

## **Análise da cobertura das eleições municipais de 2016 pelas capas dos jornais impressos de Ponta Grossa**

*Analysis of the coverage of the municipal elections of 2016 by covers of the printed newspapers of Ponta Grossa*

Edilene dos Santos OGURA<sup>1</sup>

Vanessa Cristina de Abreu Torres HRENECHEN<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo analisa, por meio da capa, a cobertura noticiosa realizada pelos dois jornais impressos de Ponta Grossa (PR) – Diário dos Campos e Jornal da Manhã –, durante a campanha eleitoral de 2016. No DC, durante o período analisado – 16 de agosto a 03 de outubro de 2016 –, foram publicadas 560 chamadas de capa e apenas 7% foram relativas à campanha política da cidade. No mesmo período, o JM publicou 483 chamadas na primeira página, sendo 12% relacionadas com a eleição. Restringindo-se somente às capas dos periódicos, o estudo aponta que um dos diários explorou mais o tema ‘eleições’, mas que ambos, ao tratarem do assunto, deram destaque aos considerados dois principais candidatos na disputa.

**Palavras-chave:** Primeira página. Jornal da Manhã. Diário dos Campos. Eleições.

### **Abstract**

This article analyzes, through the cover, the news coverage made by the two printed newspapers of Ponta Grossa (PR) - Diário dos Campos and Jornal da Manhã -, during the electoral campaign of 2016. During the analyzed period - 16 from August to October 3, 2016 - 560 cover calls were published and only 7% were related to the city's political campaign. In the same period, the JM published 483 calls on the first page, with 12% related to the election. Restricting itself to the covers of periodicals, the study points out that one of the journals explored the theme of 'elections' more, but that both, in dealing with the subject, highlighted the two main candidates in the dispute.

**Key-words:** First page. Jornal da Manhã. Diário dos Campos. Elections.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.  
E-mail: edi\_leninha@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.  
E-mail: vanessa\_cris16@hotmail.com

## Introdução

Este trabalho é fruto da análise das capas dos jornais Diário dos Campos (DC) e Jornal da Manhã (JM), durante o período de campanha para as Eleições Municipais em 2016 no primeiro turno, com o objetivo de saber quanto de espaço foi dedicado a essa cobertura em Ponta Grossa (PR) e o teor das narrativas, numa época considerada importante para o exercício da democracia.

Inicialmente, o texto discute conceitos sobre mídia, democracia e eleições, a fim de fundamentar a pesquisa empírica. Em seguida, o artigo apresenta o cenário da disputa eleitoral do município durante a campanha de 2016. No decorrer do texto, apresentamos o resultado da análise de conteúdo (Bardin, 1977) realizada nas capas dos dois jornais citados e, por fim, as considerações feitas sobre esse resultado.

## Mídia e democracia

Lippmann (2008), em sua obra *Opinião Pública*, explica que o mundo real está fora da visão e compreensão dos sujeitos, visto que é composto por uma variedade e complexidade de elementos existentes. Segundo o autor, o ser humano só consegue abarcar uma parte da realidade que administra para a sua sobrevivência, nesse caso, o jornalismo assumiria uma importante função na sociedade, ao levar informações que ajudariam o indivíduo a formar uma imagem credível do mundo que está além do seu alcance.

A imprensa é, em geral, definida como uma importante instituição para o regime democrático. O ‘verdadeiro’ jornalismo fiscaliza, informa o cidadão, denuncia e levanta debates importantes à sociedade. Poderíamos dizer que sem cidadãos informados não haveria democracia.

Essa concepção de democracia implica a existência de uma esfera pública, entendida como uma rede de comunicação, informação e trocas de pontos de vista, cuja influência se deve refletir no posterior tratamento das questões que tem lugar no interior do sistema político. (CORREIA, 2005, p. 45)

Segundo Silva (2005), o jornalismo é um campo de mediação importante no sistema democrático porque proporciona a circulação entre os diferentes espaços que compõem o espaço público. Dessa forma, todo cidadão deve ter acesso às informações para agir ativamente na sociedade, fiscalizar os poderes públicos e exercer os seus direitos.

Conforme reforça Azevedo (2006), existe uma dimensão crítica na articulação entre o sistema de mídia e o sistema político das democracias contemporâneas. Isso ocorre devido à falta de diversidade externa, que seria a existência efetiva de diversidade de informação e de opinião nos meios de comunicação de massa de forma a garantir que os cidadãos tenham acesso às principais perspectivas políticas em competição.

Como lembra muito bem Maia (2002, p. 5), tanto os autores vinculados à perspectiva pluralista, como Dahl (1971), quanto os filiados à corrente deliberacionista, como Habermas (1984) e Fraser (1992), consideram que a diversidade de fontes de informação e a pluralidade de opiniões são cruciais para a efetividade do debate das questões públicas e das decisões políticas nas poliarquias ou para a deliberação crítica e racional no âmbito da esfera pública (AZEVEDO, 2006, p.).

O jornal desempenha um papel estratégico na visibilidade das questões públicas nas democracias de diversos países. Nesse contexto, vários temas e questões competem entre si para obter visibilidade nos meios de comunicação de massa e atenção da opinião pública. Portanto, a visibilidade dos atores, temas e demandas dependem, em certa medida, daquilo que é publicado pelos meios de comunicação.

Durante as eleições ocorre uma disputa entre as várias agendas postas em circulação pelos atores políticos. Azevedo (2006) ressalta que para assegurar as condições democráticas é imprescindível que os meios de comunicação de massa estejam organizados numa estrutura plural e competitiva e que sejam capazes de refletir, se não toda, pelo menos as correntes mais importantes da diversidade ideológica, política e cultural da sociedade.

Num contexto onde a imprensa comercial é dominante, seja pela inexistência ou pela pequena expressão da imprensa partidária, o princípio democrático da diversidade e pluralidade estaria

inevitavelmente dependente do ideal normativo da objetividade tão cara à perspectiva teórica do jornalismo liberal, ou seja, dependente da presença de uma diversidade interna em cada órgão de imprensa que permita o confronto de opiniões divergentes e coberturas balanceadas em que todos os lados e atores em disputa sejam contemplados. (AZEVEDO, p. 97-98).

