

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

EDUARDO TERRES LEÃES

COLUNA POLÍTICA E AGENDAMENTO: A “Página 10” do Jornal Zero Hora

Porto Alegre
agosto de 2009

EDUARDO TERRES LEÃES

COLUNA POLÍTICA e AGENDAMENTO: A “Página 10” do Jornal Zero Hora

Dissertação apresentada como pré-requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUCRS.

Orientadora: Prof^a Dr^a Neusa Demartini
Gomes

Porto Alegre
agosto de 2009

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

L434c

Leães, Eduardo Terres

Coluna política e agendamento: a “página 10” do Jornal Zero Hora /
Eduardo Terres Leães – Porto Alegre : 2009.

153 f.

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Porto
Alegre, 2009.

Orientador: Profa. Dra. Neusa Demartini Gomes.

1. Jornalismo – Aspectos políticos. 2. Imprensa e política. 3.
Comunicação de massa. 4. Ética jornalística. 5. Opinião pública.
I. Título.

CDU 070.443

Bibliotecária responsável: Ana Glenyr Godoy – CRB 10/1224

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dr^ª Neusa Demartini Gomes (PUC/RS)

Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg (PUC/RS)

Prof. Dr. Paulo Moura (ULBRA)

Dedico esta dissertação ao meu querido filho Ricardo Fagundes Leães, parceiro de todos os momentos, principalmente os de dificuldade destes últimos anos, e a minha avó Izalina Moreira Terres, que me acolheu desde os primeiros meses de vida, ajudando com seu amor e carinho na busca por uma vida melhor e mais digna.

AGRADECIMENTOS

Se existe uma pessoa a quem devo agradecer de maneira especial pela conclusão desse trabalho é a Prof^a Dr^a Neusa Demartini Gomes. Ela teve enorme paciência em me ajudar na definição do objeto desta dissertação e me incentivou a ultrapassar as dificuldades que enfrentei durante o transcurso do aprendizado. Mais do que orientadora, Neusa Gomes comportou-se como uma amiga, incentivadora e apoiadora.

Agradeço também às advogadas Sibeles Terres Leães e Valéria Nahas Fagundes, e à psiquiatra Gilmar Bueno da Silva, que me ajudaram em momentos difíceis. O apoio delas foi fundamental para a conclusão do mestrado.

Por último, agradeço a minha tia Fátima Regina Moreira Terres pelo incentivo e empenho em fazer com que eu priorizasse a conclusão do curso.

“A comunicação política não é a política,
mas a política – parte considerável dela –
produz-se na comunicação política.”

Javier Morató

RESUMO

Este estudo investigou o agendamento no colunismo político, tendo como base a coluna política “Página 10”, do jornal Zero Hora. Para tanto, o estudo buscou o apoio científico nas seguintes categorias: comunicação política, política, colunismo, *agenda-setting* e poder. Na comunicação política foram consultados autores como Dominique Wolton, Mário Mesquita, Maria Cristina Reyes Montes e Javier del Rey Morató. No colunismo político, Davi Emerich, Franklin Martins e Carlos Castilho serão alguns dos pesquisadores citados. A hipótese de *agenda-setting* concentrar-se-á nos trabalhos de McCombs e Shaw, Mauro Wolff, Néelson Traquina e Antonio Hohlfeldt. A categoria política foi analisada com base nos estudos de Giovanni Sartori, Norberto Bobbio e Max Weber. Os estudos sobre o poder utilizaram referenciais teóricos de Max Weber, Norberto Bobbio e Eduardo Corsetti. Quanto à metodologia, a escolhida para a pesquisa foi a hermenêutica de profundidade (HP), de John B. Thompson. A HP eleger o estudo da produção de sentido através das formas simbólicas (FS) que, de acordo com Thompson, são ações, falas, textos e imagens que servem para sustentar ou estabelecer relações de poder. A hermenêutica de profundidade divide-se em três fases: a) análise sócio-histórica (ASH), análise formal ou discursiva (AD) e interpretação/re-interpretação.

Palavras-chave: comunicação política, política, poder, colunismo e *agenda-setting*

ABSTRACT

This research was made aimed investigating the policy columnist schedule, based on Zero Hora newspaper page 10 column policy. To achieve this objective, the research used the scientific approach based on the following disciplines: political communication, columnist, agenda-setting and power. In political communication, the work was based in authors like, Dominique Wolton, Mário Mesquita, Maria Cristina Reyes Montes and Javier del Rey Morató. In the policy columnist, Davi Emerich, Franklin Martins and Carlos Castilhos will be cited. The agenda-setting hypothesis was focused in the studies of McCombs e Shaw, Mauro Wolff, Néelson Traquina e Antonio Hohlfeldt. The category policy was analyzed based on the studies of Giovanni Sartori, Norberto Bobbio and Max Weber. Also Max Weber, Norberto Bobbio and Eduardo Corsetti theoretical references were used to analyze the studies about the power. Regarding the methodology, the survey chose the John B. Thompson hermeneutical depth. This discipline elects the senses of production, through its symbolic forms which, according to Thompson, are the speech, texts and images used to sustain or establish the power relations. The hermeneutical depth is divided in three phases a) socio-economical analyses, formal analyses or discursive and interpretation/re-interpretation.

Key Words: political communication policy, power and agenda-setting.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	107
Figura 2	108
Figura 3	112
Figura 4	117
Figura 5	120
Figura 6	121
Figura 7	122
Figura 8	123
Figura 9	124
Figura 10	125
Figura 11	126
Figura 12	127
Figura 13	128
Figura 14	129

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA	18
1.1 REFERÊNCIAS HISTÓRICAS DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA	23
1.2 COMUNICAÇÃO POLÍTICA NA FASE DA PROFISSIONALIZAÇÃO	25
2 POLÍTICA	29
3 PODER – O OBJETIVO DE TODOS	35
4 COLUNISMO POLÍTICO	47
4.1 COLUNISMO ELETRÔNICO (<i>BLOGS</i>).....	52
4.2 UM POUCO DE HISTÓRIA DO COLUNISMO POLÍTICO GAÚCHO	62
5 AGENDA-SETTING	65
6 METODOLOGIA, O CAMINHO DA BUSCA DO CONHECIMENTO	72
6.1 ANÁLISE SÓCIO-HISTÓRICA	78
6.2 ANÁLISE FORMAL OU DISCURSIVA	80
6.3 INTERPRETAÇÃO/RE-INTERPRETAÇÃO	81
7 CONTEXTUALIZANDO NOSSO OBJETO	83
7.1 RBS.....	83
7.2 UM POUCO DA HISTÓRIA DA RBS	88
7.3 JORNAL ZERO HORA	91
7.4 <i>SITE ZEROHORA.COM-</i>	96
7.5 NOSSO OBJETO: A “PÁGINA 10”	97
8 ICMS – O PRINCIPAL TRIBUTO DO ESTADO	101
9 A “PÁGINA 10” E A HERMENÊUTICA DE PROFUNDIDADE	105
9.1 ANÁLISE SÓCIO-HISTÓRICA DO PROJETO DE AUMENTO DO ICMS DO GOVERNO GAÚCHO EM 2007	106
9.2 ANÁLISE FORMAL DISCURSIVA	118
9.3 INTERPRETAÇÃO/RE-INTERPRETAÇÃO DA “PÁGINA 10”	130
CONCLUSÃO	137
REFERÊNCIAS	146
ANEXOS	152

INTRODUÇÃO

A definição da pesquisa sobre colonismo político e agendamento deveu-se à trajetória profissional do pesquisador, que praticamente durante toda a sua carreira atuou na cobertura política para veículos de comunicação social e no assessoramento de políticos na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, na Câmara Municipal de Porto Alegre, no governo do Estado do Rio Grande do Sul, em diretório de partido político e para candidatos a cargos majoritários e proporcionais.

