

POR ENTRE AS COLUNAS POLÍTICAS: representações e imaginário eleitoral na imprensa escrita em Ponta Grossa

THROUGH THE POLITICAL COLUMNS: Representations and imaginary election in print in Ponta Grossa

Marcelo Puzio¹

RESUMO

Este trabalho se propõe a compreender os discursos e as representações feitas pelos três grandes jornais impressos da cidade de Ponta Grossa/ PR, focando as eleições de 1996 para prefeito da cidade, tendo como recorte específico as publicações das colunas de discussão política dos jornais *Diário da Manhã*, *Diário dos Campos* e *Jornal da Manhã*, de agosto a novembro desses mesmos períodos, entendendo o pensamento político social dos colunistas, que agem através de uma mentalidade e a representam em seus textos, expressando seus valores e posicionamentos. Trata-se de um estudo de caso, em que as colunas políticas são pensadas como espaços de relativa liberdade do autor e, por isso, pode apresentar uma característica mais opinativa e de menor discurso de neutralidade.

Palavras-Chave: Imprensa escrita, eleições, imaginário, representações.

ABSTRAT

This work aims to understand the discourses and representations made by the three biggest newspapers of the city of Ponta Grossa / PR, focusing on the 1996 elections for mayor, e focusing on specific publications of the columns of political discussion from the *Diário da Manhã*, *Diário dos Campos* and the *Jornal da Manhã*, from August to November of these same periods. Understanding the social and political thought of columnists, which act through a mentality and represent in their texts, expressing their values and positions. This is a case study, where the political columns

¹ Historiador. Mestrando em Ciências Sociais Aplicadas - UEPG. Bolsista da CAPES.

are thought as places of relative freedom of the author, and because of that can have characteristics with more opinion and less neutral speech.

Keywords: written press, elections, imaginary representations

APRESENTAÇÃO

O rumo das discussões contemporâneas sobre a sociedade da informação ou da comunicação e, mais especificamente, sobre as relações entre mídia e política está apontando cada vez mais para a entrada dos novos meios de comunicação na representação do mundo político. E, por esse sentido, tensiona as demais mídias a se readaptarem a essa nova característica da sociedade globalizada.

Mas, a partir dos anos 90, esse cenário que encontramos hoje ainda se anunciava de maneira tímida, a Internet, nesse momento, era pouco popular e tinha um número limitado de usuários em relação aos dias de hoje.

Nesse momento, a imprensa escrita pode ser pensada como uma das mídias jornalísticas mais consumidas, dentro do cenário de Ponta Grossa, e, dentro do jornal impresso, suas colunas, um de seus espaços mais tradicionais e privilegiados.

A partir dessas considerações, este trabalho busca produzir uma análise comparativa das colunas políticas dos jornais Diário da Manhã, Jornal da Manhã e Diário dos Campos e entender a forma como os três jornais impressos representaram as eleições para prefeito da cidade de Ponta Grossa no período de 1996.

Este trabalho pretende ser um “estudo de caso”, que analisará os discursos produzidos pelos três jornais, partindo da hipótese que a literatura especializada nos fornece, de que as colunas são um espaço por excelência da opinião do autor e, por isso, se diferenciam dos demais espaços do jornal por possuírem um discurso o qual se distancia do tom informativo e de procura da “imparcialidade” e “impessoalidade” que o restante dos segmentos ou gêneros do jornal se propõe a apresentar.

Trata-se de pensar as estratégias discursivas desses editores, em um momento em que a política brasileira intensificou suas imagens via meios de comunicação de massa, em decorrência de múltiplos fatores, entre eles, a ampliação do tempo dos horários eleitorais gratuitos e do espaço de discussão política, o que, conseqüentemente, propiciou uma ampliação do contato político com vários estratos do meio social.

No período pós-regime militar, a intensificação dos usos das imagens da política via mídia se deu pela disputa pelos eleitores, encontrando agora um cenário amplo, complexo e difuso, exigindo estratégias mais sofisticadas, procurando eleitores em lugares distantes.

O texto trará, em seu contexto, o desenvolvimento da imprensa escrita a partir de 1980 e suas relações com a política no Brasil.

Para Lattman Weltman (2001, p.56),

A partir de meados dos anos oitenta, o fenômeno tipográfico se desenvolvia rapidamente segundo as necessidades e forças do mercado globalizado, o discurso neoliberal, penetra nesse período com grande intensidade nos círculos pensantes do país, e inevitavelmente em suas impressas.

O texto vai na perspectiva de que os símbolos que estão na linguagem textual das colunas políticas são frutos do imaginário político desses sujeitos que as escreviam. E possuem especificidades, nas características do discurso colunista, em relação a outros espaços do jornal.

Foram analisadas as publicações das colunas dos três jornais impressos locais, no período eleitoral de agosto a outubro de 1996, adotando a técnica Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin, em dois indicadores: “Acontecimento” e “Personagem”.