Para Correia (2005), ao entendermos a visibilidade midiática como um espaço no qual vários grupos sociais e instituições competem entre si e na qual lutas ideológicas se desdobram sobre a definição e construção da realidade social, a análise da oportunidade de acesso torna-se fundamental.

Apesar das novas tecnologias e da proliferação das redes sociais, a mídia tradicional ainda é uma importante fonte de informação para os cidadãos. Os meios de comunicação desempenham papel relevante para a democracia e, em períodos eleitorais, o peso é ainda maior, visto que pelo voto se pode mudar os rumos de um município, de um Estado, do país.

Duarte (2010) destaca que a representação política é um fenômeno que consiste num processo de escolha de governantes extremamente ligado aos meios de comunicação de massa.

A representação está diretamente ligada a um processo de duplo sentido de comunicação das mensagens políticas. As mensagens precisam ser públicas para o cidadão conhecer e, por outro lado, os políticos precisam tomar conhecimento e entender as reações de seus representados. Também é necessário, para que haja representação, liberdade de imprensa, de associação e de propaganda. Canais de comunicação são imprescindíveis nesse sentido. (DUARTE, 2010, p. 100).

Segundo Carvalho e Cervi (2016), a campanha eleitoral é um importante período para demonstrar a influência do jornalismo na opinião pública. Os autores dizem que “é no momento do voto ou das tomadas de posição a respeito de temas públicos que a opinião dos cidadãos comuns se cristaliza, indicando tendências e resultados do debate público”. (CERVI, 2010, p. 11, apud CARVALHO e CERVI, 2016, p. 327).

A ação comunicativa teria o papel de promover a mobilização social, permitir ao cidadão, a partir da interação e do consenso, tomar decisões em prol da articulação de mudanças sociopolíticas e culturais. Dessa forma, pode-se entender a comunicação como um

instrumento indispensável na construção de uma cidadania ativa, que luta para ver concretizadas as práticas democráticas. (DUARTE, 2010, p. 100)

É a partir das notícias veiculadas pelos canais de comunicação que as pessoas se informam e tomam decisões e o jornal impresso é considerado pelo público um dos meios mais confiáveis. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, seis em cada dez leitores de jornal confiam sempre ou quase sempre nas notícias divulgadas por este meio de comunicação. (BRASIL, 2016). Neste sentido, o presente artigo se mostra pertinente na medida em que tenta medir como o DC e o JM articularam (ou não) o debate público durante o período eleitoral.

## **A imprensa e a disputa eleitoral**

Nobre e Nobre (2013) mostram que no Brasil as pesquisas em comunicação política têm passado por uma evolução significativa, refletindo sobre diversos temas contemporâneos, tais como processos eleitorais, análises de cenários políticos, imagem política e a importância da mídia de massa. Sendo a mais importante fonte de informação política para a maioria dos cidadãos, o que aparece na mídia não pode ser deixado de lado, principalmente quando se busca compreender o comportamento dos eleitores. Singer (2001) ressalta aspectos relevantes da relação mídia e política.

Em primeiro lugar, a mídia determina os temas sobre os quais recairá a atenção pública (McCombs e Shaw, 1972) e também é ela que decide o que *não* deve ser dito, como no caso das idéias que são submetidas à “espiral do silêncio” (Comparato, 1997). Em segundo lugar, a imprensa exerce uma significativa influência na formação da opinião pública (Filgueira e Nohlen, 1994). Em terceiro lugar, a mídia mudou a disputa eleitoral, substituindo os partidos políticos em sua função comunicadora, em maior ou menor grau (Rubin, 1981). (SINGER, 2001, p.60).

Diante do exposto em relação à importância da imprensa na sociedade e em específico para as disputas eleitorais, o objetivo desta pesquisa é verificar se a mídia impressa deu visibilidade de forma equilibrada aos candidatos a prefeito de Ponta Grossa durante as eleições de 2016, através da análise das chamadas de capa do Jornal da Manhã e Diário dos Campos.

## A função da capa nos impressos

O estímulo ao debate público por meio da mídia converge com o que McCombs (2009) denominou de agendamento temático. “Na sua seleção diária e apresentação das notícias, os editores e diretores de redação focam nossa atenção e influenciam nossas percepções naquelas que são as mais importantes questões do dia”. (MCCOMBS, 2009, p. 17-18). Isso ocorre, segundo o autor, através da saliência dada a determinadas notícias, o que está muito presente nas capas dos jornais.

A matéria principal da p. 1, a página de capa *versus* a página interior, o tamanho do título, e mesmo o tamanho de uma matéria comunicam a saliência dos tópicos da agenda noticiosa. (MCCOMBS, 2009, p. 18).

Por isso, uma das hipóteses lançadas no início da pesquisa das capas do DC e do JM era de que a disputa eleitoral em curso naquele momento poderia ganhar espaço considerável nesta que é a página estratégica de todo jornal. “A capa de um jornal é a primeira expressão imagética que impacta o leitor e serve como uma vitrine para a publicação” (FERES JUNIOR; SASSARA apud FERREIRA JUNIOR, 2003, p.6).

Segundo Bezerra (2005, p. 51), a primeira página funciona como uma espécie de mapa para o leitor situar as notícias dentro do jornal e também como um “chamariz”. Por outro lado, ao invés de provocar o leitor à leitura, pode fazer com que ele desista dela.

Nas sociedades contemporâneas os jornais são considerados o motor do espaço público contemporâneo, ou seja, são eles que movimentam e estimulam o debate político, envolvendo, potencialmente, todos os cidadãos principalmente nas disputas eleitorais. Entender os processos de seleção e hierarquização das informações nos veículos de comunicação é importante não apenas para explicar os processos internos de socialização da informação nos jornais, mas, também ajuda a medir a qualidade do debate político e da própria democracia, por consequência. (CERVI, 2009, s/p).