Nesse período, a importância que os políticos e os agentes próximos da política davam às colunas políticas dos jornais foi objeto de instigação para pesquisa. Em alguns casos, uma nota de três linhas em uma coluna representa mais do que uma matéria normal em uma página da editoria de política. Diante disso, resolvi pesquisar sobre o tema, com a orientação da Prof^a Dr^a Neusa Demartini Gomes, do Programa de Pós-graduação da Faculdade dos Meios de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

O objetivo principal da pesquisa foi a investigação da influência do agendamento na produção das notícias da coluna política. O estudo ainda analisou nas dez edições selecionadas da coluna “Página 10”, do jornal Zero Hora, a tendência ao favoritismo, pró ou contra o governo do Estado, das notícias, fotos e notas relacionadas ao projeto de aumento das alíquotas do ICMS.

Este trabalho concentrou sua análise nas notícias e notas publicadas na coluna “Página 10”, do jornal Zero Hora, no período em que foi debatido o projeto de aumento do ICMS proposto pelo governo do Estado do Rio Grande do Sul, no período de 05/10/2007 a 15/11/2007.

O estudo foi dividido em cinco capítulos teóricos: Comunicação Política, Política, Colonismo Político, Poder e *Agenda-setting*. Os demais capítulos trataram da contextualização do objeto de estudo, apresentando informações sobre o Grupo RBS, o jornal Zero Hora, o *site* zerohora.com e a “Página 10”. Também foi feita a apresentação da metodologia escolhida, a hermenêutica de profundidade (HP). Mais

adiante, ocorreu uma breve explicação do que é o ICMS, sendo feita também uma aplicação do método escolhido como objeto de estudo.

No primeiro capítulo, Comunicação Política, foi feita uma passagem pela visão de diversos pesquisadores sobre o tema, começando pelo francês Dominique Wolton e passando por Mário Mesquita, Maria Cristina Reyes Montes, F. Vasques Fernandez e Javier del Rey Morató.

A escolha da comunicação política como início do estudo deve-se ao fato de reunir os dois elementos mais importantes do trabalho, que são a comunicação e a política. Esses elementos trabalham juntos e são indissociáveis em qualquer análise da cobertura política dos dias atuais, bem como são responsáveis por levar ao grande público as idéias que norteiam o debate e a disputa entre os agentes políticos pela preferência da população e pela definição do eleitorado na escolha de seus candidatos nas eleições nos âmbitos municipal, estadual e federal.

No capítulo que abordou a comunicação política, buscaram-se os referenciais históricos da mesma, já que é uma área de conhecimento relativamente nova, assim como sua fase de profissionalização, cada vez mais presente no trabalho desenvolvido pelas assessorias dos detentores de cargos públicos e dos aspirantes a esses postos.

Embora só há pouco tempo venha sendo considerada isoladamente, a comunicação política tem avançado muito nos últimos anos. Na atualidade, não é admissível que— mesmo em cidades pequenas — um governante ou parlamentar trate do tema sem seriedade e eficiência.

A disputa política contemporânea ocorre tanto nos período eleitoral ou pré-eleitoral. A luta para conquistar o apoio da sociedade para os projetos de governo se dá intensamente no desenvolver dos mandatos. Como prova disso, esta pesquisa trabalhou com um episódio que ocorreu no primeiro dos quatro anos do mandato da atual governadora do Estado do Rio Grande do Sul.

O estudo também mostrou que a comunicação política é cada vez mais importante na vida dos agentes políticos. Dados colhidos em Javier del Rey Morató revelam que o ex-ministro da Agricultura da França, Michel Rocard, quando estava no cargo, dedicava 70% do seu tempo à comunicação, 15% para criar projetos e os restantes 15% para batalhas internas com o ministro da Fazenda. Esses dados demonstram o quanto é necessário valorizar a comunicação política. Não basta ter boas idéias ou fazer uma boa gestão se a população não perceber isso.

No segundo capítulo, a pesquisa concentrou seus esforços no campo específico da ciência política. Para tanto, buscaram-se conhecimentos em Aristóteles, Giovanni Sartori, Maquiavel, Max Weber, Robert Dahl, Leo Marr, apresentando diversos conceitos sobre o tema e permitindo maior diversidade de opiniões e abordagens.

A conceituação do termo teve várias fases, começando pelas definições que vinculavam a política às coisas do Estado. Em Maquiavel, a política passou a adquirir um caráter mais realista e sistemático, separando pela primeira vez a moral dos indivíduos da moral (ou razão) de Estado.

Mais, recentemente, Robert Dahl apresenta uma definição moderna sobre o tema, mostrando que o homem defronta-se com a política na direção do país, da cidade, da escola, da igreja, da firma comercial, do sindicato, do clube, do partido político, da associação cívica e de numerosas entidades. Ou seja, mesmo que o cidadão negue, ele está envolvido no mundo político, pois é uma atividade inevitável da existência humana.

No terceiro capítulo, a categoria Poder será o referencial teórico estudado. O poder aparece como elemento de importância na pesquisa, porque toda a disputa política que a coluna política registra tem o objetivo da conquista ou manutenção da estrutura de poder. O colunismo é a principal fonte de informação dos agentes políticos e do público que nele transita e por ele se interessa. Nesse sentido, mostrar-se-ão as diversas formas de poder, principalmente, o político.

Para abordagem dos conceitos de poder e suas diferentes manifestações, a pesquisa passou por Max Weber, Alejandro Muñoz Alonso e Talcott Parsons. O trabalho analisou desde as desconfianças entre o poder político e o meio político, passando pelo fim da censura e chegando até definições como a de Alejandro Alonso, que afirma que a imprensa é um poder em uma rede de poderes que se controlam e contrapesam mutuamente.

Também é apresentado o elemento coercitivo do poder do Estado, conceituado por Max Weber. Norberto Bobbio apresenta diversas definições sobre poder, passando pelo poder em si, o poder político, o poder ideológico. Ele diz que o poder é definido como uma relação entre dois sujeitos, dos quais um impõe ao outro a própria vontade e lhe determina, malgrado seu, o comportamento. Robert Dahl prefere utilizar dois termos: influência e poder para enfrentar o debate no mundo das relações políticas e de poder.

Mais adiante, no quarto capítulo, o colunismo político teve sua abordagem em destaque por tratar-se de um gênero relativamente novo no jornalismo brasileiro, com pouco mais de 50 anos de início e mais de 20 anos de expansão. Apesar da presença diária nos principais periódicos nacionais, o colunismo político ainda carece de pesquisas acadêmicas, pois há poucas publicações sobre ele.

Portanto, torna-se desafiante estudar e pesquisar esse tema relevante para o trabalho. Nesse sentido, buscaram-se conhecimentos em Luiz Amaral, Davi Emerich, Franklin Martins (atual secretário de Comunicação Social do governo federal), Carlos Castilho e Ney Figueiredo.