As colunas editoriais, objeto específico deste trabalho, foram pensadas como um campo específico, em que o discurso dos editores expressa seus desejos, ideais, valores, e posicionamentos políticos.

A coluna, sendo um espaço de escrita mais livre e opinativa, é pensada, aqui, como um palco e comungando da visão do linguista Mikhail Bakhtin (1979, p. 35),

Onde a língua é vista como o cenário de um jogo de palavras, um território de confronto entre subjetividades, o embate polifônico de diferentes instâncias sociais, e de coexistência de vozes e efeitos de sentido.

A seguir, veremos algumas características que percorreram no desenvolvimento do jornalismo de Ponta Grossa e sua relação com a política.

1 JORNALISMO E POLÍTICA EM PONTA GROSSA

A prática jornalística caracteriza-se pelo emprego de estratégias que promovem uma construção da realidade no e pelo discurso. A imprensa é partidária, porque

defende um discurso e uma ideologia que a orientam. Uma ideologia que Chauí (1990, p. 3) nos mostra com clareza:

A ideologia é uma forma específica do imaginário social moderno, é a maneira pela qual os agentes sociais, nesse caso os editores, representam o aparecer social econômico e político, de tal forma que essa aparência, por ser o modo imediato e abstrato de manifestação do processo histórico, é o ocultamento ou a dissimulação do real. Ela é um corpo sistemático de representações e de normas que nos ensinam a conhecer e a agir.

Assim, a história do jornalismo no Brasil esteve estreitamente ligada à política. Os primeiros periódicos que circularam no país, desde os anos de 1800, apresentaram um caráter divulgador do que acontecia nos bastidores da política, o que conseqüentemente viria a trazer mudanças para o campo político. Décadas mais tarde, já era consolidada a conflituosa relação entre jornalismo e política.

Com o começo da Nova República, os meios de comunicação de massa iniciaram uma nova forma de produzir as notícias. Com o fim da censura e a conseqüente liberdade de expressão emergente, não bastava mais “informar”. Era preciso tomar posição, contrapor ideias e princípios, denunciar, criticar, refletir. Esse era o novo rumo do jornalismo brasileiro naqueles meados de década.

A mediação da realidade social desempenhada pelo jornalismo não demonstra apenas as intenções ideologicamente direcionadas, mas elementos como crenças, valores, desejos, éticas e diversas nuances que fazem parte da cultura e do imaginário onde estão inseridos todos os membros desse processo de mediação.

Para Marilena Chauí (1992, p.12): “*a competição política não se faz mais entre os partidos, ideologias ou candidatos, mas entre imagens que disputam valores, como credibilidade, confiabilidade, respeitabilidade, inovação e prestígio*”.

Pensadas essas características que o jornalismo brasileiro construiu no decorrer das décadas, veremos a seguir o mapeamento da formação política ponta-grossense, que se constitui de forma a segurar os interesses das classes dominantes, formadas por grandes fazendeiros, e da crescente burguesia industrial, em detrimento das classes populares.

Essas características se revelaram não apenas na esfera local, mas também nacional, onde as relações de mandonismo se concretizaram na obtenção de cargos políticos, no controle da economia, na posse da terra e no crescimento da propriedade privada.

Isso pode ser relacionado à estrutura de desenvolvimento econômico brasileiro, ligada à atividade tropeira e à formação de grandes propriedades rurais, dominadas pelos seus senhores latifundiários no interior do Brasil, que ocorrera nos séculos XVIII e XIX. Dentro desse contexto, expõe Elizabete Shimanski (2007, p.78):

Em Ponta Grossa, o pouco desenvolvimento econômico, a permanência de um mesmo grupo político administrando a cidade, com sua postura de afastamento das bases sociais, juntamente com o uso de políticas públicas que não sanavam os problemas da população carente, e um discurso distante da realidade, afastavam ainda mais as administrações políticas das camadas populares.

No início do século XX, Ponta Grossa passa por inúmeras transformações de ordem sociopolítica e econômica. A cidade, que parecia se confundir com o campo que invadia, assume ares urbanos. O discurso da modernidade adotado pelas autoridades locais estava ligado ao ideal nacionalista de civilidade e “progresso” propagado na época.

É nessa conjuntura do desenvolvimento gerado pela chegada da ferrovia no final do século XIX que se dá o início da ordenação e articulação de um incipiente urbano para a cidade.

As décadas de 1920 e 1930 seriam os períodos de um processo de ampliação da urbanização da cidade de Ponta Grossa. A agitação, o consumo e o lazer foram marcas da vida na cidade no início do século XX. A sedução do consumo, explicitada por cartazes, vitrines e propagandas nas lojas e nos cinemas localizados na rua XV de novembro, atraía os jovens ponta-grossenses, sobretudo, aqueles que se inseriam no universo burguês em construção. Outro aspecto do contexto é a grande leva de imigrantes que contribuíram na construção das identidades locais, que se estendeu até os anos 1960.