Conforme Barsotti (2015), há quase 200 anos, a edição da primeira página dos jornais é dedicada às principais notícias e faz parte das rotinas produtivas da cultura

profissional dos jornalistas. Manchetes e chamadas presentes nas capas dos jornais foram uma novidade introduzida pela *penny press* nos EUA, no século XIX, quando os diários passaram a adotar a venda avulsa do material, com os jornaleiros anunciando nas ruas os acontecimentos do dia.

A transformação da primeira página foi uma estratégia mercadológica fundamental para a massificação dos periódicos, já estabelecidos como empresas capitalistas e em busca da ampliação de seu público. A ideia era fascinar e atrair o leitor, com uma linguagem jornalística que vendia publicitariamente o jornal, além de instaurar uma forma de sentido que ordenava hierarquicamente os fatos noticiáveis (BARSOTTI, 2015, p.1).

O jornalismo se desenvolveu ao longo do século XIX ancorado nos valores da lógica positivista. Nesse contexto, os *penny press* assinalaram a mudança do jornalismo de opinião para o de informação. Muitas modificações foram introduzidas gradualmente nesta época, conforme explica Barsotti (2015), como o lead, a pirâmide invertida, a reportagem e a entrevista, além do preenchimento da primeira página com notícias.

Segundo Barsotti (2015), no Brasil, as origens da primeira página moderna remontam a 1905, quando os diários começam a romper com o padrão da época e passam a diagramar as notícias em duas colunas, sugerindo os primórdios da manchete. “No ano seguinte, algumas delas já são publicadas em quatro colunas. Em 1915, a primeira página com manchete e outras notícias destacadas, além de fotos e ilustrações, já é uma realidade na Gazeta de Notícias e no Correio da Manhã” (BARSOTTI, 2015, p.14).

Atualmente, as primeiras páginas da mídia impressa são utilizadas de forma estratégica e, ao mesmo tempo em que valorizam o conteúdo dos jornais, chamam a atenção do leitor, convidando-o à leitura. Travassos (2010) define a capa de jornal como um gênero textual autônomo, que conquistou esse status por ser comum no âmbito do jornalismo e implicar a execução de um plano comunicativo intencional. “A capa de jornal, gênero muito claro e definido em suas rotinas, é identificável pela maioria dos indivíduos que tem acesso à cultura impressa” (TRAVASSOS, 2010, p.108). Segundo a autora, a leitura das chamadas de capa aguça a curiosidade do leitor e ajuda-o a decidir-se por ler mais em busca de detalhes. Dessa forma, os editores procuram, ao máximo, tornar as capas mais atrativas e persuasivas.

Para Travassos (2010), principalmente quando se tratam de exemplares vendidos em banca, a capa é o elemento persuasivo principal para a aquisição. Além do mais, as capas podem representar um roteiro de leitura para quem não quer ou não dispõe de tempo para ler todas as matérias.

A primeira página de um jornal também reflete as escolhas feitas pelos editores acerca das informações que consideram mais importantes no dia, dessa forma, pode indicar os objetivos e a maneira como cada diário se posiciona política, cultural e socialmente (MEDEIROS, RAMALHO e MASSARANI, 2010).

Conforme explica Carvalho (2010), a forma pela qual os elementos do layout são integrados, conferem coerência e unidade de significação à capa. Isso ocorre, segundo a autora, a partir de três sistemas inter-relacionados: valor informacional, saliência e emolduramento. O valor informacional é a significação atribuída aos elementos em função da sua localização na página. Já a saliência diz respeito aos recursos empregados nos elementos da página para atrair a atenção do leitor, e se realiza por meio da disposição das informações visuais em primeiro e segundo plano, como tamanho, perspectiva, contrastes de cores e tonalidades, dentre outros. Em geral, é o grau de saliência que define a trajetória de leitura da página, com início a partir do elemento mais saliente para o menos saliente (CARVALHO, 2006, p. 205-208). Os recursos de emolduramento conferem diferentes graus de conexão ou desconexão entre os elementos ou grupos de elementos dispostos na página, através da ausência ou presença de linhas de emolduramento, espaços vazios entre os elementos, relações de contraste, descontinuidades de cor e brilho, dentre outros.

Nesse sentido, a capa cumpriria a função de informar sobre o conteúdo publicado no jornal e de atrair os leitores para a compra do material.

Acredita-se então, que, muitas vezes, é através da capa que o leitor se decide ou não pela compra do jornal, pois nela encontra uma relação entre o que deseja ler e o conteúdo do jornal que está apresentado. (TRAVASSOS, 2010, p.30).

Conforme Feres Júnior e Sassara (2016), a manchete, as chamadas e as fotos que adornam a capa são os elementos comunicativos mais vistos na publicação e são responsáveis pela primeira impressão que os leitores têm das notícias.

## **Cenário político ponta-grossense**

Em 2016, entrou em vigor a minirreforma eleitoral, que, entre outras mudanças, reduziu o período de campanha dos candidatos de 90 para 45 dias. A campanha nas ruas teve início no dia 16 de agosto e as eleições para o primeiro turno aconteceram em 2 de outubro. Outra alteração considerável foi a diminuição no tempo do horário gratuito de propaganda eleitoral no rádio e televisão, que passou de 45 para 35 dias, com dois blocos diários de dez minutos cada. Os partidos também tiveram direito a 70 minutos diários de inserção, sendo 60% desse tempo para candidatos a prefeito e 40% para vereadores.

Em Ponta Grossa, cinco chapas lançaram candidatos a prefeito naquele ano. Foram eles: Marcelo Rangel (PPS), que buscava a reeleição; o deputado federal Aliel Machado (Rede); o então vereador Julio Küller (PMB); o professor Sérgio Luiz Gadini (PSol) e Leandro Soares Machado (PPL). Além deles, 492 pessoas se candidataram a vereador na cidade.

No primeiro turno, Marcelo Rangel conquistou 84.032 votos (47,98%), número que não foi suficiente para garantir a disputa naquele momento e, por isso, concorreu no segundo turno com Aliel Machado, que recebeu 49.611 votos (28,15%) no primeiro turno e ficou em segundo lugar. Julio Küller ficou em terceiro, com 27.465 votos; Professor Gadini angariou 12.214 e Leandro Soares recebeu 2.904 votos. Ao final da disputa, com o segundo turno, Rangel saiu vitorioso com 98.059 votos (55,38%) contra 79.008 (44,62%) de Aliel.