A coluna, conforme Luiz Amaral, não é o resumo dos principais acontecimentos do dia, mas a explicação íntima desses fatos, o detalhe que faltou ao grande noticiário e que não chegou ao conhecimento do público. Em Porto Alegre, o gênero está cada vez mais consolidado: os quatro grandes jornais da capital do Estado mantêm colunistas nas mais diversas áreas, sendo que, em algumas publicações, existem vários colunistas para o mesmo tema, como no caso específico da cobertura esportiva, em especial, as colunas de futebol.

O colunismo trabalha sempre com a necessidade de antecipar os fatos, servindo como pauta para os demais tipos de mídia, quer sejam outros jornais, programas de rádio, programas de televisão, *sites* de Internet e *blogs*. No caso específico, as notas publicadas nas colunas políticas servem em determinados casos para agendar os fatos políticos do dia e, de certa forma, completar o jogo de intrigas da disputa política que se trava nos bastidores entre os partidos políticos e dentro das próprias agremiações na busca de melhor espaço e poder.

O crescimento recente do colunismo eletrônico, com grande número de *blogs* e *sites* que abordam o tema político também foi objeto de estudo. Não se pode mais desconhecer essa realidade, pois o número de pessoas conectadas na rede e em banda larga cresce rapidamente no país. *Sites* de notícia já têm mais acessos do que o número de exemplares dos jornais mais vendidos no país.

O próprio mercado publicitário reconhece a importância da Internet, e os anunciantes começam, cada vez mais, a migrar para os veículos *online*. Por isso a importância de se registrar o colunismo político na Internet como um fenômeno já consagrado, embora ainda jovem.

A pesquisa também fez uma breve passagem pela história do colunismo gaúcho. O gênero começou a crescer no Estado nos anos 50 do século passado, logo após a democratização do país, e hoje está cada vez mais forte, fato que motivou esta pesquisa, trabalhando, juntamente, com conceitos de *Agenda-setting*, Poder, Política, Comunicação Política e Colunismo Político.

No capítulo cinco, a *Agenda-setting* recebeu destaque na dissertação. Foram buscadas definições sobre esta hipótese em trabalhos de seus criadores, McCombs e Shaw. Paralelo a isso, foram incluídas assertivas de Mauro Wolff, Néelson Traquina e Antonio Hohlfeldt sobre o agendamento.

A escolha da *Agenda-setting* deve-se ao fato de que, dependendo dos assuntos que venham a ser abordados (agendados) pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações.

A hipótese da *Agenda-setting*, hoje, baseia-se em diversos conceitos básicos que servem para verificar se o processo ocorreu na prática. Antonio Hohlfeldt trabalha com categorizações que ajudam a compreender melhor o tema. Entre elas estão Acumulação, Consonância, Onipresença, Relevância, *Frame* Temporal, *Time*, Centralidade, Tematização, Saliência e Focalização.

No sexto capítulo, foi feita uma contextualização do objeto de estudo, Coluna Política e Agendamento: a “Página 10”, do Jornal Zero Hora. Para tanto, o Grupo RBS foi apresentado como um conglomerado de comunicação social, destacando seu tamanho, sua área de atuação e suas últimas aquisições.

Logo após, realizamos uma retrospectiva do jornal Zero Hora desde sua fundação, a introdução do caderno de classificados, chegando até os dias de hoje, baseado em pesquisa publicada no livro do jornalista Lauro Schirmer, consultas em *sites* especializados de comunicação e publicações da própria empresa.

Por último, o *site* www.zerohora.com tomou parte do registro do nosso trabalho. Essa escolha se deveu à crescente conjunção entre o papel dos colunistas do jornal, que passaram a manter também um *blog* eletrônico.

O estudo tratou de seu objeto, a coluna política “Página 10”, desde o início até a coluna publicada no dia 15/11/2007, que trata especificamente do projeto de aumento das alíquotas do ICMS proposto pelo governo do Estado do Rio Grande do Sul. Nesse capítulo, foi apresentado o resultado da entrevista com a atual titular da coluna, a jornalista Rosane de Oliveira, assim como informações sobre o início da publicação, sob o comando do jornalista José Barrionuevo.

A metodologia utilizada para aplicar o objeto de pesquisa é apresentada no capítulo 7. A escolhida para o trabalho foi a hermenêutica de profundidade (HP), de John B. Thompson. O termo hermenêutica vem de Hermes, deus grego do comércio e da eloquência, protetor dos viajantes, por sua qualidade de corredor incansável e rápido. Para Martino (2001), os gregos reuniam em Hermes os atributos da comunicação – o poder de falar, convencer e persuadir. Era considerado, ainda, o

deus mensageiro, devido a sua capacidade de interpretar e transmitir os desígnios dos outros deuses.

A hermenêutica de profundidade divide-se em três fases: análise sócio-histórica; análise formal ou discursiva e interpretação/re-interpretação. A missão da primeira fase da HP é reconstruir as condições e contextos sócio-históricos de produção, circulação e recepção das formas simbólicas, examinar as regras e convenções, as relações sociais e instituições, e a distribuição de poder.

A segunda etapa da hermenêutica de profundidade é denominada por John Thompson como análise formal ou discursiva (AD). A AD surge quando são considerados objetos e expressões que circundam os campos sociais, como construções simbólicas complexas que apresentam estrutura articulada.

A terceira e última fase do enfoque da hermenêutica de profundidade é chamada de interpretação/re-interpretação. Esta etapa, de acordo com Thompson (1995), é facilitada pelos métodos da análise formal ou discursiva, apesar de ser diferente dela. Os métodos da análise discursiva desconstroem, visando a conhecer em profundidade os padrões e efeitos que constituem e operam dentro de uma forma simbólica ou discursiva. A interpretação constrói sobre esta análise, como também sobre os resultados da análise sócio-histórica. O processo de interpretação, mediado pelos métodos do enfoque da HP, é simultaneamente um processo de re-interpretação.

Para que se conseguisse explicar com mais clareza a análise sócio-histórica do objeto estudado, foi feita a conceituação do que é o Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), principal tributo do governo do Estado. O trabalho mostra o conceito do tributo, suas implicações e competências, e define seus contribuintes.

Ainda faz parte da pesquisa a descrição das principais medidas que o governo do Estado propôs como forma de sensibilizar o parlamento na aprovação do projeto, como a isenção de ICMS para microempresas com faturamento de até R\$ 240 mil, isenção de ICMS para tijolos produzidos com cinza de carvão mineral,

isenção de ICMS para retroescavadeiras, motoniveladoras e outras máquinas adquiridas pelos municípios e isenção de ICMS para fornecimento de refeições por restaurantes populares.

O estudo também apresentou detalhadamente o projeto de aumento do ICMS, mostrando os produtos que teriam suas alíquotas aumentadas, com destaque para óleo diesel, gás natural veicular (GNV), energia elétrica residencial acima de 50 kWh, energia elétrica comercial, gasolina, álcool, refrigerantes e produtos supérfluos.

Ainda faz parte da pesquisa a descrição das principais medidas que o governo do Estado propôs como forma de sensibilizar o parlamento na aprovação do projeto, como a isenção de ICMS para microempresas com faturamento até R\$ 240 mil, isenção de ICMS para tijolos produzidos com cinzas de carvão mineral, isenção de ICMS para retroescavadeiras, motoniveladoras e outras máquinas adquiridas pelos municípios e isenção de ICMS para fornecimento de refeições por restaurantes populares.

