadores do total de 16. Dário disse que o pedido de Amin não tem sustentação jurídica.

– Isso é uma irresponsabilidade. É um absurdo, uma atitude indecente de quem não tem nenhum apreço



JOÃO AMIN (PP)  
Vereador

“  
O prefeito não tem mais condições morais de permanecer no cargo.”



DÁRIO BERGER (PMDB)  
Prefeito de Capital

“  
É um absurdo, uma atitude indecente de quem não tem nenhum apreço pela cidade.”

pela cidade. Isso aqui não é brincadeira. É a prefeitura da Capital do Estado. Eu li o requerimento e ele não tem nenhuma consistência jurídica capaz de me levar ao *impeachment*. Já venci 19 turnos. Vou vencer o 20º agora – afirmou o prefeito, referindo-se a outros embates que venceu contra a oposição.

Amin: Uma dois episódios envol-

vendo Dário para formular o pedido de cassação: os contratos do show de Andrea Bocelli e da árvore de Natal do ano passado, que viraram objeto de ação do Ministério Público; e o termo de parceria assinado entre a prefeitura de Florianópolis e a ONG DiverSCidades, que estimava R\$ 25 milhões para a restauração do antigo prédio da Câmara. A entidade foi es-

colhida sem licitação e sem um processo administrativo que explicasse a falta de concorrência. Além disso, é presidida pela arquiteta Cristina Piazza, na época também diretora do IpuF. O acordo com o DiverSCidades foi assinado pelo prefeito e por José Carlos Rauhen, secretário de Meio Ambiente. Eles disseram desconhecer o conteúdo e a condição de Cristina. Reportagem publicada ontem no DC trouxe detalhes da agenda da arquiteta, que dão indícios de que Rauhen sabia que ela era coordenadora da ONG.

– O prefeito não tem mais condições morais de permanecer no cargo. Pelo que diz agora a ex-diretora do IpuF, ele mentiu descaradamente à população – afirmou o pepista.

Para o vereador, o episódio Bocelli/Árvore e o caso IpuF refletem conduta única, em que a prefeitura fugiu da licitação, superfaturou parcerias e falou com a verdade. No requerimento, Amin afirma que o prefeito se omitiu na defesa dos interesses da cidade.

### Provável trâmite

- **Requerimento** com pedido de cassação do prefeito foi entregue no setor de protocolo da Câmara de Vereadores.
- **O documento** foi lido na sessão de ontem no Legislativo.
- **Seguirá para** a análise da procuradoria da casa.
- **O procurador** dará um parecer sobre a legalidade do documento.

A partir daí, nem o vereador João Amin (PP), nem o presidente da Câmara, Gean Loureiro (PMDB), nem o procurador da casa, Aiceu de Oliveira Pinto Júnior suberam explicar o trâmite do processo.

- **O provável** percurso será montar uma comissão especial para avaliar o caso. Junta-se documentos para a defesa do prefeito. O relator emitirá um parecer propondo a cassação ou não.
- **Ao final**, a matéria deverá ir para votação em plenário.
- **Se cassado**, o prefeito pode recorrer na Justiça.

## ANEXO VII – Matérias “soltas” analisadas

**Matéria 15 – “A alimentação é a mesma, mas o vale...” - publicada em 11/11/2009**

6 |

DIÁRIO CATARINENSE &gt; DOMINGO 11 | OUTUBRO 2009

**Política >**  
politica@diario.

**Governo de SC presta contas em 36 seminários regionais**  
Páginas 14 e 15

Editor: Roberto Azevedo &gt; (48) 3216-3550. Subeditor: Celso Bevilacqua &gt; (48) 3216-3551



**Tribunal de Contas do Estado (TCE)**  
**R\$ 981,75**

➤ **Média diária (\*):** R\$ 44,62  
➤ **Forma de pagamento:** pago no salário, como abono alimentício.  
➤ **Quem recebe:** os servidores ativos e inativos, que totalizam 665 funcionários. Contabilistas e auditores não recebem.

O valor mais de dois salários mínimos (R\$ 465,00) é maior do que o mínimo regional (R\$ 679 na maior faixa).

(\* considerando somente dias úteis, em média 22 dias por mês)

**Assembleia Legislativa**  
**R\$ 927**

➤ **Média diária:** R\$ 42  
➤ **Forma de pagamento:** cartão magnético.  
➤ **Quem recebe:** servidores efetivos (711), aposentados (325) e comissionados (850). Deputados não recebem.

O valor corresponde a mais de sete vezes o menor do que o mínimo regional (R\$ 679 na maior faixa).

**Ministério Público**  
**R\$ 800**

➤ **Média diária:** R\$ 36,36  
➤ **Forma de pagamento:** no salário, como auxílio alimentação.  
➤ **Quem recebe:** servidores da ativa (711). Promotores e procuradores não recebem.

O valor corresponde a mais de um salário mínimo (R\$ 465,00) e é maior do que o mínimo regional (R\$ 679 na maior faixa).

**Tribunal de Justiça**  
**R\$ 600**

➤ **Média diária:** R\$ 27,27  
➤ **Forma de pagamento:** pago no salário.  
➤ **Quem recebe:** servidores ativos (5.155) e inativos (560), estes recebem metade do valor. Desembargadores e juízes não recebem.

O valor corresponde a mais de um salário mínimo (R\$ 465,00), mas é menor do que o mínimo regional (R\$ 679 na maior faixa).

**Governo do Estado**  
**R\$ 132**

➤ **Média diária:** R\$ 8,00  
➤ **Forma de pagamento:** pago no salário.  
➤ **Quem recebe:** todos os servidores da ativa (65 mil)

O valor representa cerca de um terço do salário mínimo (R\$ 465,00) e o mínimo regional (R\$ 679 na maior faixa).