## **Metodologia e resultados**

Foram verificadas todas as capas das edições publicadas no período eleitoral do primeiro turno de 2016, entre os dias 16 de agosto e 3 de outubro – data subsequente ao dia de votação. Ao todo, fizeram parte deste levantamento 37 edições do Diário dos Campos<sup>3</sup> e 37 do Jornal da Manhã<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup>Jornal de modelo standard (56 x 62 centímetros)

<sup>4</sup>Jornal de modelo berliner (40 x 24,4 centímetros)

A análise de conteúdo propriamente dita (BAUER, 2000; BARDIN, 1977) foi realizada seguindo o livro de códigos já aplicado em outras pesquisas realizadas pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Representações Políticas e Atores Sociais da Universidade Estadual de Ponta Grossa. O livro define códigos para cada categoria de análise, desde o formato da chamada (se é manchete, se tem foto, etc.), passando pelo posicionamento do texto na capa (centro, esquerda, direita, primeira dobra ou segunda dobra), pelo tema do assunto analisado e abrangência até chegar a fontes e motivo que levou a notícia a ganhar destaque na capa. As propagandas publicitárias contidas nas capas foram ignoradas nesta coleta para que apenas o conteúdo noticioso fosse analisado.

Ao todo, o DC publicou 560 chamadas de capa e o JM, 483, sobre os mais variados assuntos. Embora de tamanho menor que o DC, o JM teve mais notícias sobre eleições na primeira página na comparação com o concorrente. Foram 60 chamadas contra 40 do DC – nos mais variados formatos (Tab 1). Os números correspondem, respectivamente, a 12% e a 7% de chamadas.

**Tabela 1** – Distribuição do tema Eleição Municipal por formato na primeira página

FORMATO	JM (total)	JM (%)	DC (total)	DC (%)
Manchete com foto	5	8,3%	3	7,5%
Manchete sem foto	4	6,6%	2	5%
Chamada com foto	11	18,3%	5	12,5%
Chamada sem foto	22	36,6%	13	32,5%
Foto-legenda	0	0%	0	0%
Chamada-título	18	30%	17	42,5%
Total	60	100%	40	100%

Fonte: Autores, 2017

A visibilidade na primeira página do jornal pode ser aferida pela distribuição dos formatos de chamadas. A maior visibilidade ocorre nas manchetes (com ou sem foto), que contêm títulos maiores, eventualmente em letra maiúscula; em seguida, são consideradas mais atraentes ao leitor as chamadas com foto. Supostamente, a atenção vai se reduzindo em chamadas sem foto, foto-legenda e chamada-título, que é o formato de primeira página com menor visibilidade (CERVI, 2009).

A pesquisa revelou que o DC deu pouca visibilidade ao tema das eleições na capa, pois, quando presente na primeira página, a disputa eleitoral foi destaque em

formato de título em mais de 40% das chamadas. Na soma entre chamadas-título e as chamadas sem foto, o percentual de matérias é de 85% do total. O JM também deu escasso valor à imagem nas chamadas correspondentes às eleições municipais, com 75% das chamadas contendo apenas texto (manchetes sem foto + chamadas sem foto + chamadas-título).

### Visibilidade dos candidatos

A pesquisa mostrou que os nomes dos candidatos à Prefeitura de Ponta Grossa foram raramente citados nas capas dos dois jornais analisados, porém, ao destacarem a disputa eleitoral, ambos mencionaram mais vezes o candidato Aliel Machado, que foi citado em cinco títulos no período da campanha eleitoral pelo JM e três vezes pelo DC (Tab 2).

Em títulos, o candidato à reeleição, Marcelo Rangel, foi citado quatro vezes nas capas do JM e duas no DC; o nome de Júlio Küller aparece apenas uma vez na primeira página do DC com destaque (nome no título e foto) e uma vez na capa do JM, durante a campanha. Sérgio Gadini e Leandro Soares também foram citados apenas uma vez pelo JM, todavia, no DC não apareceram em nenhum título de capa no período eleitoral. Os nomes de ambos são citados no texto da manchete sobre uma pesquisa eleitoral (24 a 26 de setembro) – que contém fotos estilo boneco de todos os candidatos – e no texto da manchete do dia 3 de outubro, com o resultado do pleito. Nesta chamada, não há fotos deles, apenas de Rangel e Aliel. Algumas imagens de capas ajudam a ilustrar essa visibilidade (Fig 1, 2, 3, 4 e 5).

**Tabela 2**– Ocasões em que os nomes dos candidatos aparecem nos títulos das capas

Diário dos Campos		Jornal da Manhã	
	“Pesquisa traz Rangel em 1º, Aliel e Küller empatados”	Marina volta a PG para lançar Aliel Machado	20 e 21 de agosto
	24 a 26 de setembro	Visita - Marina cumpre agenda hoje em PG para apoiar Aliel	26 de agosto

Ariel Machado	“Marina Silva visita PG para apoiar Ariel Machado”	27 de agosto	Ariel Machado	Líder da Rede - Marina elogia perfil de Ariel Machado	27 e 28 de agosto
	“Rangel e Ariel disputam 2º turno em PG”	3 de outubro		Pesquisa aponta Rangel com 33,2%, Ariel 23,1% e Küller 12,3%	29 de setembro
Marcelo Rangel	“Pesquisa traz Rangel em 1º, Ariel e Küller empatados”	24 a 26 de setembro	Marcelo Rangel	Agora é... Rangel X Ariel	3 de outubro
	“Rangel e Ariel disputam 2º turno em PG”	3 de outubro		Cristovam Buarque reforça campanha de Rangel	14 de setembro
Júlio Küller	“Pesquisa traz Rangel em 1º, Ariel e Küller empatados”	24 a 26 de setembro	Marcelo Rangel	Rangel exalta avanços da cidade	18 e 19 de setembro
				Pesquisa aponta Rangel com 33,2%, Ariel 23,1% e Küller 12,3%	29 de setembro
Sérgio Gadini	Não citado		Julio Küller	Agora é... Rangel X Ariel	3 de outubro
				Pesquisa aponta Rangel com 33,2%, Ariel 23,1% e Küller 12,3%	29 de setembro