Nesse panorama social dos anos anteriores, vieram os anos 1980 em Ponta Grossa. A cidade, que já possuía uma economia centralizada no setor agropecuário, passou, nesse momento, a explorar outros setores, como o setor de “serviços” e o “industrial”.

O período apresenta o surgimento de uma nova realidade social, as “periferias”, formadas por moradores provenientes do campo e que não se instalaram na zona central da cidade.

Já no início dos anos 1990, o quadro social mudou devido a novo contexto, contudo o discurso de poder e as influências do “clientelismo” político caminhavam entre continuidades e rupturas, mudanças e permanências.

De acordo com Niltonci Batista Chaves (2007, p.12), na década de 1990:

O Brasil ainda buscava reconstruir sua história após passar longos 21 anos numa ditadura militar marcada pelo autoritarismo e pela censura. A volta a ‘normalidade’ política e os rumos democráticos do país ainda suscitavam debates entre aqueles que a defendiam e os que preferiam o país do ‘ame-o ou deixe-o’!

Em Ponta Grossa, a gestão Pedro Wosgrau chegava ao seu final e, nas eleições municipais de 1992, as disputas incluíram os nomes de Paulo Cunha Nascimento, Djalma de Almeida Cezar, Padre Roque Zimmerman e Adail Inglês, saindo vencedor o primeiro. Na cidade, a novidade era a München Fest, um evento inspirado no típico modelo das festas alemãs que se espalham por cidades brasileiras de colonização predominantemente germânica.

Os jornais, nesse período, receberam um limitado investimento devido à recessão econômica vivida na época, não ampliando seu parque gráfico nem sua composição física. Os jornais eram exclusivamente em preto e branco, dedicavam grande parte de suas páginas para as notícias locais.

Para Chaves (2007, p. 12):

A década de 90, que começou eufórica – devido a superação da ditadura militar e pela volta da normalidade política ao país – pelo menos do ponto de vista do jornalismo pontagrossense, acabou frustrante. Jornais mais elaborados do ponto de vista físico e gráfico, com artigos que, além de informativos, se pautavam na reflexão e na discussão dos temas e, até mesmo, uma maior liberdade de imprensa somente apareceriam de modo evidente no decênio seguinte.

Visto isso, a seguir, vamos repensar esse espaço específico em que se produz o discurso político desses Jornais, suas características peculiares que remetem a um campo do discurso relativamente determinado pela própria historicidade em relação a outros campos dentro do Jornal.

2 COLUNA: UM GÊNERO OPINATIVO

A notícia jornalística é um produto simbólico, social e culturalmente construído de enredos em torno de temas que podem se manter no noticiário durante dias, dependendo de sua importância e do interesse do leitor.

O jornal, estrutura onde se encontram essas colunas, é um campo de relações de poder entre diferentes departamentos que se inter-relacionam, em conformidade com múltiplos fatores, inclusive, a posição ideológica de seus proprietários/anunciantes. Nesse sentido, o jornal está articulado na sociedade com outras esferas de comunicação, como editoras, emissoras, agências de publicidade e o público consumidor, em um universo de relações que asseguram a credibilidade desse jornal.

Um dos gêneros de fazer jornalismo mais bem sucedido foi o jornalismo informativo, segundo José Marques de Melo (2002, p. 129-139):

Sem dúvida o jornalismo informativo afigura-se como categoria hegemônica, no século XIX, quando a imprensa norte americana acelera seu ritmo produtivo, assumindo feição industrial e convertendo a informação de atualidade em mercadoria. A edição de jornais e revistas que nos seus primórdios, possui o caráter de participação política, de influência na vida pública, transformando em negócio, e em empreendimento rentável.

Assim, os jornais constroem uma forma de discurso, de ver e operacionalizar notícias, dados, técnicas de redação, que podemos chamar de cultura jornalística. Um saber fazer que tem suas particularidades exercidas em cada local, mas que determinados valores se exercem em escala global.

Esse discurso acerca da notícia tende a respeitar certo padrão, uma forma que assegure sua decodificação por pessoas de diferentes repertórios ou culturas.

Os gêneros estão, assim, na gênese das finalidades institucionais dessa atividade social, na essência do jornalismo moderno com a separação em *news and comments* (início do século XVIII).²

Segundo Lia Seixas (2009, p. 74), “com as novas mídias, a noção de gênero entra, mais uma vez, em cheque. Por isso mesmo passa a ser vista com mais atenção. Surgem novos formatos, se hibridizam, se embaralham os gêneros”.

Nessa definição proposta, as colunas representam, com sua especificidade de comunicação ou discurso, um gênero do jornalismo.

² Para Bourdieu, esse campo se constituiu em torno da oposição entre os jornais que ofereciam notícias sensacionais ou sensacionalistas e jornais que propunham análises e comentários, aplicados em marcar distinção.