## Administração

# A alimentação é a mesma, mas o vale...

**Poderes adotam critérios e formas diferenciados para conceder o benefício aos 74 mil servidores públicos em SC**

NATÁLIA VIANA

Como é nas empresas

O vale-alimentação é um direito do trabalhador. Mas uma análise do benefício pago aos 74 mil servidores públicos catarinenses chama a atenção para três aspectos: a diferença entre os valores pagos, a falta de critério de reajuste e o valor elevado concedido a algumas categorias.

Comparando o vale pago atualmente nos três Poderes, o maior valor corresponde a mais de sete vezes o menor. O Judiciário e o Legislativo são os mais generosos. Um servidor do Tribunal de Contas (TCE) recebe abono alimentação de R\$ 981,75. O benefício foi instituído em 1995 e está vinculado ao valor do menor piso do TCE e reajustado conforme o aumento deste piso.

Na outra ponta, os funcionários do Executivo têm direito a R\$ 6 por dia trabalhado, o que dá, em média, R\$ 132 por mês. O benefício foi estendido a todos os servidores em dezembro de 2000. Antes, somente os trabalhadores de algumas unidades tinham direito.

> O vale-alimentação não é uma obrigação legal do empregador, exceto nos casos previstos no contrato de trabalho ou na convenção coletiva.

> Quando o empregador concede o benefício e não desconta do trabalhador, o vale-alimentação ou refeição “se transforma em salário”, com reflexos nos encargos trabalhistas (como INSS e FGTS).

> Nos casos em que o valor não é todo pago pela empresa, o benefício passa a ser uma indenização e não pode ser incorporado ao salário.

> A lei diz que o desconto do vale não pode ultrapassar 25% do salário. A empresa pode fornecer o vale-refeição (restaurantes, padarias e similares) ou vale-alimentação (supermercados e mercearias).

Segundo o gerente de avaliação e controle funcional da Secretaria de Estado da Administração, Yanusa Wagner, quando foi instituído, o valor de R\$ 6 foi calculado com base no custo médio de uma refeição.

Naquele tempo, os servidores trabalhavam oito horas diárias (quatro de manhã e quatro à tarde), o que justificava a manutenção do valor, considerado suficiente para um lanche – afirma Yanusa.

Os servidores do Ministério Pú-

blico recebem, desde o ano 2000, o auxílio alimentação, que hoje é de R\$ 800. De acordo com a secretária geral do MP, promotora Cristiane Maestri Böell, na época da criação foi fixado um valor que passou à ter reajuste, em média, de dois em dois anos.

O último aumento foi em janeiro de 2008, calculado com base na capacidade financeira da instituição. Cristiane conta que está sendo feito um estudo de viabilidade para avaliar a adoção do cartão magnético, que facilitaria o controle.

natalia.viana@diario.com.br

## Alternativa aumentar o salário

Na prática, o vale-alimentação acaba se misturando ao salário. E o que era para ser um benefício para o trabalhador se transforma em política de reajuste salarial.

Na Assembleia Legislativa, o vale de R\$ 927 é entendido como um complemento ao salário e uma maneira de compensar o servidor quando um reajuste não é possível.

– Se não temos condições de aumentar o salário, melhoramos o vale, que não aumenta os encargos trabalhistas e tem impacto menor da folha de pagamento – explica o presidente da Casa, Jorginho Mello.

O reajuste do vale foi de 3%, em fevereiro deste ano. Não há critério para o aumento, feito com

base na capacidade orçamentária da Assembleia Legislativa.

O servidor parlamentar é o único que recebe o vale em cartão magnético e poderia usá-lo somente para a compra de alimentos. Mas, na prática, não é sempre que isso acontece. Muitos estabelecimentos aceitam trocar o vale por dinheiro imbutindo uma espécie de deságio (um valor em dinheiro, menor do que o vale).

**É para comprar comida, mas também eletrodomésticos**

Algumas lojas, que vendem alimentos e outros produtos, aceitam o vale como pagamento de eletrodomésticos e roupas. Mesmo assim, segundo a administração, o cartão torna mais fácil o processo de fisca-

lização e acompanhamento do uso, além de ser mais prático para o servidor. Jorginho Mello não considera o vale exagerado.

– Temos um bom vale. No Tribunal de Justiça, o vale de R\$ 600 também é considerado como política salarial e seu reajuste fica a critério da capacidade financeira. O benefício começou a ser concedido em maio de 1997 no valor de R\$ 200. Passou para R\$ 400 em novembro de 2000, quando também foi estendido aos inativos.

Desde setembro de 2004, o vale mantém o valor e, há dois meses, começou a ser descontado das diárias. A decisão foi tomada porque o TJ entende que o vale já supre as necessidades de alimentação do servidor para todo o mês.

## Matéria 16 – “Declaração de Bens” - publicada em 07/08/2010

10 Política

DIÁRIO CATARINENSE, SÁBADO, 7 DE AGOSTO DE 2010



# DECLARAÇÃO DE BENS

## Lei permite peças de ficção

Dispositivo criado para garantir transparência nas eleições mascara o patrimônio real de candidatos a cargos públicos

SIMONE KARFUNI

Embora exista para garantir transparência e o controle da evolução patrimonial de quem pretende ocupar cargos públicos, a legislação eleitoral permite que as declarações de bens de candidatos se tornem peças de ficção. Amparados pela lei, concorrentes declaram bens com valores abaixo dos de mercado.

Segundo os responsáveis pela Seção de Partidos Políticos do Tribunal Regional Eleitoral, a lei que rege as declarações de bens dos candidatos é a mesma que a Receita Federal impõe para o Imposto de Renda.