Leandro Soares	Não citado	Sérgio Gadini	Propostas para PG - Gadini quer auditar contratos públicos	27 e 28 de agosto
		Leandro Soares	Leandro quer gestão pautada pelo cidadão	3 e 4 de setembro

Fonte: Autores, 2017

Figura 1 – Capa do Diário dos Campos – 26 a 26 de setembro de 2016

**DIÁRIO DOS CAMPOS** *Find!*

Ponta Grossa, sábado a segunda-feira, 26 a 28 de setembro de 2016

Variedades: Confira nova edição da revista especial do DC. Entre os destaques, reportagens especiais sobre moda, turismo, gastronomia e muito mais. Boa leitura! *Por: Felipe*

Nova versão da BMW Gran Turismo

Agronegócios: Caderno do DC reúne as principais informações do setor. Financiamento para insumos, exportações de carne e nova tecnologia em maquinário agrícola estão entre os destaques. *Atualizado às 13h*

## Pesquisa traz Rangel em 1º, Aliel e Küller empatados

Levantamento realizado pela IRG Consultoria, e divulgado com exclusividade pelo Diário dos Campos, mostra que o candidato à reeleição Marcelo Rangel (PPS) lidera as intenções de voto para prefeito em Ponta Grossa. Aliel Machado (Rede) e Julio Küller (PMB) aparecem tecnicamente empatados. Neste cenário, os votos destinados ao professor Gadini (Pso) e Leandro Soares Machado (PPL) podem definir se haverá ou não a disputa do segundo turno na cidade. Pesquisa ouviu 500 eleitores, em 12 regiões diferentes de Ponta Grossa, e está registrada na Justiça Eleitoral.

**ELEIÇÕES 2016**  
Se as eleições para Prefeito de Ponta Grossa fossem hoje e o Sr(a) votaria?

Aliel Machado (Rede) | Julio Küller (PMB) | Marcelo Rangel (PPS) | Leandro Soares Machado (PPL) | Sérgio Gadini (Pso) | Não sei

Campanha entra na reta final e candidatos intensificam ações | Avaliação dos políticos muda conforme idade dos eleitores | DC divulga intenções de voto em Carambel na terça-feira

Férias: Planejamento pode baratear custo da viagem *Por: J. B.*

Novela: Fase final de 'Velho Chico' terá novidade *Por: J. B.*

Cartas denunciam **AGRESSÕES A DETENTOS**  
Homens e mulheres recolhidos na Penitenciária Estadual de Ponta Grossa e na Cadeia Pública Helderando de Souza estavam sendo vítimas de agressões físicas e psicológicas. A denúncia foi feita através de cartas enviadas à Federação Brasileira em Defesa dos Direitos Humanos. O DC teve acesso ao material e também entrevistou duas ex-presidárias e um foragido do sistema prisional, que reforçam as denúncias.

Investimento: Ajuste fiscal deixa o Paraná mais atrativo *Por: J. B.*

Alzheimer: Doença pode ser evitada com vida saudável *Por: J. B.*

Protesto: Alunos fecham rodovia para cobrar escola *Por: J. B.*

Taça FPF: Operário decide vaga contra o Foz do Iguaçu *Por: J. B.*

Princesa: Empresa realiza projeto sobre

Fonte: Reprodução/Autores, 2018

Figura 2 – Capa do Diário dos Campos – 27 de agosto de 2016

TRADIÇÃO A SERVIÇO DOS CAMPOS GERAIS

# DIÁRIO DOS CAMPOS

Chefe de Redação: Marcos Silva      Edição: Fátima, sábado, 27 de agosto de 2016      Ano 1314 - R\$ 2,000 - PSE 7,000

**IPIRANGA**



**CARAMBÉI**



## Pesquisas trazem cenário para as disputas eleitorais em Carambeí e Ipiranga

*Primeiras pesquisas registradas no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) mostram que as disputas em Carambeí e Ipiranga devem ser acirradas. Levantamentos foram realizados pela IRG Consultoria e Visão Pesquisas. Em Ipiranga dois concorrentes disputam a prefeitura, e a primeira sondagem aponta para a preferência do atual mantenedor, Roger Selbá (PR). Já em Carambeí são quatro candidatos e a pesquisa com divulgação exclusiva de P&F aponta para a vitória de Cesar Almeida (PT) na disputa por Carambeí.*

### Marina Silva visita PG para apoiar Aiel Machado

Presidente nacional da Rede Sustentabilidade e ex-candidata à presidência da República, Marina Silva conversou com colégionários e percorreu a região central. Política afirma que partido apra o impeachment de Dilma Rousseff, p...



### Previsão

**Fim de semana será quente e sem chuvas**

Depois de vários dias de chuva e frio, previsão do Sinopar é de que o final de semana seja de tempo quente e sem nenhuma chuva nos Campos Gerais. Cidade: GA.

### Bancos abrem linhas para a antecipação do 13º salário

Trabalhadores devem ficar atentos ao limite da antecipação do abono salarial e aos juros. Taxas partem de 1,75% do mês. Cidade: GA.

### ADOLESCENTES FOGEM DA ESCOLA, VÃO PARA FESTA E ACABAM NA CADEIA

A Polícia Civil de PG apura as circunstâncias do desaparecimento de quatro jovens, com idades entre 12 e 14 anos. Eles fugiram da escola e acabaram em uma festa com sexo exposto. Dois meninos seguiram desaparecidos.



### Inclusão

**Evento reúne mais de 1,5 mil pessoas em PG**

Cidade: GA.

### Evento do Crea debate mediadas para retomada do crescimento

Seminário Oficial da Engenharia e da Agronomia deve reunir mais de 4 mil profissionais no Paraná, a partir de segunda-feira. Cidade: GA.