Para Eleias Lustosa (1996, p. 161):

As colunas podem ser classificadas em diferentes modelos. Algumas, por exemplo, trazem apenas notícias curtas, como os decálogos e seções de curtas notas ricas em informações; outras, geralmente assinadas, contemplam comentários de um tema da atualidade; há ainda aquelas que são um longo artigo sobre uma temática da especialidade do redator.

Esse seguimento do jornalismo, então, apresenta um discurso que se distancia do tom informativo e de procura da “imparcialidade” e “impessoalidade” que o restante dos segmentos ou gêneros do jornal se propõe a apresentar.

Segundo Lustosa (1996, p. 161):

A palavra coluna, como conhecemos hoje, foi utilizada desde os primórdios dos jornais. Os textos recebiam tal denominação porque ocupavam efetivamente uma coluna do jornal, geralmente sendo redigida para cobrir um espaço que ia da cabeça ao pé da página.

Os colunistas, sujeitos que dominam uma forma de escrita específica, precisam de uma competência discursiva (SEIXAS, 2009) que lhes permita relativamente dominar uma saber discursivo peculiar, ou seja, um “saber de narração”. Esse saber é mais do que regras estilísticas, é um saber de lógicas enunciativas, conceitos e estratégias nas palavras de Foucault, por isso, chamar de competência discursiva. Além dessas, acredita-se na existência de mais uma competência: a de domínio, saber especializado sobre outra formação discursiva. A competência de domínio é própria dos “colunistas”, dotados de um saber aprofundado sobre objetos, parâmetros, conceitos de outro campo social em frequente diálogo com o campo jornalístico.

Portanto, é preciso compreender como se dá o jogo da identidade discursiva desses colunistas na atividade jornalística, suas relações com os sujeitos, com os fatos, com o mundo político que eles representam em suas colunas.

3 COLUNISMO E IMAGINÁRIO: A COBERTURA DAS ELEIÇÕES DE 1996 EM PONTA GROSSA

A política, a partir da década de 1990, com o fim do regime militar, passou a utilizar, com maior intensidade a mídia. Segundo a historiadora Carmencita de Holleben Mello Ditzel, aumentaram-se o tempo dos horários eleitorais e as propagandas políticas. De um modo geral, aumentou-se o espaço de discussão política.

O período foi também palco de profundas transformações de cunho econômico e institucional no Brasil, nos governos de Collor e Fernando Henrique Cardoso, que implementaram suas políticas neoliberais.

Momento também no âmbito da política local atravessado pelas disputas políticas entre os candidatos Jocelito Canto, uma jovem promessa política, que, naquele momento, poderia ser caracterizado como sendo um *outsider*,³ e o político de Ponta Grossa, Péricles de Holleben Mello, sendo que ambos, foram tratados pela imprensa como os dois grandes “favoritos” às eleições de 1996 e 2000.

Momento fundamental para entendermos como as relações pessoais, os compromissos partidários e as alianças políticas estavam expressos no discurso jornalístico. E representaram, assim, de maneira ora objetiva, ora dissimulada, ora silenciada, o seu imaginário político.

Analizamos inicialmente as eleições de 1996, quando houve a participação dos deputados estaduais Jocelito Canto (PSDB), da coligação (Muda Ponta Grossa), Plauto Miro Guimarães Filho (PFL) - (Ponta Grossa Rumo ao ano 2000), do empresário José Penkoski, e Péricles de Holleben Mello, da coligação (Cidade Viva).

Em 1996, com a vitória do deputado Jocelito Canto, a elite Ponta-grossense muda o ciclo de mandatos políticos que antes pertenciam à família Cunha e do grupo que vinha comandando a cidade durante 14 anos. O chamado grupo da elite e da aristocracia rural, primeiro Otto Cunha (seis anos no poder), depois Pedro Wosgrau (quatro anos) e, depois, Paulo Cunha Nascimento (quatro anos). A elite elegera agora Jocelito Canto como seu representante, que, paradoxalmente, se apresentava sob um discurso populista.

Nesse mesmo momento, tínhamos como governador do estado Jaime Lerner e Fernando Henrique Cardoso como presidente, elegendo-se com a imagem do homem que implantou o “Plano Real”.

No momento de campanha, Jocelito Canto já anunciava a criação do instituto de planejamento. Péricles queria acabar com os monopólios da coleta de lixo e de transporte coletivo. Penkoski prometeu dar mais espaço à mulher. E Plauto, a entrega de oito mil lotes urbanizados. Esses eram os discursos propagados pela mídia impressa sobre esses políticos.

³ Esse conceito é proposto originalmente por Norbert Elias no livro *Insiders e Outsiders*. E, aqui, apresentado para se referir à maneira como o político se inseriu na política Ponta-grossense, ou seja, de maneira diferente dos demais políticos locais, veio de outra cidade e rapidamente ganhou popularidade.