E garante, pelo princípio da transparência, a conferência, de uma eleição para a outra, da evolução no número de bens de um candidato, mas não a valorização real deles. Segundo o TRE, a Justiça Eleitoral também não tem como checar se os valores declarados são reais ou não.

A legislação permite distorções entre o valor do bem quando foi adquirido pelo candidato e o preço real de mercado no momento da declaração. Isso porque, segundo o delegado-adjunto da Receita em Florianópolis, Ari Sívio dos Santos, a Receita não permite a atualização do valor declarado de bens imóveis, que deve ser, por lei, aquele pago no ato da compra.

“O valor não pode ser alterado nem atualizado, a menos que sejam feitas beneficências ou reformas. Quando o imóvel for vendido, o ganho de capital tem imposto de 15%. Se comprou por R\$ 50 mil, vai declarar este valor até que venda o imóvel, por exemplo, por R\$ 500 mil, a diferença de R\$ 450 mil é que será tributada – explica o delegado. Com estas regras, a legislação tornou as declarações peças de ficção. Um

apartamento na Beira-Mar Norte, umas áreas mais nobres de Florianópolis, foi declarado pelo candidato ao governo Raimundo Colombo (DEM) por R\$ 72 mil, quando o imóvel mais barato na avenida custa R\$ 340 mil, segundo especialistas. A pedido do *Diário Catarinense*, que obteve as declarações de bens no site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), eles compararam os imóveis com equivalentes nas pautas das imobiliárias.

**Imóveis custam bem mais, segundo os especialistas**

O apartamento com área de 254,78 metros quadrados declarado pelo candidato ao Senado Tiago Bockl (PP) por R\$ 190.695,14 tem valor real de mercado próximo a R\$ 1 milhão. Duas salas conceituadas no Centro da Capital, declaradas pela candidata Angela Amin (PP) por R\$ 39.987,68 não custam, a preços atuais, menos de R\$ 100 mil cada.

Na declaração da pepista, o terreno com 1.066 metros quadrados no Bairro Bom Abrigo consta com valor de R\$ 37.106,49. Para os especialistas, dependendo da localização, o imóvel pode custar R\$ 300 mil. O apartamento da candidata Ideli Salvatti no Estreito foi considerado dentro do valor de mercado.

A Diretoria de Tributação Imobiliária da Secretaria Municipal da Receita da Capital atualiza regularmente o valor venal dos imóveis para a cobrança de IPTU. Segundo o diretor Wagner Fernandes, a intenção é manter os valores mais aproximados possíveis dos preços de mercado.

Essas atualizações permitiriam mais precisão na medição as declarações dos candidatos a cargos públicos, mas não podem ser utilizadas.

simone.karfuni@diario.com.br



Declarações de bens apresentadas à Justiça Eleitoral pelos candidatos

Angela Amin, Ideli Salvatti (ao centro) e Raimundo Colombo foram analisadas por profissionais do mercado imobiliária, a pedido do *Diário Catarinense*

## O que dizem os candidatos

Por meio da assessoria de imprensa, Colombo utilizou a lei para explicar os números da declaração de bens.

Diz a nota enviada ao DC: “O artigo 128 do regulamento do Imposto de Renda é bem claro ao falar que o custo dos bens ou direitos adquiridos, a partir de 1º de janeiro de 1992, até 31 de dezembro de 1995, será o valor de aquisição. O artigo 131 completa que não será atribuída qualquer atualização monetária ao custo dos bens e direitos adquiridos após 31 de dezembro de 1995. Então, não há correção desta data em diante, até porque não existe mais correção monetária. A declaração de bens que é entregue ao TRE é a mesma apresentada a Receita Federal, onde é vedada a correção do valor patrimonial”.

Angela afirma que a declaração de bens, em conjunto com o marido Esperidião

Amin, candidato à Câmara dos Deputados, foi atualizada no período correto.

– Atualizamos os dados há três anos. A nossa declaração é a mais transparente.

O marido e candidato à Câmara dos Deputados, com quem Angela tem a declaração conjunta, Esperidião Amin, ressalta que os dados só não são mais atuais porque a própria lei impede a valorização. Mas lembra que a prefeitura tem dados mais atualizados para a cobrança do IPTU e que estes números deveriam ser divulgados para que as distorções fossem menores.

Ideli defende que é paratada “pela ética, pelo respeito à lei e pela transparência”. – O eleitor deve ter o máximo de informações para decidir seu voto. Ele vai saber avaliar e decidir a partir das informações que receber antes e durante a campanha eleitoral – diz Ideli.

## Advogado critica distorções

A declaração de bens é exigida até para quem ocupa cargos públicos temporários e deveria servir como uma ferramenta de controle sobre a evolução patrimonial. Na prática, mascara a verdade, e os candidatos usam a lei a seu favor. A opinião é do vice-presidente da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB/SC), Márcio Viani, que preside a Comissão de Combate à Corrupção.

Conforme ele, para garantir transparência é preciso que o eleitor saiba das distorções que a legislação permite.

– Inelizmente, a legislação eleitoral entende essas peças de ficção que estamos vendo nas declarações de bens. Os próprios candidatos deveriam optar pela transparência e não usar a lei a seu favor. Quem ter cargo público não deve se ater apenas ao que é legal. Precisa ser moral, ser ético e alertar o advogado.

O dilema que saber o patrimônio real do candidato e vai escolher, diz Viani, para quem a lei, nesse caso, é usada como mera

formalidade, já que permite grandes distorções entre o valor declarado e o preço de mercado dos bens.