### Perda

**Radialista João de Souza é sepultado**

### Ponta Grossa

**Trabalhador é queimado por massa asfáltica**

### Briga

**Morte em bar de Imbaú está sendo apurada**

### Susto

**Fogo consume casa no Jardim Carvalho**

### Preparação

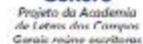
**Keima joga contra seleção do Paraguai**

Em fase de preparação para o Campeonato Mundial, na Colômbia, time de Ponta Grossa faz amistoso contra os paraguaios hoje e amanhã. Cidade: GA.



### Gênero

Projeto da Academia de Letras dos Campos Gerais reúne escritoras. Cidade: Ponta Grossa.



### Policia fecha ponto de drogas na Cel. Cláudio



### Capotamento deixa três tendos próximo a Guaragi



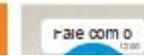
### Nacional

**Academia de balé participa de Festival**

Varejeiras: BA.






Fonte: Reprodução/Autores, 2018

Figura 3 – Capa do Diário dos Campos – 3 de outubro de 2016

✦ TRADIÇÃO A SERVIÇO DOS CAMPOS GERAIS ✦

## DIÁRIO DOS CAMPOS



**47,68%**



**28,15%**

### Rangel e Aliel disputam segundo turno em PG

*Depois de um dia de votação que transcorreu com relativa tranquilidade, o resultado das urnas apontou que a definição sobre o nome do próximo prefeito de Ponta Grossa ficará para o segundo turno. Aliel Machado (Resle) e Marcelo Rangel (PPS) seguem na disputa e agora terão uma nova oportunidade para apresentar suas propostas aos eleitores. Apesar de não seguirem no pleito, Júlio Küller (PMB), Professor Gadini (Psoi) e Leandro Soares Machado (PPL) analisaram de forma positiva o processo eleitoral e agora estudam sobre possíveis alianças.*

**Camara de vereadores de Ponta Grossa terá renovação de 65 %**

---

**Moacyr Fadel volta à prefeitura de Castro**  
Espectal GA

**Blum obtém 58,18% dos votos em Ipiranga**  
Espectal GA

**Carambei reelege Blum para mais quatro anos**  
Espectal GA

**Edir Havrechaki vence disputa em Palmeira**  
Espectal GA



**Polícia investiga causa do incêndio no maior ponto de votação da cidade**  
A Polícia Civil de Ponta Grossa abriu inquérito para apurar as circunstâncias do incêndio que consumiu parte do Colégio Estadual Elzira Corrêa de Sá. Espectal 3A



**Grave Criança fica entre a vida e morte depois de acidente**  
Morino de quatro anos foi atropelado em frente a um colégio na Vila Vitória, em PG. Estado de saúde é considerado gravíssimo. Espectal 3A

**Exemplo Casal de idosos destaca força do voto para a democracia**  
Espectal 3A



**ACESSIBILIDADE**

José Ribas de Oliveira viveu uma situação frustrante neste domingo de votação. Por conta da mudança da sua seção eleitoral, o cadastrante não conseguiu ter

Fonte: Reprodução/Autores, 2018

Figura 4 – Capa do Jornal da Manhã – 29 de setembro de 2016

# jornaldamanhã

PONTA GROSSA, QUINTA-FEIRA, 29 DE SETEMBRO DE 2016 | ANO 63, Nº 19.649, R\$ 3,00  
WWW.JORNALDAMANHA.INFO | DIRETOR DE REDAÇÃO: ELOIR RODRIGUES



**Disputa** Eleitores indecisos somam mais de 25% e terão papel essencial no resultado do pleito. P.5

**Ao vivo na TV** RPC realiza hoje debate entre os prefeitáveis. P.3

**PG em debate** propostas Candidatos discutem melhorias na Saúde. P.6

**Receita Federal** Empresa de PG é alvo de operação Operação "Livro Aberto", flagrada nessa quarta-feira, apreende material oriundo de contrabando e descaminho. P.10

**Flagrante em bar** Mulher põe fogo no veículo do marido Um carro foi consumido pelas chamas, ontem. O incêndio foi cometido por uma mulher, para se vingar do marido. P.11

**tozetto** supermercados

Coca e Sobras Coca de Frango 1kg	R\$ 4,79
Isaca de Trigo Copoado 300g	R\$ 6,98
Cereja Original 600ml	R\$ 5,83
Leite Fermentado Desnatado 450g	R\$ 3,99
Mil Chicken Perdigão 300g	R\$ 3,99
Shirazee Frasco 200ml	R\$ 5,89

Ofertas válidas para 28 e 29 de setembro

**Revitalização**  
**Estação Saudade ficará fechada durante 3 anos**

O prédio da Estação Saudade recebeu, ontem, tapumes para isolamento. O espaço passará por uma vistoria arquitetônica e também por um projeto de restauração, para recuperar a identidade original do edifício. P.9

**Industrialização**  
**Economia de PG tem alta de 53% com novo ciclo**  
Produto Interno Bruto de Ponta Grossa, que era de R\$ 6,7 bilhões em 2010, passou para R\$ 10,3 bilhões em 2013, segundo o Iparides. P.8

**Greve** Negociação entre bancários e Fenaban não evolui. P.7



**GFA** Trabalho focado em serviços ágeis, com soluções e resultados. Planejamentos e processos avançados de administração e gestão de negócios.

Alexsandro Fogaca de Almeida  
Edilson Fogaca de Almeida  
Regério Fogaca de Almeida

Ponta Grossa  
42.3028-6368 | 42.42.0999-0415  
R. Barão Brásio Ribas, 226 - Centro  
www.gfaassociados.com.br  
contato@gfaassociados.com.br

Fonte: Reprodução/Autores, 2018

Figura 5 – Capa do Jornal da Manhã – 3 de outubro de 2016

# jornaldamanhã

PONTA GROSSA, SEGUNDA-FEIRA, 03 DE OUTUBRO DE 2016 | ANO 63, Nº 19.652, R\$ 3,00  
WWW.JORNALDAMANHA.INFO | DIRETOR DE REDAÇÃO: ELIOIR RODRIGUES

## Agora é....



**RANGEL X ALIEL**



Com projetos de governo distintos, corrida eleitoral em Ponta Grossa deverá ser marcada por confronto de ideologias entre Marcelo Rangel (PPS) e Aliel Machado (REDE). A partir de agora, candidatos buscam apoios para assegurar a vitória no segundo turno das eleições. P.4