3.1 O ACONTECIMENTO: A ELEIÇÃO DE 1996

Para melhor entendermos os discursos produzidos por esses jornalistas, utilizamos da metodologia de *análise de conteúdo*,⁴ de Laurence Bardin, que propõe a categorização de elementos figurativos em um enunciado, sendo construído do ponto de vista de suas condições sociais de produção e recepção, integradas numa situação de comunicação específica, ou seja, entre políticos, jornalistas e seus leitores.

É nas eleições que a construção da imagem positiva do candidato ganha um papel fundamental. O candidato precisa realçar suas qualidades, aptidões políticas e seus feitos do passado, para cultivar uma imagem qualificada para seus eleitores. As eleições de outubro de 1996 estimularam variadas representações dos jornais *Diário da Manhã* e *Jornal da Manhã*.⁵

Sendo assim, o *Diário da Manhã* publicado no primeiro domingo de agosto, de maneira excludente, escolheu para seus leitores seus dois representantes políticos. Em sua coluna intitulada “*Enfim, a campanha chega ao povo*”, o colunista dizia:

“É importante, desde logo, que se reconheça ser esta uma campanha inteiramente atípica ao perfil das eleições de Ponta Grossa. A começar pela idade dos candidatos, Jocelito e Plauto com trinta e poucos anos, Péricles com quarenta e alguma coisa e Penckowski com qualquer coisa... Assim, já se sabe que o pleito vai mesmo ser disputado entre os dois candidatos, com trinta e alguns anos”.⁶

O editor do D.M. representa os dois candidatos Jocelito Canto e Plauto Guimarães como francos favoritos à vitória e concorrentes diretos, destinando aos outros candidatos o papel de coadjuvantes.

Já a publicação do *Jornal da Manhã* do mesmo dia dizia:

“A temporada de comícios é a época em que a população ouve todo tipo de plano de governo, propostas, aspirações. A quantidade de promessas é tanta que, ao final do processo eleitoral, pouca coisa resta a ser lembrada e, efetivamente cobrada”.⁷

⁴ Esse modelo metodológico de Bardin, chamado de *Unidade de Registro*⁶⁴, visa à categorização e à contagem frequencial de elementos no texto. Assim, analiso inicialmente minhas fontes, utilizando o indicador *acontecimento*, que aqui reconheço como as “eleições” para prefeito, um fato comum aos três jornais, referindo-se a toda simbologia expressa pelos seus editores em torno do fenômeno eleitoral desses períodos.

⁵ Não aplicando, assim, as análises nas fontes do *Jornal Diário dos Campos*, que parou de circular em 1990 e retornou em 1999, por motivos particulares.

⁶ INGLÊS, Adail. Coluna Opinião. *Diário da Manhã*. Ponta Grossa. 04/08/1996.

⁷ Coluna Expressões. *Jornal da Manhã*. Ponta Grossa. 04/08/1996.

Nesse jogo de publicações, o objetivo é atrair seu mercado consumidor de leitores e mostrar também, para seu leitor, que o *Jornal da Manhã* é tão confiável e denunciativo quanto seu adversário, o *Diário da Manhã*, de Adail Inglês. O jornal elaborou uma estratégia para a publicação das propostas dos candidatos tendo como finalidade cobrar desses políticos. Uma tentativa de mostrar que estava fazendo efetivamente algo pela democracia da cidade.

Já na coluna do *Diário da Manhã*, publicada no domingo, dia 10 de agosto, Adail Inglês expõe seu ponto de vista sobre o processo eleitoral e, de alguma forma, sobre a democracia política nacional e local. Para o jornalista, a corrupção política brasileira tem origem na decisão do povo, e não nos mecanismos políticos e legislativos que facilitam essa corrupção. Segundo Inglês:

“O eleitor é o grande e maior culpado pela realidade da classe política brasileira... Se os políticos são desonestos, corruptos, em sua maioria, foi o voto dos eleitores de Ponta Grossa, Curitiba de São Paulo que os levou as assembléias e ao congresso Nacional”.⁸

O colunista, ainda não contente em culpar o eleitorado por suas decisões, não pensara ele que esse mesmo eleitorado acabava sendo refém de suas limitadas escolhas de candidatos.

Na mesma coluna, Inglês, com sua palavra de força e “verdade”, ainda recomenda para seu leitor como deve construir suas escolhas políticas de modo correto:

“E, como é que se sabe quem é o melhor candidato? Ora, procurando saber, antes de tudo, a vida do candidato, enquanto cidadão comum...porque o cidadão que é correto em sua vida particular, será correto em sua vida pública”.⁹

Adail Inglês argumenta com uma retórica que legitima sua visão e seu posicionamento, apenas, assim, limitando para seus leitores possíveis soluções em torno da democracia, do voto e do papel do eleitorado frente às eleições.

Já o *Jornal da Manhã* tentou apresentar uma postura pouco opinativa, jogando os fatos, ausentando-se dos comentários, mas que explicitava, pela divulgação contínua de notícias sobre o mundo político, sua busca pela adesão de mais leitores desse gênero.