“A maior parte dos candidatos alega, justamente, que cumpre a lei. Valmir Martins (PSOL) admite que a legislação permite mascarar a verdade e brinca:

– A minha casa de praia está declarada por R\$ 168 mil, mas se alguém quiser comprar por esse preço eu jamais venderei. Vale muito mais. O que ocorre é que a lei não permite valorizar o imóvel na declaração do Imposto de Renda, a menos que seja feita alguma reforma. A lei é que está errada e por isso as declarações estão fora da realidade – afirma o candidato ao governo.

## diario.com.br

Confira a lista de bens declarados à Justiça Eleitoral pelos candidatos ao governo do SC e compare o que vai escolher, diz Viani, para quem a lei, nesse caso, é usada como mera

## O que vale, segundo a legislação eleitoral

- A lei eleitoral que rege a declaração de bens de candidatos é a número 8.504/97, que diz que os partidos e coligações solicitam à Justiça Eleitoral o registro de seus candidatos até no 15º dia do mês de julho do ano em que se realizarem as eleições.
- O pedido do registro deve conter vários documentos, entre eles, a declaração de bens, assinada pelo candidato. Tal declaração deve ser a mesma fornecida à Receita Federal para o imposto de Renda.
- Segundo a Receita Federal, o valor dos bens imóveis deve ser o preço de compra.

Não é permitida a atualização, a menos que sejam feitas beneficências ou reformas.

- A atualização só é feita no momento da venda do imóvel, e o imposto cobrado será sobre o ganho do capital, ou seja, se o imóvel comprado por R\$ 50 mil for vendido por R\$ 500 mil, o imposto será de 15% sobre os R\$ 450 mil de diferença.
- Existem casos de isenção, quando o dinheiro do ganho de capital for usado para compra de outro imóvel, desde que o contribuinte tenha a propriedade apenas do imóvel que está sendo vendido.

## Matéria 17 – “Um prédio de R\$ 25 milhões” - publicada em 02/10/2009

[ 6 ]

DIÁRIO CATARINENSE &gt; SEXTA-FEIRA | 2 | OUTUBRO | 2009

# Política >

politica@diario.com.br

## Concedida liberdade provisória à prefeita de Bocaina do Sul

Página 10

Editor: Roberto Azevedo &gt; (48) 3216-3550. Subeditor: Celso Bevilacqua &gt; (48) 3216-3551



Térreo será garagem para 103 veículos

Sala de reuniões

Prédios serão ligados por rampas



Gabinete dos 40 deputados terá uma sala de apoio



**Legislativo** Construção de anexo da Assembleia, prevista para custar R\$ 6 milhões, tem estimativa multiplicada em quatro anos

# Um prédio de R\$ 25 milhões

- O Palácio que cresce**
- ✓ Desde que foi inaugurado, em 1970, o Palácio Barriga Verde, em frente à Praça Tancredo Neves, já dobrou de tamanho
  - ✓ O original tinha 12,2 mil metros quadrados
  - ✓ Com a construção do Anexo Epitácio Bittencourt, a área passou para 17,5 mil metros quadrados
  - ✓ O auditório Antonieta de Barros ampliou para 20 mil metros quadrados
  - ✓ Com a construção do Anexo Sul passará a ter 31,6 mil metros quadrados

### A evolução do investimento

- ✓ Quando foi pensado, no início da gestão Julio Garcia, em 2005, a estimativa era de que com R\$ 5 milhões a R\$ 6 milhões o prédio pudesse ser erguido
- ✓ Ao deixar a presidência, em dezembro de 2007, Julio Garcia disse, em entrevista, que deixava R\$ 10 milhões em caixa para o início da obra
- ✓ No Orçamento da Assembleia para 2009 estão previstos R\$ 15 milhões
- ✓ Em fevereiro de 2008, o presidente Jorginho Mello afirmou que as consultas públicas feitas para que Assembleia pudesse formar um preço apontavam para R\$ 18 milhões a R\$ 20 milhões
- ✓ Pelo edital lançado ontem a construção deverá custar R\$ 25 milhões, sem considerar o mobiliário

### NATÁLIA VIANA

O presidente da Assembleia Legislativa, Jorginho Mello (PSDB), assinou ontem a publicação do edital para a construção do Anexo Sul no Palácio Barriga Verde. A obra, que poderá custar até R\$ 25 milhões, abrigará os 40 gabinetes dos deputados, além de sala de reuniões e um novo restaurante.

A Assembleia já investiu R\$ 540 mil na elaboração dos projetos arquitetônico e complementares. Para o projeto de arquitetura foi contratado Pedro Paulo Sarinwa, que tem os direitos da obra por ser o autor do projeto original do Palácio Barriga Verde.

Ainda não há estimativas oficiais de quanto será gasto com o mobiliário e rede lógica (internet, telefonia, televisão) do novo edifício. Recentemente, a

compra de móveis para um dos gabinetes da Casa chegou a R\$ 70 mil.

Com a assinatura do edital, começa um prazo de 45 dias para a apresentação das propostas e escolha da empresa que apresentar melhor preço e serviço. Se não houver recursos jurídicos, a obra pode ser iniciada imediatamente. O prazo de execução está fixado em 18 meses. A nova estrutura será construída junto à Avenida Gustavo Richard e terá quatro pavimentos sobre pilotis (colunas). O térreo ocupado pelo estacionamento com 103 vagas para automóveis e 31 para motos.

Com área total de 11.608,07 metros quadrados, o novo edifício será separado da atual estrutura por uma faixa de cinco metros e interligado por passarelas. Cada deputado terá um gabinete com 112,5 metros quadrados, com sala privativa, sala para o chefe de gabinete, assessoria, expediente, recepção, copa e

dois lavabos. Segundo Jorginho Mello, todos os gabinetes serão padronizados, evitando reformas a cada legislatura. As alterações nas estruturas serão vedadas pelo Plano Diretor da Casa.