**Lista completa**  
**Confira a votação de cada candidato a vereador em PG**  
Página 14 e 15

**Resposta das urnas**  
**Legislativo de PG tem renovação expressiva**  
A renovação da Câmara de Vereadores de Ponta Grossa é de 65%. Da atual legislatura, apenas oito dos 23 parlamentares conseguiram a reeleição. P.7

**Dr. Zeca**  
  
**Recorde de votos**  
**Vice-prefeito volta à Câmara como candidato mais votado**  
Dr. Zeca obteve mais de 6 mil votos e retorna à Câmara para novo mandato. Segundo mais votado, Felipe Passos também assegura cadeira. P.8

**Campos Gerais**  
**Maioria das cidades da região terá novos prefeitos em 2017**  
A maioria das cidades da região dos Campos Gerais terá novos prefeitos a partir do próximo ano. A renovação é superior a 60%, segundo o TRE. P.10,12

**Sub-juiz** Jaguariava e Pirai dependem da Justiça P.12

<p><b>tozetto</b> Supermercado</p> <table border="0"> <tr><td>Bolão Leite Bônus 54g</td><td>R\$ 2,49</td></tr> <tr><td>Açúcarado Nissai 800g</td><td>R\$ 9,99</td></tr> <tr><td>Arroz Copag Parafolado 5kg</td><td>R\$ 11,99</td></tr> <tr><td>Plão de Mel com Chocolate Puro 200g</td><td>R\$ 3,89</td></tr> <tr><td>Açúcarado Colônia Nissai 1 Litro</td><td>R\$ 3,89</td></tr> <tr><td>Folho Trigo Puro 1kg</td><td>R\$ 4,99</td></tr> <tr><td>Emprego Novo 2kg</td><td>R\$ 3,49</td></tr> </table> <p><small>*Ofertas válidas para 03 e 04 de outubro</small></p>	Bolão Leite Bônus 54g	R\$ 2,49	Açúcarado Nissai 800g	R\$ 9,99	Arroz Copag Parafolado 5kg	R\$ 11,99	Plão de Mel com Chocolate Puro 200g	R\$ 3,89	Açúcarado Colônia Nissai 1 Litro	R\$ 3,89	Folho Trigo Puro 1kg	R\$ 4,99	Emprego Novo 2kg	R\$ 3,49	<p><b>Londrina elege Marcelo Belinatti no primeiro turno das eleições</b> Marcelo Belinatti, do Partido Progressista (PP), foi eleito no primeiro turno em Londrina, com 51,5% dos votos. P.14</p> <p><b>Crivella e Freixo vão disputar o segundo turno no Rio de Janeiro</b> Marcelo Crivella e Marcelo Freixo vão disputar a Prefeitura do Rio de Janeiro no segundo turno das eleições. P.12</p>	<p><b>João Dória é eleito para administrar São Paulo</b> O empresário João Dória (PSDB) venceu a corrida pela Prefeitura de São Paulo. É o primeiro prefeito a conquistar a Prefeitura de São Paulo no primeiro turno das eleições. P.12</p> 	<p><b>Curitiba</b> <b>Greca enfrenta Leprevost no segundo turno</b> Na capital, o candidato Ney Leprevost surpreendeu e retrou o atual prefeito Gustavo Fradet no segundo turno das eleições. Rafael Greca foi o mais votado pelos curitibanos. P.12</p>
Bolão Leite Bônus 54g	R\$ 2,49																
Açúcarado Nissai 800g	R\$ 9,99																
Arroz Copag Parafolado 5kg	R\$ 11,99																
Plão de Mel com Chocolate Puro 200g	R\$ 3,89																
Açúcarado Colônia Nissai 1 Litro	R\$ 3,89																
Folho Trigo Puro 1kg	R\$ 4,99																
Emprego Novo 2kg	R\$ 3,49																



Trabalho focado em serviços ágeis, com soluções e resultados. Planejamentos e processos avançados de administração e gestão de negócios.

Alessandro Fogaça de Almeida  
Edilson Fogaça de Almeida  
Regério Fogaça de Almeida

**Ponta Grossa**  
42.3028-6368 | 42.42.9999.0415  
R. Prefeito Bezerra Ribeiro, 225 - Centro  
www.pgfassociados.com.br  
contato@pgfassociados.com.br

Fonte: Reprodução/Autores, 2018

Em seu estudo sobre cobertura eleitoral na disputa pela Presidência da República, Bezerra (2005, p. 21-52) observa que

a ausência constante de referências a determinados competidores, na primeira página, pode indicar que este ou aquele grupo pode não estar contido no bosque noticioso a ser percorrido pelo leitor ou mesmo que a presença deles é de menor importância.

Neste mesmo sentido, Azevedo (2006, p. 98) acrescenta que a “visibilidade/invisibilidade dos atores, temas e demandas dependem em larga medida, no regime democrático, do grau de pluralidade externa existente no sistema de mídia ou da pluralidade interna praticada em cada jornal, revista ou emissora de TV e rádio”. Ao destinarem mais espaço a dois candidatos em detrimento dos outros três, tanto o DC quanto o JM acabaram limitando a possibilidade de os leitores terem acesso à perspectiva de todos os candidatos.

## **Considerações finais**

A análise realizada nas edições do Diário dos Campos e do Jornal da Manhã durante a campanha para as Eleições Municipais de 2016 mostra que ambos exploraram pouco o tema em suas capas. Entre as poucas chamadas que deram maior evidência aos postulantes ao cargo de prefeito, foi predominante a presença dos considerados dois principais candidatos e que, por coincidência ou não, já possuíam cargos eletivos – Marcelo Rangel, prefeito de Ponta Grossa que disputava a reeleição, e Aliel Machado, ex-presidente da Câmara Municipal de Vereadores e deputado federal, eleito em 2014. Enquanto agentes públicos, ambos já tinham vantagem sobre os demais concorrentes por possuírem capital político, que, naquele momento de disputa, parecia ser ainda mais reforçado. Segundo Miguel e Birolli (2010, s/p),

os meios de comunicação são percebidos ao mesmo tempo como fonte e índice de capital político. A partir de um conjunto de normas e valores que definem o que é noticiável e quem compõe a notícia, os meios de comunicação (especificamente o jornalismo) conferem distinção na medida em que tornam visíveis determinadas personagens. Ao mesmo tempo, a visibilidade é a "constatação", pelo jornalismo, de distinções e competências definidas com base em normas, valores e hierarquias que regem o campo da política e que os meios de comunicação absorvem.