Nesse período, o discurso sobre a imagem da eleição foi construído majoritariamente pelo jornalista do *Diário da Manhã*. Sua representação desse

⁸ INGLÊS, Adail. Coluna Opinião. *Diário da Manhã*. Ponta Grossa. 10/08/1996.

⁹ Id. *Diário da Manhã*. Ponta Grossa. 10/08/1996.

fenômeno social demonstrou a descrença do editor-chefe na escolha dos políticos por parte dos eleitores, ensinando-os a escolher o melhor candidato, delimitando quem são os possíveis ganhadores devido às suas experiências e idades, fatores que contribuíram para formar opinião.

3.2 OS PERSONAGENS DE 1996: O MESSIAS DO POVO E OS DEMAIS COADJUVANTES

Como bem sabemos, a construção de uma imagem positiva e de prestígio dos candidatos é papel fundamental para a vitória de uma eleição; começamos a vislumbrar a simbologia que esses jornais, devido a seus posicionamentos políticos, atribuiu a Péricles de Mello e Jocelito Canto na eleição de 1996.

Assim, no Jornal da Manhã publicado no dia 04 de agosto de 1996, na coluna denominada *expressões*, o colunista não poupa elogios para alguns candidatos, publicando a seguinte matéria:

“‘O Messias’, para abrir, o tradicionalmente demagogo de comícios Jocelito Canto fez uma atitude de ouro, no meio do comício do Rio Verde, o candidato surgiu do meio do povo com uma criança no colo, aos berros sob uma forte chuva de fogos”.¹⁰

Jocelito Canto é um candidato de forte apelo populista, suas práticas políticas voltam-se para o meio social mais carente, visando, principalmente, a cativar mais popularidade e votos para sua campanha. O Jornal da Manhã descreve esse fato sob uma ótica triunfalista, atribuindo, assim, qualidades ao candidato e à sua ação de campanha como algo atípico e especial, como o colunista diz: “uma atitude de ouro”.

Já o jornal Diário da Manhã, como já mencionado no subitem anterior, tinha elegido para seus leitores seus candidatos principais de 1996, ou seja: Plauto Miro Guimarães e Jocelito Canto. Isso legava para os outros candidatos a posição de coadjuvantes da disputa eleitoral nas páginas de seu jornal.

Sendo assim, Adail Inglês não pouparia, em sua retórica, construir uma simbologia heroica, vencedora e triunfalista para esses políticos. Como visto na coluna publicada no dia 25 de agosto, intitulada:

¹⁰ *Jornal da Manhã*. Ponta Grossa. 04/08/96.

“Jocelito, o Herói do Momento: há no povo um mistério. De tempos em tempos o povo escolhe um líder, um pai dos pobres, um salvador da Pátria, um herói”.¹¹

O editor-chefe do Diário da Manhã também não poupou, em sua retórica, projetar e legitimar, em sua coluna do dia 8 de setembro, a imagem de seu segundo candidato:

“No lugar de Plautinho candidato, surgiu à candidatura de Plauto Miro Guimarães Filho, um candidato crescido, maduro, deputado e candidato a prefeito de sua cidade, com a consciência da responsabilidade do cargo que almeja”.¹²

Nota-se que Inglês liga a imagem de seus dois candidatos a símbolos que estão no imaginário coletivo da população: “pai dos pobres, herói, crescido, maduro, político consciente e responsável”. Esses símbolos políticos se impõem para seus leitores como códigos e modelos formadores de bom comportamento, idealizados e imaginados pelo jornalista e pela sociedade. Para Eni Orlandi (2007, p.21):

Esses sentidos produzidos pelos símbolos, não se fecham, não são evidentes, embora pareçam ser eles jogam com a ausência, com os sentidos do não-sentido.

Por outro lado, no dia 22 de setembro, Inglês, tendo que escolher entre um de seus candidatos, começa a mudar seu direcionamento discursivo para seus leitores, depositando suas fichas em apenas um deles, tendo como base as pesquisas de Ibope, antecipando o que para ele seria o ideal resultado eleitoral:

“A campanha eleitoral teve, na sua semana que passou o registro de acontecimentos significativos que estão indicando o que vai acontecer no dia 3 de outubro. A despeito da extravagância da pesquisa de Ibope, pode-se dizer que o candidato Jocelito Canto já pode ser considerado fora do páreo, pela conquista do primeiro lugar. Na verdade os números da pesquisa se revelam mais próximos da realidade no atestado do processo de queda de Jocelito”.¹³

Em uma mudança discursiva, Adail Inglês ainda recupera fatos em sua argumentação que incriminam Canto:

¹¹ INGLÊS, Adail. Coluna Opinião. *Diário da Manhã*. Ponta Grossa. 25/08/96.

¹² *Diário da Manhã*. Ponta Grossa 08/09/96.

¹³ *Diário da Manhã*. Ponta Grossa. 22/09/96.