Durante a assinatura do edital Mello ficou contrariado ao ser questionado sobre como será ocupada a estrutura hoje composta pelos gabinetes, alguns incluem recentemente inaugurados.

— Faltou aqui para falar de uma nova obra, o que será feito no prédio antigo será definido depois — disparou. — Sabe-se que o atual prédio centralizará toda a estrutura administrativa da Casa e passará a abrigar setores que estão instalados em imóveis alugados, como almoxarifado e a Escola do Legislativo. De acordo com Mello, a Assembleia gasta R\$ 22 mil por mês com aluguéis. Permanecem no prédio atual apenas a presidência, a vice-presidência e a primeira secretaria.

### Reformas que já foram feitas no prédio atual



- ✓ Reabilitação do hall e biblioteca
- Valor: R\$ 1,5 milhão
- Empresa: GPL Construções
- Tamanho: 500 metros quadrados
- Inauguração: julho de 2009



- ✓ Construção do auditório Antonieta de Barros e reforma de diversos ambientes
- Valor parcial: R\$ 9,5 milhões
- Empresa: véias - Tamanho: 2,6 mil metros quadrados
- Inauguração: dezembro de 2006

- ✓ Reforma dos gabinetes da presidência, 1º vice e 1º secretário
- Valor parcial: R\$ 140 mil (só do gabinete do 1º secretário)
- Empresa: Ciclo Engenharia (obra física) e GP Distribuidora (mobiliário)
- Tamanho: 150 metros quadrados (só do gabinete do 1º secretário)
- Inauguração: não houve



- ✓ Reforma do restaurante dos deputados
- Valor final: R\$ 742 mil
- Empresa: GPL Construções (obra física) e Davant Móveis Ltda (mobiliário)
- Tamanho: 200 metros quadrados
- Inauguração: ainda não está concluído

# Matéria 18 – “Balanço – Prestação de contas descentralizada” - publicada em 11/11/2009

14 | Política &gt;

DIÁRIO CATARINENSE &gt; DOMINGO | 11 | OUTUBRO | 2009

Maravilha  
Chapécó  
Jaraguá do Sul  
Videira

Seara

Palmitos

Campos Novos

Canoinhas

Curitibanos

Xanxerê

Mafrá

Cacador

Quilombo

Concordia



## Balanço Prestação de contas descentralizada

ANA MINOSO

O governo do Estado promove uma prestação de contas sobre o que considera o seu maior feito: a descentralização administrativa. Estão sendo feitos seminários em cada uma das 36 secretarias regionais e, no dia 3 de dezembro, o governador Luiz Henrique da Silveira (PMDB) comandará um megaevento no Teatro Pedro Ivo, na Capital, para apresentar um resumo do que foi o seu governo nos últimos sete anos.

Secretários de Estado e diretores negam que os eventos de prestação de contas façam parte de uma agenda para marcar os últimos meses de Luiz Henrique no comando do Estado – o governador já anunciou que deixa o cargo em 5 de janeiro de 2010, pois deverá pleitear uma das vagas para o Senado.

O farto material apresentado em cada encontro mostra as obras e investimentos feitos em cada cidade desde a implantação da descentrali-

zação por Luiz Henrique, há sete anos.

Pelas contas governamentais, compiladas nos últimos seis meses pelos técnicos da Secretaria de Estado do Planejamento e os servidores das 36 regionais, a descentralização administrativa permitiu investimentos de R\$ 10,8 bilhões em todo o território catarinense (veja quadro).

Os eventos estão sendo chamados de seminários de avaliação de desempenho. Começarão dia 28 de agosto em Chapécó, com a presença de Luiz Henrique, e seguem até dia 19 de novembro. Florianópolis terá dois encontros, dia 11 de novembro para mostrar o desempenho da regional da Grande Florianópolis, e dia 3 de dezembro para marcar o encerramento do projeto.

### Eventos são gravados em DVD e terá cópias distribuídas

A dinâmica dos eventos é a mesma: cada secretário regional elabora um discurso para falar dos investimentos da região, abre-se a palavra para os presentes e depois são feitas homenagens aos conselheiros que integraram o Conse-

Até o dia 3 de dezembro, o governo do Estado promoverá uma série de encontros para apresentar as realizações mais expressivas entre 2003 e 2009

lho de Desenvolvimento Regional. Tudo é transmitido por webconferência às outras regionais.

O evento é filmado e editado em DVD. Cada secretário receberá 30 cópias para distribuir. Os participantes levam para casa uma revista de 20 páginas com informações das principais obras.

O diretor de gestão da descentralização da Secretaria do Planejamento, Túlio Tavares, diz que houve coincidência entre os seminários de prestação de contas e a saída de Luiz Henrique do governo. Garante que a atividade já estava planejada e que deve ser repetida todos os anos. O enfoque desde 2003, diz, é porque, em anos anteriores, a avaliação era feita internamente.

– É uma prestação de contas de 2003 a 2009. O enfoque é o serviço, a obra, o investimento. Nem o nome de governador tem.

A Secretaria de Planejamento informou que foram gastos R\$ 163 mil para a organização do evento e a edição dos DVDs. Nesse valor não foram incluídos os 1,8 mil DVDs nem a produção e impressão de 20 mil revistas. A impressão ficou no encargo da Secretaria de Estado de Comunicação que não divulgou os gastos.