O projeto ainda concedia benefícios para segmentos específicos, com diversas reduções de alíquotas de produtos. O ICMS da areia passaria de 17% para 12%, o do querosene de aviação para aeronaves de pequeno porte (aviação regional) de 17% para 13% e o de estruturas metálicas para a construção de redes de energia elétrica e de comunicação, de 17% para 12%.

Logo após a realização do exercício de aplicação da metodologia sobre o tema estudado, a dissertação chega à conclusão, com as considerações finais relativas ao trabalho. Mais adiante, são citadas as obras e os *sites* pesquisados nas referências. Por último, são publicados os anexos que completam a pesquisa.

1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Comunicação e política sempre andaram muito próximas, quase juntas. Não se podem dissociar essas duas atividades fundamentais em nossas vidas, principalmente na definição de nossos destinos. Embora existam diferenças entre ambas, de certo modo, elas se complementam. Não se faz política sem uma boa comunicação. Um dos objetivos do presente estudo neste primeiro capítulo é tentar estabelecer os conceitos com os quais nos deparamos ao estudar comunicação política no conjunto, como uma área de conhecimento específica.

Para isso, procuramos relacionar conceitos dessa área de conhecimento com o objeto de estudo deste trabalho, A Coluna Política e o Agendamento: a “Página 10” do Jornal Zero Hora. Nesse sentido, foi feita uma pesquisa sobre o tema, conhecendo-se a abordagem de diversos autores, como Dominique Wolton, Mário Mesquita, Maria Cristina Reyes Montes e Javier del Rey Morató.

É importante ressaltar que a comunicação política se reveste de grande relevância na sociedade moderna, pois é através dela que se chega à opinião pública, à cidadania e ao eleitor, contribuindo para a definição de preferências em relação aos mais variados temas que exigem melhor compreensão e definição de escolhas pela sociedade.

Estudiosos chamam atenção para o fato de que políticos e jornalistas implicados no processo têm, logicamente, distintos interesses e concepções acerca da relação entre política e comunicação. De fato, perseguem distintos objetivos, já que por um lado muitos dos jornalistas estão buscando principalmente atrair a atenção de suas audiências, enquanto os políticos tentam persuadir essas mesmas audiências para que adotem certos pontos de vista sobre eles e sobre seus partidos, atraindo simpatizantes para suas ideias e teses.

A maneira como se produz a comunicação política varia de um país para outro. Igualmente é distinto o grau de comunicação política existente nos diferentes países.

Juan Ignacio Rospir (1998) afirma que a atual denominação de comunicação política foi criada por investigadores e estudiosos de distintos campos das Ciências Sociais (Ciência Política, Sociologia e, mais recentemente, *Communication Research*), sendo uma área interdisciplinar que incide no lugar central que os meios de comunicação têm no estudo e conhecimento do comportamento político. Em resumo, a comunicação política influi nos processos de comunicação de massa e em seu impacto sobre o comportamento político.

Para o sociólogo francês Dominique Wolton, o estudo da comunicação política tem um sentido mais amplo. A comunicação política refere-se a qualquer comunicação que tenha como objeto a política, tornando-se o motor do espaço público. Wolton acrescenta que, em política, a ação é inseparável da comunicação, sobretudo na democracia, em que os políticos devem explicar suas propostas para ganhar as eleições ou assegurar a reeleição.

Em seminário no Programa de Pós-graduação da PUCRS, em agosto de 2008, Dominique Wolton, fez mais observações relevantes sobre a comunicação política, dentre as quais destaco as seguintes: “A comunicação política é o espaço simbólico onde os homens podem expor suas idéias”; “Não há nenhuma democracia sem comunicação política, e na mesma são debatidas todas as questões da sociedade”.

O sociólogo também definiu a comunicação política como o espaço de encontro entre três discursos contraditórios, o da política, o do jornalismo e o da opinião pública (povo, cidadãos). Para ele, o funcionamento da democracia necessita desses três elementos. Sem a mídia, há o risco de desequilíbrio, pois a comunicação política só funciona bem quando todos os problemas são debatidos.

Outro viés sobre comunicação política é apresentado pelo jornalista, pesquisador e professor da Universidade de Coimbra, Mário Mesquita, em seu artigo “Tendências da Comunicação Política”. O autor português entende que Comunicação Política é um conjunto de técnicas e processos utilizados pelos atores políticos, sejam eles pessoas singulares ou coletivas, a fim de influenciarem a opinião pública.

Na perspectiva de Mesquita, a comunicação política abrange um vastíssimo conjunto de manifestações que vai desde as formas tradicionais e ritualizadas, anteriores à emergência dos meios de comunicação (a posse dos governantes, a manifestação de rua ou o comício, por exemplo), até as modalidades características da publicidade e do *marketing*, passando por amplas e diferentes áreas disciplinares, como a antropologia política, a semiótica, a ciência política e a sociologia.

O autor avança no conceito, observando que integram a comunicação política não só as formas de expressão emanadas diretamente de instituições políticas, mas também aquelas que são mediadas pelo jornalismo, pela programação televisiva e radiofônica, pela publicidade ou pelas relações públicas.

Mário Mesquita acrescenta que se inscrevem no âmbito da comunicação política também as sessões parlamentares, as campanhas eleitorais, as relações públicas governamentais, municipais e locais, tal como a gestão midiática das sondagens e inquéritos de opinião.

Uma outra definição significativa sobre comunicação política é apresentada por Manuel Pares i Maicas. O professor catalão da Universidad Autònoma de Barcelona (UAB) observa que o conceito e o conteúdo de comunicação política são próprios dos sistemas pluralistas com vocação democrática, sendo necessário um regime de liberdades, com reconhecimento prático, o mais tangível dos direitos humanos, com uma pluralidade de ideologias e de interesses que em qualquer instante podem entrar em conflito.

Também o sistema econômico de livre mercado por parte da iniciativa privada é considerado pelo professor da UAB como fundamental para o sucesso da comunicação política.

Pares i Maicas ressalta o fato de que não existem estudos sobre a comunicação política nos países autoritários e de regime ditatorial. E observa que, por comunicação política, entende-se o início da relação entre comunicação social e política.

Maria Cristina Reyes Montes, professora da Universidad Autónoma del Estado de México, em seu artigo “*Comunicación política y medios: el caso de la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión*”, revela que o conceito de comunicação política surge como tal em 1966, com Eulau, Eldesveld e Janoniwitz, os primeiros a tratar de identificá-la e defini-la como

“(...) processo interveniente, junto com a liderança política e os grupos organizados, na transmissão e mobilização da influência política entre as instituições formais do governo, por uma parte, e o comportamento eleitoral por outra” (Rospir, *apud* Reyes Montes 2003, p. 41).

A pesquisadora mexicana observa que os politólogos, além de identificar o processo de comunicação política, assinalam os elementos que devem ser analisados e chamam a atenção dos estudiosos da comunicação para que aprofundem suas investigações sobre a qualidade do impacto dos meios de comunicação eletrônicos, em especial a televisão.