“Ainda que os programas dos concorrentes não tenham mostrado o cheque sem fundo, o título protestado, há que se considerar que a conversa de tudo isso tomou conta das ruas”.

Agora, o candidato que estaria representando os ideais políticos do D.M. seria Plauto Miro Guimarães. Inglês agora se expressa em um conjunto de intervenções verbais, o qual procurara desacreditar seus leitores na vitória e na capacidade de Jocelito Canto e também dos demais candidatos de assumir a prefeitura. Um discurso que teve seu início posicionando-se a favor de Canto e, depois, alterou-se com o passar do tempo.

No Jornal da Manhã, na coluna Promessas de Palanque, que tem a intenção de mostrar o próprio discurso dos candidatos, estava publicado no dia 22 de setembro:

“Canto prometeu que cidade será um grande centro industrial e turístico, concretizando projetos para a saúde e habitação. O candidato do PSDB, ainda promete prestar contas de seu salário como prefeito, caso realmente venha ser eleito”.¹⁴

Esta estratégia do Jornal da Manhã, de vincular a proposta de campanha dos candidatos, produz um sentido de policiamento nos candidatos, representando, em seus imaginários, uma maior atuação no processo eleitoral e na democracia ponta-grossense.

No mesmo dia, na coluna expressões, o J.M. publicara a seguinte matéria:

“Veni, Vidi, Vince: O candidato a prefeito da coligação muda Ponta Grossa (PSDB), já se considera prefeito de Ponta Grossa. Animado com as pesquisas de intenção de voto, o tucano tem voto para outras praças, na intenção de ajudar companheiros de partido”.⁷⁵

Essa publicação se insere como um sentido de legitimação dos ideais políticos do J.M., reafirmando a confiança para seus leitores da vitória já certa de Canto nas eleições, ditadas pelo discurso obtido de dados das intenções de voto dos eleitores.

Nesse sentido, continuará na coluna seguinte:

“Entre as brilhantes frases da semana, Canto foi o autor da que talvez, mais represente o espírito da campanha eleitoral nesse momento: meu adversário agora é o PT!”¹⁵

¹⁴ *Jornal da Manhã*. Ponta Grossa. 22/09/96.

¹⁵ *Ibidem*. *Jornal da Manhã*. Ponta Grossa. 22/09/96. “Referindo-se ao candidato Péricles de Holleben Mello”.

O *Jornal da Manhã* reafirma e legitima suas preferências pela disputa isolada dos dois candidatos, excluindo os demais. As palavras publicadas direcionam o sentido de seus leitores, induzem e contribuem para formar seus imaginários políticos.

Em meio à disputa eleitoral, o jornal *Diário da Manhã* tenta recuperar o prestígio de seu candidato, Plauto Miro Guimarães, que, segundo as pesquisas publicadas, estaria atrás de Canto e Péricles:

“O deputado Plauto Miró Guimarães criou um fato novo em sua campanha, com a carreata de sexta-feira [...] a carreata conseguiu reunir mais de mil veículos, com as pessoas que assistiram todo o desfile dos veículos, na Avenida Visconde de Taunay. Esse feito espetacular pode estar significando uma reação da campanha de Plauto, no exato momento da decisão final das pessoas. A cidade não havia assistido um movimento de carro de tamanha dimensão, em nenhuma outra campanha política. Foi efetivamente um acontecimento singular. E o efeito parece estar claro no ânimo novo da campanha, na confiança dos companheiros de Plauto, de que a vitória começou a ser desenhada”.¹⁶

Avaliando, de forma decisiva, o evento provocado pelo seu candidato, Plauto Guimarães, Inglês produz expressões que induzem a uma significação grandiosa e de extrema confiança em torno da imagem do político.

Por fim, no mês de outubro, Jocelito Canto ganha as eleições, com 54 mil votos, fato que não desagradou por completo à opinião de Adail Inglês, sabendo que ele era um de seus dois predestinados candidatos, publicando no dia 06 de outubro:

“A eleição do deputado Jocelito Canto vai provocar uma reviravolta no quadro político de Ponta Grossa. E vai provocar principalmente porque o prefeito eleito é um político muito diferente do modelo convencional do político pontagrossense. Jocelito é arrojado, ousado e ambicioso”.¹⁷

Essa publicação demonstra o otimismo de Inglês em relação a Canto, desde o início de sua campanha até seu fim, um sentido que contradiz a proposta imparcialidade jornalística, que supostamente se encontra em seu discurso como jornalista.

Nas publicações exibidas no *Jornal Da Manhã*, no período posterior à vitória, ou seja, a partir do mês de outubro, o discurso de legitimação dos valores dos vencedores aparece, segundo a coluna do J.M.:

¹⁶ INGLÊS, Adail. Coluna Opinião. *Diário da Manhã*. 29/09/96.

¹⁷ *Diário da Manhã*. 06/10/96.