### Os números

São 37 seminários – Um em cada secretaria regional mais um na Capital, no dia 3 de dezembro

13 mil pessoas – Público estimado. Participam prefeitos, vereadores, servidores públicos, líderes comunitários e cidadãos

R\$ 91,3 mil – Valor pago à empresa GBR Produção de Áudio e Vídeo, de Joinville, para a organização dos eventos, aluguel de auditórios, sonorização, multimídia, telas, mesa, café

R\$ 71,7 mil – Valor pago à empresa Digifart Comércio de Mídias Portáteis, de Florianópolis, para a captação, digitalização e edição das imagens dos 36 eventos, criação e produção de 50 cópias de DVD para cada uma das regionais

20 mil revistas – Quantidade estimada que está sendo distribuída nos eventos. A Secretaria de Estado de Comunicação, responsável pela produção e impressão das revistas não informou quantas foram impressas nem quanto gastou. No site da Secretaria não há processo licitatório sobre a publicação

1,8 mil DVDs – Cada secretário regional receberá 50 DVDs com um compacto de 20 minutos contendo um resumo do evento. O valor da compra não foi informado

Fonte: Assessoria de Imprensa do Secretário de Estado do Planejamento e da Infra-estrutura 04740 e 04567

### Os Investimentos em cada regional

Aranaguá	R\$ 150,9 milhões
Blumenau	R\$ 855,7 milhões
Branga do Norte	R\$ 65,6 milhões
Brusque	R\$ 578,7 milhões
Caçador	R\$ 508,2 milhões
Campos Novos	R\$ 171,8 milhões
Canoinhas	R\$ 287,6 milhões
Chapécó	R\$ 995,9 milhões
Concórdia	R\$ 144,3 milhões
Criciúma	R\$ 684,3 milhões
Curitibanos	R\$ 172 milhões
Dionísio Cerqueira	R\$ 45,5 milhões
Grande Florianópolis	R\$ 1,6 bilhão
Itaipava	R\$ 85,2 milhões
Itajaí	R\$ 1 bilhão
Itapiranga	R\$ 43 milhões
Iuporanga	R\$ 169,2 milhões
Jaraguá do Sul	R\$ 218,7 milhões
Joinville	R\$ 82,8 milhões
Lages	R\$ 537,3 milhões
Lagoa	R\$ 290,4 milhões
Laguna	R\$ 143,3 milhões
Mafrá	R\$ 362,5 milhões
Maravilha	R\$ 321 milhões
Palmitos	R\$ 107,1 milhões
Quilombo	R\$ 59,4 milhões
Rio do Sul	R\$ 162,7 milhões
São Joaquim	R\$ 111,8 milhões
São Lourenço do Oeste	R\$ 181,4 milhões
São Miguel do Oeste	R\$ 146 milhões
Sourris	R\$ 132,7 milhões
Taió	R\$ 78 milhões
Timbó	R\$ 180 milhões
Tijubá	R\$ 162,7 milhões
Videira	R\$ 99,4 milhões
Xanxerê	R\$ 179,8 milhões

**Total** R\$ 10,8 bilhões

## Ordem para acelerar obras

Com o anúncio da despedida de Luiz Henrique do cargo de governador outra programação está sendo preparada. A ordem é tocar e inaugurar obras nos próximos três meses.

O Secretário de Estado da Comunicação, Derly Anunciação, assegura que os compromissos dos últimos meses do governador terão ênfase em três grandes promessas: a reabertura da Ponte Hercílio Luz, na Capital, a garantia de que todos os municípios tenham seus serviços principais atualizados e medidas que consigam reduzir a ambulatórioterapia, termo criado pelo próprio governador, em 2003, quando debatia sobre o transporte de pacientes que fazem tratamento médico na Capital.

Há duas semanas, o governador do Estado também conseguiu confirmar a vinda do tenor italiano Andrea Bocelli para fazer uma apresentação na Avenida Beira-Mar Norte, em Florianópolis, dia 28 de dezembro.

Trazer o cantor para Santa Catarina era um sonho antigo, explica o diretor de Comunicação, José Augusto Gayoso, mas não tem nada a ver com a saída do governador e, sim, com a agenda cultural da cidade.

Ao falar sobre a descentralização administrativa implantada em 2003, o secretário Derly Anunciação assegura que o grande mérito é a participação da sociedade e que os seminários mostram as realizações da administração.

– O governo tem que mostrar e dar publicidade às coisas que está fazendo – afirma Anunciação.

Entrevista | Túlio Tavares  
DIRETOR DE DECENTRALIZAÇÃO

# “A atividade já estava planejada”

O diretor do órgão responsável pela realização dos seminários de avaliação das realizações e investimentos das secretarias regionais, Túlio Tavares, disse, em entrevista por telefone na quarta-feira, 30 de setembro, que é uma coincidência os eventos ocorrerem antes de o governador Luiz Henrique deixar o cargo.

Ao explicar por que os cadernos trazem informações desde 2003, afirmou que antes os dados eram sempre discutidos internamente mas agora esses eventos serão programados para todos os anos.

DC - Por que os seminários estão sendo feitos agora?

Túlio Tavares - Desde 2003, quando foram implantadas as secretarias regionais e a nova forma de gestão pública havia muitas dúvidas sobre o processo, alguns políticos criticando, outros apoiando. Até hoje fizemos reuniões internas entre as pessoas do governo e, agora, resolvemos fazer

uma prestação de contas, tudo o que aconteceu em termos de serviços e ações do governo do Estado.

DC - Como é feito?

Tavares - Cada secretário regional fez um relatório por escrito de tudo o que aconteceu, área por área, município por município, obra por obra. Tem um caderno que é entregue para todas as pessoas que participam. O secretário faz a apresentação e deixa a palavra livre para as pessoas avaliarem o processo.

DC - As obras que não foram realizadas são comentadas?

Tavares - Sim, tem obras que não se consegue fazer e aí se explica que às vezes é por causa do valor; da questão orçamentária, impossibilidade local, por uma questão ambiental, ou mudança de prioridade.

DC - Como está a participação dos cidadãos?