O francês Jean Marie Cotteret é outro autor que aporta elementos para definir a comunicação política. Ele explica que ela é

“...um intercâmbio de informação entre os governantes e os governados, através de canais de transmissão estruturados ou informais. (...) A comunicação é política em função das consequências diretas e indiretas, mediatas e imediatas, que pode ter para o sistema político. (...) Esta finalidade do sistema implica certas exigências: a aceitação do sistema mediante a adesão a seus valores a legitimidade de quem governa” (Cotteret, 1977: 2-4).

Para o autor, a comunicação política centra-se no fluxo comunicativo que se estabelece entre governantes e governados, com a finalidade de lograr acordos que permitam manter o funcionamento do sistema político.

Essa definição de Cotteret é questionada por Maria Cristina Reyes Montes. Para a pesquisadora mexicana, a postura de Cotteret apresenta algumas limitações, já que só contempla a relação entre governantes, mensagens e governados, deixando fora de sua análise o papel dos meios de comunicação e o papel dos jornalistas.

Oscar Ochoa (2000), professor do Instituto Tecnológico de Monterrey, no México, define a comunicação política como o processo de transmissão e recepção de mensagens, desde e até os componentes do sistema político

“(...) nos assuntos da comunicação política todos aqueles aspectos da comunicação cujo propósito é fixar regras, normas, princípios e ordens, em geral, tudo o que contribua para determinar uma relação de poder entre os participantes dessa mesma comunicação” (OCHOA, 2000:5).

No entanto, Manuel Guerrero (2003,82) entende a comunicação política como o intercâmbio de informações entre os governantes e os governados através de canais de intermediação, estruturados ou informais, sobre os assuntos políticos e de políticas públicas de interesse do momento. Ele afirma que é precisamente o conteúdo do que se transmite que permite identificar o que é e o que não é comunicação política, o conteúdo sempre está relacionado com a dimensão temporal concreta.

Javier del Rey Morató (1996,183), professor de Teoria Geral da Informação e de Comunicação Política da Universidade Complutense de Madri, refere-se à comunicação política como a relação que mantêm governantes e governados, em fluxo de mensagens de ida e volta, através dos meios de comunicação social, e com o concurso de jornalistas especializados.

Para o pesquisador espanhol, a comunicação política não é a política, mas a política – parte considerável dela – produz-se na comunicação política. Conforme o articulista, não é um paradoxo tal definição, pois nem todas as transações políticas são reduzidas a fim e a categorias de comunicação, mas muitas delas chegam bem perto sem o recurso da comunicação, sem um fluxo de mensagens que surtam determinados efeitos, sem um adequado projeto de comunicação.

Javier Morató afirma que, se temos em conta que as circunstâncias em que se desenvolve um projeto político são adversas, partido e candidato têm que abrir caminho em uma atmosfera psicológica carregada de ruído e abertamente competitiva, notamos que a comunicação na política é algo mais que um gabinete de imprensa.

O autor acrescenta que política e comunicação são consubstanciáveis, porque a primeira gira em torno da relação entre governantes e governados, e essa relação tem na democracia duas categorias e duas causas fundamentais: a representação e a comunicação.

Já F. Vasquez Fernandes considera que a comunicação política, por essência, tem como objetivo a vida pública, seu desenvolvimento, seus valores e seus problemas, e que os cidadãos devem, com princípios éticos e jurídicos, buscar as melhores soluções. Ele acrescenta que a mais legítima pretensão de um sistema político pode resumir-se em fortalecer e desenvolver a independência e a responsabilidade da opinião pública.

1.1 REFERÊNCIAS HISTÓRICAS DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Os aspectos históricos da comunicação política são descritos por Maria Cristina Reyes Montes. A estudiosa mexicana relata que a comunicação política moderna iniciou seu desenvolvimento depois da Primeira Guerra Mundial, principalmente através do advento da comunicação de massa, do cinema e do rádio, que apesar de serem tecnologias a serviço da informação, da expressão artística e do entretenimento, também podem ser utilizadas na propaganda e no doutrinação político em um mundo polarizado ideologicamente.

Ela informa ainda que os estudos de comunicação política tiveram início nos anos 40, quando foram introduzidas ferramentas metodológicas mais elaboradas e complexas, com o objetivo de medir o poder de influência dos meios de comunicação sobre suas audiências.

Mais adiante, Reyes lembra que, em 1960, com o início dos debates eleitorais entre Kennedy e Nixon na televisão, surgiram novos estudos de comunicação política sobre o papel da televisão e da realidade que esta constrói; porém, sua consolidação ocorreu nos anos 70, como campo especializado, vindo em

1973 a fazer parte da estrutura da Associação Internacional de Comunicação, como uma das suas divisões.

Em seu artigo, a pesquisadora ressalta que, posteriormente, com os estudos de autores como Richard Fagen (1966), Steven Chaffe (1975) e Dominique Wolton (1995), entre outros, ocorreu um crescimento da investigação da comunicação política compreendida como um fenômeno político e social, a estudar os efeitos das atividades comunicativas, dos intercâmbios de símbolos políticos, a ideologia, os conflitos e, fundamentalmente, a transcendência e impacto da atividade política dos governantes, partidos políticos, sindicatos, organizações não governamentais, organizações empresariais, jornalistas e meios de comunicação.

Por outro lado, Alejandro Muñoz Alonso (1988) registra, sobre a história da comunicação política, que em 1963 o cientista político americano James B. Cristoph assinalou que as diferenças entre Estados Unidos e Inglaterra na cobertura política ocorriam pelo fato dos Estados Unidos não terem uma publicação de mídia impressa nacional.

Muñoz informa que, na Espanha, durante o regime franquista, passou-se de uma etapa de quase inexistência da comunicação política a um lento estabelecimento de modos de comunicação. Ele acrescenta que, mais adiante, em 1962, com a chegada do político galego Manuel Fraga Iribarne ao Ministério de Informação e Turismo, organizaram-se conferências de imprensa semanais após os conselhos de ministros. Na gestão de Fraga Iribarne, a Espanha se tornou uma das principais potências turísticas mundiais.

Com o restabelecimento da democracia no país, foi visível a melhora quantitativa e qualitativa da comunicação política. Generalizaram-se as rodas de imprensa convocadas por ministros e outros responsáveis políticos, os programas de rádio e televisão com a presença de políticos, incluindo perguntas de ouvintes e telespectadores, e outras modalidades de comunicação.

1.2 COMUNICAÇÃO POLÍTICA NA FASE DA PROFISSIONALIZAÇÃO

À medida que avançam os estudos sobre o tema, conceitos de comunicação política começam a ser mais estudados, a importância do tema no mundo político é difundida, o *marketing* político e eleitoral passa a buscar referências teóricas em sua área de conhecimento e surge a necessidade da profissionalização do setor.

Isso começa pela busca de melhor relacionamento dos governantes com os jornalistas que levam suas informações para o grande público. O jornalismo político é, por tradição, um sistema bastante hostil em relação ao campo político, tem muita desconfiança com relação às artimanhas de seus integrantes, teme ser usado como massa de manobra e, em geral, procura revelar notícias que os políticos não gostariam que fossem divulgadas.

John B. Thompson (2002) afirma que a relação entre políticos e jornalistas pode, ocasionalmente, ser próxima e harmoniosa já que eles estão ligados por formas de dependência recíproca (políticos necessitam da mídia para divulgar imagens favoráveis de si mesmos e de suas políticas, enquanto os jornalistas dependem dos políticos e de outras fontes oficiais para propiciar um fluxo regular de notícias).