Ausentando-se do debate político, ao restringir o espaço dedicado à cobertura eleitoral em suas chamadas de capa, os diários ponta-grossenses acabaram não dando pluralidade às diversas vozes da sociedade e, conseqüentemente, limitando o acesso do seu público leitor às discussões sobre temas políticos e, num momento de embate como as eleições, sobre os planos de governo propostos pelos candidatos. Isso não quer dizer,

porém, que estejamos defendendo que os jornais deveriam ter levantado bandeira a favor ou contra qualquer postulante, pelo contrário. O que está se colocando em discussão é a abertura de mais espaço para um assunto considerado relevante para sociedade, que é a disputa eleitoral para a Prefeitura da cidade onde os dois meios de comunicação estão inseridos. É papel dos jornais apresentarem os candidatos e dar espaço isonômico para a exposição de suas ideias.

A mídia é, nas sociedades contemporâneas, o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos; dito de outra forma, é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade. O problema é que os discursos que ela veicula não esgotam a pluralidade de perspectivas e interesses presentes na sociedade. As vozes que se fazem ouvir na mídia são representantes das vozes da sociedade, mas esta representação possui um viés. O resultado é que os meios de comunicação reproduzem mal a diversidade social, o que acarreta consequências significativas para o exercício da democracia. (MIGUEL, 2002, p. 163).

A análise não nos permite dizer quais os efeitos que a visibilidade dada aos candidatos exerceu nas vontades políticas e intenções de voto dos eleitores. Mas é importante lembrar que os veículos não são neutros, nem isentos e podem influenciar os eleitores a partir daquilo que publicam. Nas urnas, no primeiro turno, o candidato Marcelo Rangel foi o mais votado, seguido do candidato Aliel Machado – os postulantes que mais ganharam visibilidade nas capas dos jornais de Ponta Grossa. Ambos enfrentaram o segundo turno, sendo o candidato Marcelo Rangel reeleito com 55,38% dos votos.

Diante da análise, é importante reforçar que os meios de comunicação exercem um importante papel na disputa eleitoral, principalmente ao definirem o que é relevante e merece atenção, auxiliando o eleitor a tomar consciência da corrida eleitoral e a definir as suas escolhas de voto.

## Referências

AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *In: Opinião Pública*, vol. 12, n. 1, 2006, p. 8-113.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARSOTTI; Adriana. **Extra! Extra!** As origens da primeira página moderna no jornalismo brasileiro. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2787-1.pdf>>. Acesso em: 20 de abril de 2017.

BAUER, M. W. Análise de Conteúdo Clássica. *In:* BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 189-217.

BAUER, M. W., GASKELL, G., ALLUM, N. C.. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. *In:* BAUER, M. W., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 17-36.

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

BRASIL, Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2016.

CARVALHO; F. F. **Os significados sociais construídos pela primeira página de jornais mineiros**. Linguagem em (Dis)curso, vol. 10, n. 1, p. 69-89, 2010. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ld/v10n1/v10n1a04.pdf>>. Acesso em 10 de julho de 2017.

CARVALHO, F.; CERVI, E. Polarização das bancas à web: particularidades dos blogs na cobertura eleitoral de Veja e de Carta Capital na internet. *In:* CERVI, E.; MASSUCHIN, M.; CARVALHO, F. **Internet e eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP, 2016, p. 324-364.

CERVI, E. Eleições e variedades nas primeiras páginas de dois jornais regionais: análise dos critérios de visibilidade e temáticos em dois periódicos diários do Paraná. **Revista Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. 11, n. 2, 2009.

CORREIA, João Carlos. O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulações. *In:* CORREIA, J. C. (Org.). **Comunicação e Política**. Corvilhã: Série – Estudos em Comunicação, 2005.

DUARTE, M. Y. M. Comunicação e cidadania. *In:* DUARTE, J. (Org.) **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ed. São Paulo, Atlas, 2009.

FERES JUNIOR, João; SASSARA, Luna de Oliveira. O cão que nem sempre late: o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 a 1998. *In:* **Revista Compolítica**, vol. 6, n. 1, 2016.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MEDEIROS, F; RAMALHO, M; MASSARANI, L; **A ciência na primeira página: análise das capas de três jornais brasileiros**. História, Ciência, Saúde-Manguinhos, vol. 17, n. 2, abril/junho 2010; Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-59702010000200010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702010000200010)> acesso em: 20 de junho de 2017.

MCCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009.

MIGUEL, L. F. **Os meios de comunicação e a prática política**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>. Acesso em 08 ago. 2017.

\_\_\_\_\_; BIROLI, F. Visibilidade na mídia e campo político no Brasil. *In: Revista de Ciências Sociais*, vol. 53, n. 3, 2010, p. 695-735. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0011-52582010000300006>>. Acesso em 08 ago. 2017.

NOBRE, H. M. e; NOBRE, G. **Comunicação pública e comunicação política: por uma interação entre cidadania e democracia**. Disponível em: <<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/633/496>> acesso em: 20 de abril de 2017.

SILVA, L. M. **Democracia, jornalismo e cidadania**. *In: GENTILLI, Victor. Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação*. Edipucrs: Porto Alegre, 2005.

SINGER, A. **Mídia e Democracia**. Revista USP, São Paulo, n. 48, 2000-2001, p. 58-67.

TRAVASSOS, Tarcísia. **A transformação histórica do gênero capa de jornal**. (Tese Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, 2010. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/7126>>. Acesso em: 08 de agosto de 2017.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Calendário eleitoral 2016**. Brasília: TSE, 2017. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2016/calendario-eleitoral>>. Acesso em 08 ago. 2017.