

OS DESENCONTROS DA COBERTURA JORNALÍSTICA NAS PROJEÇÕES ELEITORAIS

SALVARANI, Martha de Campos Cardoso

SAMPAIO, Marcela Lau (Co-Autor)

ALMEIDA, Bruna Gusmão (Co-Autor)

SILVA, Juliana Daibert Araújo (Co-Autor)

ROSSI, Octávio Henrique (Co-Autor)

RODELLA, Cibele Abdo (Orientador)

Em Maringá/PR a imprensa passou por uma situação, no mínimo, constrangedora durante os últimos meses de campanha eleitoral para prefeito (gestão 2001/2004). O jornalismo impresso insistia em divulgar dados de pesquisa de intenção de voto, insinuando a reeleição do então prefeito, e contradizendo as manifestações populares que clamavam por um novo perfil político para o município. Com a definição do quadro político e a vitória do candidato de oposição, a seriedade e credibilidade da imprensa ficaram abaladas. A finalidade deste estudo é investigar, objetivamente, como foi o comportamento editorial do maior jornal da cidade, nas duas últimas eleições para prefeitura municipal. Os referenciais teóricos de escolha foram os estudos de Nilson Lage, Cláudio Abramo e Francisco José Karam. Determinar o espaço destinado às matérias de primeira página na véspera da eleição; comparar o tratamento editorial dispensado a Jairo Gianoto (candidato à reeleição) e ao candidato de oposição, José Cláudio Pereira Neto; comparar, na véspera das eleições de 1996, o tratamento editorial dispensado a Jairo Gianoto e ao candidato derrotado, Joel Coimbra. Metodologia: O material investigado será a primeira página do jornal o DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ. O período escolhido compreenderá os meses anteriores à data das eleições para prefeito - agosto, setembro e outubro-, nos anos de 1996 e 2000. A análise será feita a partir da valorização espacial dada ao título, ao texto e ao material fotográfico do candidato que estava à frente das pesquisas e do candidato vencedor, nas campanhas de 1996 e 2000. entretanto, não faremos nenhuma análise sobre o conteúdo dessas matérias. A análise quantitativa respeitará os seguintes critérios: matérias cercadas (informe publicitário) ou títulos que não fizerem referência nominal ao candidato não serão consideradas. Será feita a somatória do cm/col dispensado a cada candidato e somas específicas (título, texto e foto). Nas eleições de 1996 o candidato do então prefeito Said Ferreira foi Joel Coimbra. Durante os últimos três meses de campanha-agosto, setembro e outubro - a relação entre os dois candidatos foi a seguinte: Joel Coimbra ocupou 72,64% dos espaços de primeira página destinados à campanha eleitoral (somando título, texto e foto), contra 27,36% de Jairo Gianoto. Em 2000, no primeiro turno, o candidato à reeleição, Jairo Gianoto, ocupou 52,45% do espaço de primeira página no Diário do Norte do Paraná, José Cláudio ocupou 47,54%. Vale ressaltar que não foram incluídas nessa análise matérias sobre obras realizadas pela prefeitura quando o nome do prefeito não foi citado. Conclusão: Esses dados sugerem algumas tendências: 1ª) o eleitor de Maringá, apesar de ser reconhecido como ideologicamente conservador, não vota nos candidatos da prefeitura, prefere apostar em novas propostas; 2ª) o comportamento editorial da imprensa parece estar relacionado às suas necessidades empresariais, pois o Estado é um dos melhores anunciantes dos jornais, TV e rádios. A busca pela imparcialidade é uma das estratégias para conquista da credibilidade, portanto, devem ser feitas mudanças nos critérios de vínculo entre Estado e imprensa.

e-mail: ohrossi@bol.com.br