Thompson acrescenta que a relação é também carregada de potenciais conflitos e pode facilmente se transformar em fonte de tensão quando os jornalistas começam a pesquisar assuntos, ou tomar posições contrárias àqueles que os políticos ou seus porta-vozes gostariam que adotassem. Embora a maior parte da atividade diária dos políticos dirija-se a outros políticos dentro do subcampo político, eles estão também conscientes de que suas ações e falas serão examinadas por jornalistas e ocasionalmente divulgadas na mídia, e que eles podem se tornar assim visíveis a não profissionais dentro do campo político mais político.

Por conseguinte, ressalta o estudioso, os políticos tendem a monitorar a cobertura da mídia sobre suas ações e falas, e tentam cada vez mais estruturá-las, tendo cuidado com a informação e com as imagens que tornam disponíveis, e

fornecendo referências para a interpretação dos acontecimentos. A profissionalização da comunicação política torna-se mais necessária quando se observam os riscos que o político sofre e não sabe controlar bem sua exposição na mídia.

Thompson destaca: nessa era de visibilidade midiática, os líderes políticos (e os aspirantes a líderes) sabem que devem usar a mídia como um meio de conseguir visibilidade no campo político – sem ela, eles não avançarão. O pesquisador adverte, porém, que a visibilidade midiática pode ser uma armadilha. Quanto mais visíveis forem os políticos, mais vulneráveis se tornarão, pois visibilidade gera interesse por parte da mídia, que não pode ser controlada completamente. Ele ressalta que os líderes políticos poderão querer controlar a maneira como aparecem na mídia, mas se torna cada vez mais difícil prevenir a divulgação de informação ou imagem potencialmente prejudicial.

Para John Thompson, o trabalho do jornalista em assessorias de comunicação ou como consultor de imagem ou campanha serve para estabelecer, com mais eficiência, esse canal de comunicação entre governantes e a mídia, já que tem competência para produção de conteúdos que podem ser aproveitados pela redação e sabe como funcionam os valores do jornalismo, os critérios de noticiabilidade, a rotina de produção e seus processos hierárquicos.

Paralelo a isso, Lilleker e Negrine (2002) afirmam que, em geral, as habilidades específicas dos membros dos partidos não acompanharam as necessidades de uma comunicação política que se torna cada vez mais engenhosa, *mediafriendly*, concebida e configurada para a cobertura da indústria da informação de massa. Os políticos eleitos, que pela natureza de sua ocupação são generalistas, nunca podem adquirir níveis de especialização em suas habilidades para lidar com os meios de comunicação (mídia – *handling skills*) que lhes permitam ser descritos como profissionais.

Atualmente, exigem-se várias competências dos profissionais que atuam na comunicação política, reduzindo-se o espaço para assessores políticos não especializados. Os políticos que insistem em empregar nessa função “amigos ou

cabos eleitorais” confundem o papel de colaboradores de campanha política com o de intermediários capazes de disputar com competência o difícil mercado de persuasão da opinião pública e dos eleitores.

Hoje, o profissional que atua em comunicação política precisa trabalhar na organização de equipes, levantamento de dados, pesquisas de opinião, administração do dia a dia da campanha, estratégias, criação e disseminação de mensagens. Também é preciso fazer contato com eleitores, coordenar os voluntários, a correspondência, corpo a corpo, a criação e manutenção de *websites* e a produção de conteúdo para a comunicação de massa.

A campanha agora se confunde com o mandato, solicitando da esfera política um dispêndio subsidiário e constante de energia. Os mandatários não apenas governam ou legislam, mas o fazem como se estivessem o tempo todo em campanha. A campanha agora é permanente, a eleição é interminável. Isso justifica a necessidade de contratação de uma consultoria política profissional associada à emergência de novos dispositivos de comunicação, além da crescente tendência à especialização de tarefas.

Esse avanço da comunicação na política e de sua maior profissionalização é exemplificado por Javier del Rey Morató ao citar Michel Rocard sobre a administração de seu tempo no período em que foi ministro da Agricultura da França:

- Batalhas com o ministro da Fazenda 15%;
- Tempo dedicado à comunicação 70%;
- Tempo de criação 15%.

Os números citados acima demonstram o quanto a comunicação é importante para os políticos e para os governos. Justamente por isso, os agentes da política investem cada vez mais no aperfeiçoamento de suas formas de comunicação com o público, sabendo que a disputa pelo apoio do eleitor não se dá mais apenas de quatro em quatro anos, nos períodos eleitorais, mas sim no debate diário dos

projetos e das propostas dos governos para a sociedade, objetivando implementar suas políticas de gestão.

Deve-se destacar que, nos conceitos apresentados sobre a comunicação pública pelos mais diversos autores, algumas idéias básicas estão presentes na definição do que seja a comunicação política, entre as quais, a necessidade de uma sociedade democrática, com instituições consolidadas, além de uma mídia plural, que permita o efetivo debate das questões relevantes para a sociedade.

Também é destacada a necessidade da efetiva profissionalização da comunicação política para que deixe de ser uma atividade desenvolvida por militantes políticos ou cabos eleitorais despreparados e passe a ser exercida por profissionais especializados e com competência.

Os pesquisadores compreendem ainda que a comunicação política ocorre em todo o processo da atividade política, começando pela cobertura das reuniões partidárias e do trabalho dos parlamentos, e pelo acompanhamento das votações até a repercussão das decisões dos legisladores na vida do cidadão.

2 POLÍTICA

A política é parte fundamental de nossas vidas. Mesmo quem afirma não gostar dela e não se interessar por ela a está praticando, pois os componentes políticos estão presentes no nosso cotidiano, nas decisões que tomamos, nas escolhas que fazemos. Neste capítulo serão apresentados alguns conceitos sobre o tema, já que comunicação e política, apesar das diferenças, estão sempre próximas e caminham juntas.

Nosso estudo buscou suporte em autores que se dedicaram com relevância ao tema, iniciando por Aristóteles, Maquiavel, Norberto Bobbio, Giovanni Sartori e Max Weber. Temos, ainda, definições sobre a ciência política trazidas por outros autores, entre os quais, Robert Dahl, Leo Marr e Maurice Duvergie.

Fazendo uma busca histórica, registra-se que o termo política (Bobbio, 2000) é derivado do adjetivo originado de *polis* (cidade) – que abrange tudo o que se refere à cidade e, conseqüentemente, ao que é urbano, civil, público e até mesmo sociável e social.

A expressão política expandiu-se graças à influência da grande obra de Aristóteles, intitulada “Política”, que deve ser considerada como o primeiro tratado sobre a natureza, funções e divisão do Estado, e sobre as várias formas de governo, com a significação mais comum de arte ou ciência do governo. Isto é, de reflexão, não importando se com intenções meramente descritivas ou também normativas, dois aspectos dificilmente discrimináveis sobre as coisas da cidade.

O termo política, de acordo com Bobbio, foi usado durante séculos para designar principalmente obras dedicadas ao estudo daquela esfera de atividades humanas que se refere de algum modo às coisas do Estado. Já na época moderna, o termo perdeu seu significado original, substituído pouco a pouco por outras expressões como “ciência do Estado”, “doutrina do Estado”, “ciência política”, “filosofia política” etc., passando, conforme Norberto Bobbio, a ser comumente

usado para indicar a atividade ou conjunto de atividades que, de alguma maneira, tem como termo de referência a *polis*, ou seja, o Estado.