“Uma coisa não se pode negar, por onde passa Jocelito Canto parece um furacão, tamanha velocidade e poder de transformação. [...] O guri se elegeu como deputado por Ponta Grossa morando aqui há pouco mais de um ano. Bateu todos os políticos antigos na cidade. Agora se elege prefeito de Ponta Grossa com uma margem de votos expressiva, derrubando pela segunda vez todos os mestres da política de Ponta Grossa, além de centros do Estado do Paraná que vieram engrossar fileiras”.¹⁸

Já no jornal publicado no dia 11 de novembro, Adail Inglês romantiza Jocelito e, principalmente, sua maneira de ser político, dizendo:

“Jocelito Canto sempre fez política no rádio, como todo radialista faz, mas não havia descoberto, ainda, que gostava da política. E gostava de uma maneira ingênua, pura, quase inocente, como paixão de adolescente. [...] Eleito prefeito descortinou-se à sua frente um mundo novo, com portas se abrindo, figuras importantes o tratando com consideração, sendo em uma palavra, o centro do universo”.¹⁹

CONCLUSÃO

As análises feitas nas colunas demonstram a construção de símbolos e sentidos envolvendo os dois candidatos, mas a representação de Jocelito Canto apareceu de maneira mais intensa e também venceu a eleição do período.

O objetivo foi, então, vislumbrar a retórica expressa por esses colunistas, que utilizaram símbolos e significações que estão no imaginário social.

Jocelito, de certa forma, representou um personagem sintomático do período, o qual apresentou uma característica relativamente paradoxal, por construir uma campanha populista, com ideais de rompimento com os tradicionais e influentes políticos locais de direita e de famílias que ocupavam posições de prestígio e poder, que se autopercebiam e são reconhecidos como pertencentes a uma “boa sociedade”, a partir de uma combinação de prestígio, autoridade e poder, e que se alternavam no campo político local. Mas também, depois de apurados os votos, notou-se que o candidato venceu em bairros de classe média alta, onde se comungava esse espírito elitista e conservador.

Mesmo que Jocelito Canto e Péricles de Holleben Mello não comunguem dos mesmos valores ideológicos, políticos e partidários, ambos se apresentaram nesse

¹⁸ Jornal da Manhã. Ponta Grossa. 11/11/96.

¹⁹ INGLÊS, Adail. Coluna Opinião. *Diário da Manhã*. 10/11/96.

determinado momento, para os jornais, como os mais promissores a mudar o quadro político pontagrossense, centralizador e conservador.

As colunas desses jornais produziram variadas representações sobre esses políticos, expressando suas características, ou seja, são espaços que relacionam informações e opiniões, de maneira mais franca, e apresentam um discurso que se distancia do tom informativo e de procura da “imparcialidade” e “impessoalidade” que o restante dos segmentos ou gêneros do jornal se propõe a apresentar. Contudo, percebeu-se também que as colunas do Jornal da Manhã não apresentaram esse discurso opinativo, como no Diário da Manhã, elas se apresentaram como os demais espaços do jornal, de um tom mais informativo e menos posicionamento político.

Assim, notou-se que as colunas produziram discursos diferentes, uma mais posicionada claramente e outra mais distanciada de um posicionamento claro, mais informativa, possibilitando, assim, pensarmos em um novo conceito sobre as especificidades das colunas e do colunismo brasileiro.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1979.

CHAUÍ, M. d. S. **Cultura e Democracia**: O discurso competente e outras falas. 5. Ed. SP: Cortez, 1990.

CHAUÍ, M. Público, privado, despotismo. In: NOVAES, A. (Org.). **Ética**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

CHAVES. N. B. **Jornal da Manhã**, Ponta Grossa, PR, set./nov. 2007.

LATTMAN WELTMAN, F. **Momento de Decisão**: os anos de 1970 e a mídia no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: FGV, ALERJ, 2001.

LUSTOSA, E. **O texto da notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996.

MELO, J. M. D. **A opinião do jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

ORLANDI, E. P. **Interpretação**: autoria e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis/RJ: Vozes, 1996.

SEIXAS. L. **Redefinindo o Gênero Jornalístico**: propostas de novos critérios de classificação. São Paulo: Labcom, 2009.

SOPELSA, R. **Aquerenciados em um novo Rincão**: Migrantes e o culto às tradições gaúchas na cidade e Ponta Grossa – PR. Dissertação de Mestrado em História, Universidade Federal do Paraná, 2005.

SHIMANSKI, E. F. Ponta Grossa-PR Conservadora e Tradicionalista: Representação social, mito ou realidade e seus rebatimentos no cotidiano local. Dissertação apresentada para obtenção do título de mestre em Ciências Sociais Aplicadas, UEPG. 2007.

Fontes pesquisadas:

Jornal Diário da Manhã. Setembro a Novembro de 1996. Ponta Grossa
Jornal da Manhã. Setembro a Novembro de 1996. Ponta Grossa.