Tavares - A média de público é em torno de 200 pessoas. Não é com aquela intensidade que gostaríamos, mas eu fiquei surpreso pelos depoimentos nas 16 reuniões que fizemos:



Túlio Tavares coordena os eventos

prefeitos que já administraram em outra época, quando havia uma gestão centralizada são unânimes em colocar que houve agilização nos processos e as coisas estão acontecendo com mais rapidez. Os deputados não têm participado muito. Fazemos os seminários nas terças, quartas e quintas, quando eles têm sessões

DIVERSIDADE

(na Assembleia Legislativa). Mas nas sessões também não tem muita participação. O governador já participou de três encontros, em Chapecó, Itapiranga e Xanxerê. E anotou na agenda que quer ir a Brusque, Grande Florianópolis, Joinville e Blumenau.

DC - Como está funcionando o programa de descentralização do governo?

Tavares - O processo ainda precisa ser aprimorado. O governador Luiz Henrique implantou-o com muita dificuldade, com pouca compreensão das pessoas tanto de dentro como de fora do governo. Esse processo já tem muitas conquistas, mas precisa mais descentralização do orçamento, mais autonomia para as secretarias regionais e mais poder de decisão para os conselheiros.

DC - A prestação de contas tem relação com o fato de que o governador Luiz Henrique pretende se desligar do governo?

Tavares - Na verdade é uma coincidência. A atividade já estava planejada e esse tipo de prestação de contas queremos que aconteça a cada

final de ano. Quando a gente faz menagem aos conselheiros, eles bem um diploma de honra ao título como um agradecimento ao trabalho que faz, está bem colocado que quer ir a Brusque, Grande Florianópolis, Joinville e Blumenau.

DC - Qual foi o investimento para organizar a prestação de contas das regionais?

Tavares - As 37 reuniões não vamos fazer por R\$ 90 mil. Fizemos uma licitação para contratar uma empresa para a infraestrutura necessária, providenciar sala para as reuniões, multímídia, essas coisas. Não tem muito gasto porque as pessoas que já estão no governo fazem. Então é só mobilizar as

DC - Por que o enfoque da prestação de contas mudou desde 2003?

Tavares - Foi de 2003 a 2009, prestação de contas. Quando olhamos o material vai ver que não tem publicidade. O enfoque é o serviço, a obra, o investimento regionalizado, uma ideia, nem o nome do governador tem. Fiquei surpreso ao ver os depoimentos dos presentes.

## Matéria 19 – “Memória Política – Você lembra em quem votou na última eleição?” - publicada em 12/08/2010

DIÁRIO CATARINENSE, QUINTA-FEIRA, 12 DE AGOSTO DE 2010

### Reportagem Especial

# MEMÓRIA POLÍTICA Você lembra em quem



Site criado por dois jovens publicitários paulistas motiva discussão sobre o comportamento do cidadão depois de votar nas candidaturas escolhidas a cada campanha eleitoral.

MAYARA RINALDI

**Você se lembra em quem votou nas eleições passadas? Candidatos às prefeituras, governos estaduais e à Presidência estão, em geral, mais presentes na memória dos cidadãos. Os nomes dos deputados são, na maior parte das vezes, esquecidos depois das campanhas.**

Novinho em folha, o site [www.eu lembro.com.br](http://www.eu lembro.com.br) foi criado justamente para ser uma ferramenta que ajude o eleitor a lembrar o que fez, solitariamente, na cabine de votação na última campanha, anotar seu voto e ainda acompanhar o mandato dos candidatos eleitos.

O projeto na internet foi desenvolvido por dois jovens publicitários paulistas, Marcelo Zanetti e Pablo Ribei, com o apoio dos empresários mineiros Fernando Barreto e Helder Araújo. A ideia surgiu há pelo menos um ano e meio, quando os amigos Zanetti e Ribei ainda estavam frequentando os bancos escolares da faculdade de comunicação social.

— A gente discutia muito sobre política e um dos assuntos mais recorrentes era a falta de memória das pessoas. Isso causa transtornos para a sociedade porque, não lembrando, elas também não acompanham e não cobram ações dos eleitos — afirma Zanetti.

Segundo pesquisa nacional do Instituto Datafolha deste ano, 17% dos entrevistados não se lembravam em quem tinham votado para o Palácio do Planalto na disputa presidencial de 2006.

Em Florianópolis, um estudo realizado em 2008, revelou que quase metade dos eleitores não se lembrava em quem votou para vereador, e 22% não conseguiam falar quem foi o candidato a prefeito escolhido nas eleições municipais de 2004.

Para o doutor em sociologia política Flávio Ramos, professor da Universidade do Vale do Itajaí (Univali), a falta de memória dos eleitores é reflexo de uma votação circunstancial, sem qualquer vínculo com ideias ou programas partidários.

— O voto, muitas vezes, é na pessoa, não em conteúdos, assina a tendência é que a pessoa se esqueça rapidamente os nomes de seus candidatos — afirma ele.

### Cientista político fala em “fulanização da política”

O cientista político e professor universitário Eduardo Guerini fala que a vinculação do voto ao nome de uma pessoa é a chamada “fulanização da política” ou “personificação do voto”. Com isso, criam-se imagens “místicas” de candidatos, que seriam capazes de solucionar quaisquer problemas.

Além disso, Guerini afirma que a falta de compromisso dos eleitores com o voto é resultado de um desencantamento com o processo eleitoral. O afastamento das pessoas com as questões políticas começou, segundo ele, no período de transição democrática. Desde então, segundo ele, o eleitor assiste a sucessivos escândalos políticos e sofre com a falta de cumprimento das promessas de campanha.