Bobbio prossegue em sua definição, ressaltando que a *polis* é, por vezes, o sujeito, quando são relacionados à esfera da política atos como o ordenar ou proibir alguma coisa com efeitos vinculadores para todos os membros de determinado grupo social, o exercício de um domínio exclusivo sobre dado território, o legislar através de normas válidas *erga omnes*, o tirar e transferir recursos de um setor da sociedade para outros etc.; outras vezes, ela é objeto, quando são referidas à esfera da política ações como a conquista, a manutenção, a defesa, a ampliação, o robustecimento, a derrubada, a destruição do poder estatal etc.

A política também é conceituada como a arte de governar, de gerir o destino da cidade. Explicar em que consiste a política é outro problema, pois, se acompanharmos o movimento da história, veremos que essa definição varia e toma nuances diversas. Assim, é possível entender a política como luta pelo poder: conquista, manutenção e expansão do poder.

Entretanto, quando aborda a igualdade e seus limites na política, Aristóteles faz uma definição sobre política em caráter idealista, afirmando que “o bem é o fim de toda ciência ou arte; o maior bem é o fim da política, que supera todos os outros. O bem político é a justiça, da qual é inseparável o interesse comum”.

Não se pode, porém, escrever sobre política sem lembrar de Nicolau Maquiavel. Considerado o mestre da ciência política, o escritor italiano, em seu livro “O Príncipe”, revolucionou a teoria do Estado. Ao romper com a moral cristã medieval, Maquiavel estudou com objetividade os meios e fins da ação política com base na observação estrita de sua realidade. Ele elaborou, assim, uma teoria política realista e sistemática, em que pela primeira vez se separava a moral dos indivíduos da moral (ou razão) de Estado.

No Dicionário da Academia Francesa, define-se política (substantivo) como o “conhecimento de tudo que se relaciona com a arte de governar um Estado e dirigir as relações com os outros Estados”.

Robert Dahl (1917), ex-presidente da Associação Americana de Ciência Política e professor titular de Ciência Política da Universidade de Yale, observa que

“querendo ou não querendo, não há virtualmente ninguém que esteja fora do alcance de alguma forma de sistema político. O homem defronta-se com política na direção do país, da cidade, da escola, igreja, firma comercial, sindicato, clube, partido político, associação cívica e em numerosas entidades... A política é um dos fatos inevitáveis da existência humana. Mais tarde ou mais cedo, todos se veem envolvidos por uma forma ou por outra, em algum tipo de sistema político”.

Dahl (1988) define um sistema político como “qualquer estrutura persistente de relações humanas que envolva controle, influência, poder ou autoridade, em medida significativa”.

Ele ressalta que a amplitude do conceito deve-se ao fato de que muitas associações que a maioria das pessoas não considera “políticas” possuem sistemas políticos: clubes, empresas, sindicatos, organizações religiosas, grupos cívicos, tribos primitivas, clãs, possivelmente até as famílias. O pesquisador afirma que a análise política lida com o poder, o governo e a autoridade.

Já Wolfgang Leo Maar diz que a política está presente no relacionamento do indivíduo

“com o estado, com o poder, com a representatividade e participação, com as ideologias, com a violência, seja nos sindicatos, no jogo de futebol, na escola ou no divã, na relação afetiva, no tribunal ou na igreja, na sala de jantar ou na reunião partidária”.

Ele afirma que “todas as atividades associadas de algum modo à esfera institucional pública e ao espaço onde se realizam são políticas”.

O pesquisador acrescenta que pensar a política atualmente já não significa limitar-se ao estudo do Estado ou dos partidos, como acontecia no século passado, mas repensar as necessidades do passado que levaram a constituir estas instituições. Os movimentos sociais e a política de base passariam a adquirir importância decisiva como agentes políticos, tão necessários como o próprio governo ou os partidos.

Leo Maar observa que o confronto eleitoral constitui apenas o último elo abstrato de uma cadeia cujo conteúdo concreto passa pela mobilização e organização cotidianas da sociedade. O sentido da atividade política, perdido no enfoque institucional, está em entender a confrontação de orientações políticas como consequência de relações de força de representatividade social diferente no dia a dia. Relações de classe, de que o voto institucional é a expressão mais abstrata, a menos dotada de conteúdos voltados ao cotidiano e a mais manipulável, por ser a mais distante.

Ele destaca que a confrontação política real se exprime na coerção das armas ou da lei, que vale permanentemente, em casa ou fora dela, em todos os dias e não de quatro em quatro anos. Ou então no arrocho salarial, na falta de escolas ou de saúde, de transporte, na distribuição da terra, na moradia e nos problemas urbanos, na discriminação da mulher e das minorias.

Leo Maar observa que em cima destes dados cria-se a atividade política, que tanto pode ser a da repressão policial, a da coerção dos tribunais, como a do movimento sindical ou das organizações de base, acrescentando que a possibilidade de algo mudar, de tempos em tempos, pelo voto, é diretamente proporcional à avaliação das forças expressas diariamente no debate parlamentar, nas greves, nos congressos, nas manifestações de intelectuais, de movimentos de bairro, de mulheres, de estudantes, nas relações de trabalho ou na vida cultural.

Maurice Duverger (48) lembra que

“desde que os homens refletem sobre política, eles têm oscilado entre duas interpretações diametralmente opostas. Para uns, a política é essencialmente uma luta, um combate: o poder permite aos indivíduos e grupos que o detém assegurar sua dominação sobre a sociedade e dela tirar proveito; os outros grupos e outros indivíduos se erguem contra esta dominação e esta exploração, esforçando-se por resistir-lhe e destruí-los. Para outros, a política é um esforço no sentido de fazer reinar a ordem e a justiça: o poder assegura o interesse geral e o bem comum contra a pressão das reivindicações particulares. Para os primeiros, a política serve para manter os privilégios de uma minoria sobre a maioria. Para os segundos, ela é um meio de realizar a integração de todos os indivíduos na comunidade e de criar assim a sociedade justa de que falava Aristóteles”.

Julien Freund (“Qu’est-ce que la Politique?” p. 177) define política como “a atividade social que se propõe a garantir pela força, fundada geralmente no direito, a segurança externa e a concórdia interna de uma unidade política particular...”.

Giovanni Sartori (1997) observa que a noção de “política” qualifica tudo e, portanto, nada tem de específico, enquanto a esfera que reúne a ética, a economia e o estudo político-social permanece unida, não se manifestando materialmente em diferenciações estruturais, em estruturas e instituições qualificáveis como “políticas”, distintas das econômicas, religiosas e sociais.

O pesquisador italiano diz que a política apresenta-se (a começar com Platão e Aristóteles) como discurso conjunta e indissolúvelmente ético-político. Ele ressalta que, à parte a objeção de que a política não é apenas poder e coerção, resta o fato de que, além do poder político, precisamos registrar também a existência do poder econômico, militar e até religioso. O mesmo ocorrendo com a coerção. À coerção política, propriamente, podemos acrescentar a coerção social, jurídica, econômica etc.