— Essa crise de representatividade da classe política faz com que os eleitores acabem se distanciando da vida política e ao mesmo tempo produz uma certa alienação — raciocina Guerini.

De acordo com ele, as pessoas votam por obrigação e sem acreditar que os políticos vão, de fato, representá-las no cumprimento dos mandatos para os quais foram eleitos. Na avaliação do pesquisador, falta legitimidade aos partidos.

— Nos últimos anos, constatamos um pragmatismo dos partidos para se manterem no poder a qualquer custo, fazendo alianças esdrúxulas — afirma.

Segundo o cientista político, isso gera desencantamento também devido à falta de alternância no poder:

— Ninguém mais sabe que partido representa o que. O eleitor acaba, não tendo referências e grande parcela da população não tem acesso às informações mínimas sobre seus candidatos.

mayara.rinaldi@diario.com.br

### SÓ LEMBRA DE UM

O caminhoneiro Nelson Vieira, 56 anos, lembra dos políticos em quem votou para presidente e governador em 2006. Mas não consegue citar os escolhidos para senador, deputado federal e estadual. Para Vieira, isso acontece com ele e com a maioria porque o povo está descredenciado.

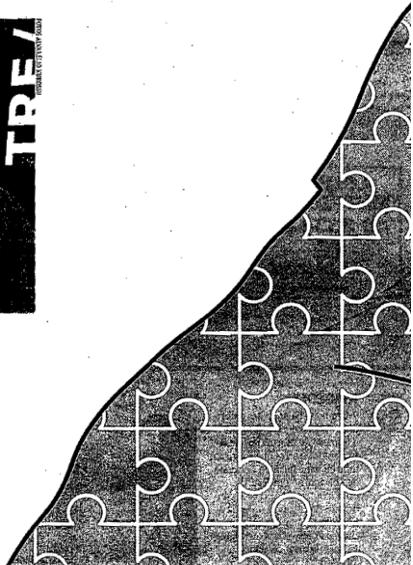
— Minha vida não depende de política, mas do meu próprio trabalho.



### FALTA CONSCIÊNCIA

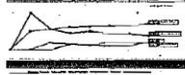
Na opinião de Fernando Teodoro de Barros, 42 anos, e Gisele de Sá, 31 anos, as pessoas precisam ser educadas para exercer a cidadania. Barros lembra dos votos de 2006 e Gisele esqueceu o do deputado federal.

— A democracia é recente. Acho que com a prática, em alguns anos, as pessoas começariam a dar mais valor a ela — afirma Barros.



# votou na última eleição

## Foco no público jovem



Colocado no ar na terça-feira, o site [www.eumembro.com.br](http://www.eumembro.com.br) já tem 1,6 mil eleitores cadastrados.

**diario.com.br**

→ E você, lembra em quem votou na última eleição? Acha que o eleitor torcedor tem memória política?  
[www.diario.com.br/eleicoes2010](http://www.diario.com.br/eleicoes2010)

O projeto Eu Lembro começou a ser desenvolvido em abril deste ano e o site [www.eumembro.com.br](http://www.eumembro.com.br) entrou no ar na terça-feira. Em apenas 24 horas, foram 1,6 mil cadastrados. De acordo com um dos idealizadores, o publicitário Marcelo Zanetti, a página web foi projetada para atender, principalmente, ao público jovem.

— O que nós queremos é trazer a política para um ambiente atraente aos eleitores de "primeira viagem" — brinca Zanetti.

O site funciona como uma página de relacionamentos. Cada pessoa cadastrada tem seu "perfil" e, a partir dele, ela pode acessar os perfis dos candidatos. O site reúne também reportagens publicadas sobre os políticos, para que os cadastrados possam se informar sobre as ações cada um deles.

O projeto inclui ainda fóruns, que podem receber comentários dos internautas. O símbolo da página virtual é um elefante, em referência à famosa expressão popular que valoriza a memória do animal. "Seja um cidadão com memória de elefante e lembre-se de tudo o que passa com seu candidato", diz o slogan.

Os idealizadores da iniciativa pretendem melhor-



Zanetti

lo ainda antes das eleições de outubro. A ideia é que, no próximo mês, uma ferramenta de interatividade seja disponibilizada, também, aos candidatos, para que cada um possa colocar no site suas propostas de governo ou de trabalho parlamentar.

Os participantes do site podem deixar registrado os candidatos preferidos na eleição deste ano, tanto à Presidência da República quanto aos governos estaduais, Câmara Federal, Senado e assembleias legislativas. O resultado é um ranking informal dos escolhidos pelos cadastrados, sem caráter científico. Até ontem, por exemplo, 20 internautas manifestavam suas intenções de voto ao governo catarinense.

Depois de outubro deste ano, os candidatos eleitos continuarão sendo acompanhados durante o trabalho em seus mandatos.

— Nós acreditamos que é fundamental, além de lembrar em quem você votou, saber o que seu candidato está fazendo depois de eleito — enfatiza Zanetti.

Os cadastrados poderão, ainda, em vez de entrar no site para acessar as informações sobre os políticos, receber e-mails semanais ou mensais com uma lista das publicações relacionadas aos concorrentes.

### PONTA DA LÍNGUA

Izabel da Silva Godinho, 58 anos, sabe os nomes dos votados nas últimas eleições para presidente, governador, senador e deputados.

— Há pessoas que só votam por obrigação. As pessoas votam por impulso, sem acreditar no candidato e sem convicção de que votar é uma forma de fazer o país mudar — opina a diarista de Florianópolis.



### SÓ O PRES

A secretária Gil não lembra de quem votou em quem nas últimas eleições. O único nome que ela lembra é o de presidente. Gil prestou muita atenção nas eleições.

— A vida é muito corrida. Uma solução, é lembrar os nomes para