Sartori acrescenta que as decisões políticas referem-se a uma grande variedade de assuntos: podem ser de política econômica, social, religiosa, educacional, de direito etc. Se todas essas decisões são primordialmente “políticas”, isto se deve ao fato de que são tomadas por pessoas situadas em posições políticas. Esta é sua “natureza” política.

O sociólogo alemão Max Weber entende por política apenas a direção do agrupamento político hoje denominado “Estado” ou a influência que se exerce em tal sentido. Acrescenta que política é um conjunto de esforços feitos com vistas a participar do poder ou a influenciar a divisão do poder, seja entre Estados, seja no interior de um único Estado.

Max Weber afirma que todo homem que se entrega à política aspira ao poder – seja porque o considere como instrumento a serviço da consecução de outros fins, ideais ou egoístas, seja porque deseje o poder “pelo poder”, para gozar do sentimento de prestígio que ele confere.

Ele explica que

“política significa... elevação para a autoridade, dos governantes, do poder: estuda a sua origem, suas prerrogativas, extensão e os fundamentos da obediência.” E acrescenta: “A política consiste num esforço tenaz e enérgico de furar tábuas duras de madeira. Este esforço exige simultaneamente paixão e precisão... não se poderia jamais esperar o possível se no mundo não houvesse sempre a esperança no impossível...”.

Essas várias conceituações apresentadas sobre o assunto representam o quanto o tema política é importante para nossas vidas e o quanto é estudado. Definições desde as mais antigas até as mais modernas nos ajudam a interpretar essa ciência que lida com a forma como são definidos os temas mais importantes da nossa sociedade.

A política é formada por diversos atores que no seu papel representam os diversos pontos de vista da nossa sociedade. Para completar o estudo sobre a ciência política, no próximo capítulo estudaremos os conceitos de poder e suas implicações na comunicação social e no mundo político.

3 PODER – O OBJETIVO DE TODOS

O poder é o centro de tudo na comunicação e na política. Para alcançá-lo, são usados todos os conhecimentos, técnicas e estratégias possíveis, passando também por expedientes escusos, não muito recomendáveis, que são objetos de denúncia seguidamente na imprensa e investigados pelos parlamentos, através das Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI), ou pelo Ministério Público, Tribunal de Contas e Judiciário.

A conquista do poder faz com que os grupos sociais se organizem para alcançá-lo e depois para mantê-lo. Chegar ao poder significa ter legitimidade para alcançar aqueles objetivos para os quais a população lhe concedeu procuração. Pela conquista do poder, pode-se alterar o destino da vida das pessoas.

Nesta luta, não há espaço para prêmio de consolação: ou se vence e se chega em primeiro lugar, alcançando o objetivo final, ou se está fora do centro das decisões. É vencer ou vencer. Qualquer cidadão que coloca seu nome na vida pública sabe que o caminho da conquista do poder é longo, difícil, tortuoso, e sua conquista é privilégio de poucos. Sabe também que terá sua vida exposta em todos os detalhes, e que qualquer deslize terá repercussão na sociedade e nos diversos meios de comunicação social.

No passado, muitas denúncias de irregularidades, de malversação do dinheiro público e de fraudes não eram de conhecimento amplo da população. Havia censura e forte influência do poder econômico, com decisões do Poder Judiciário que preservavam determinados interesses e postergavam decisões até sua prescrição.

Hoje, vivemos um período de democracia, o Judiciário também se modernizou, principalmente nas instâncias iniciais. Aliado a isso, há o surgimento de novas tecnologias, cada vez mais baratas e acessíveis, que permitem maior divulgação dos atos dos agentes públicos.

Atualmente, qualquer suposta irregularidade é divulgada em *sites* ou *blogs* na Internet. Fotos feitas por câmeras de telefone celular registram situações que podem ser constrangedoras para qualquer agente, público ou não. Não se pode deixar de reconhecer que ocorrem excessos. Muitas vezes, são divulgadas falsas irregularidades, não comprovadas devidamente e espalhadas como se fossem verdadeiras. Mas isso faz parte da luta pelo poder e pelo aperfeiçoamento democrático, e só com o tempo serão depuradas, quando então os falsos acusadores perderão a credibilidade.

Conceitos sobre o poder, em especial o poder político, existem os mais diversos. Vamos tentar estabelecer um diálogo entre eles e sua relação com a presente dissertação. Para tanto, foram buscadas definições de Max Weber, Alejandro Muñoz Alonso, Talcott Parsons e Gérard Lebrun, entre outros, sobre o tema.

O sociólogo alemão Max Weber, um dos responsáveis pela introdução do debate sobre a legitimidade do poder e da autoridade, apresenta seu conceito sobre poder. Ele define poder como a probabilidade de impor a própria vontade dentro de uma relação social, ainda que contra toda a resistência e qualquer que seja o fundamento desta probabilidade. Weber acrescenta que no termo poder está implícita a questão da representação, da capacidade de decisão de uma pessoa sobre a outra.

Como esse estudo concentra seu esforço na parceria comunicação e política, é importante que se abordem os dois campos. Para isso é necessário fazer um pequeno resgate histórico. Deve-se lembrar que a relação entre poder político e imprensa nem sempre foi tranquila. Durante muito tempo a censura dificultou o trabalho.

A literatura registra que somente com o advento do liberalismo, baseado na idéia do poder limitado e dos direitos individuais, foi possível haver certa liberdade de expressão e se colocaram as bases de uma imprensa livre e independente.

Alejandro Muñoz Alonso (1988), num capítulo do livro “Opinião Pública e Comunicação Política, o Poder Político Diante da Mídia”, observa que durante o século 18 são constatáveis os esforços do poder para suprimir a livre informação, por meio de pressões fiscais, pela compra de jornalistas e pelo estabelecimento de restrições sobre a base do chamado “privilégio parlamentar”.

O texto diz que o receio dos políticos em relação aos jornalistas é um fato que até hoje se percebe. Nem os governos mais liberais escaparam deste fato. Tal situação peculiar de tensão e desconfiança deriva do fato de que a informação é um poder.

Mesmo não figurando no esquema dos poderes clássicos, faz parte do sistema de equilíbrios de freios e contrapesos que consiste um regime pluralista de liberdades. Passa-se a atribuir à imprensa a titularidade do quarto poder, antecedida pela divisão clássica do poder Executivo, Legislativo e Judiciário.

Alonso afirma que a história das relações entre o poder político e os meios de informação é de uma desconfiança secular. A censura é a instituição que resume estas relações durante a maior parte do transcorrer da história do mundo ocidental. Só com o advento do liberalismo, baseado na idéia do poder limitado e dos direitos individuais, se tornou possível a liberdade de expressão e se colocaram as bases de uma imprensa livre e independente, que por suas funções informativas e críticas assume forte dimensão política.

Ele considera indispensável registrar um fato importante na história da Inglaterra. Foi nesse país que, em 1695, o Parlamento suprimiu o sistema de licenças, eliminando a censura, pela primeira vez no mundo ocidental.

O receio dos políticos em relação aos jornalistas é um fato que se percebe uma ou outra vez em diferentes tempos e países. A respeito do tema, Thomas Jefferson, afirmou: “Prefiro jornais sem governo, a governo sem jornais”.

Alonso diz que a peculiar situação de tensão e desconfiança deriva do fato de que a comunicação é um poder, expressão advinda da afirmação de Macaulay de

que “a galeria do Parlamento em que sentam os jornalistas converteu-se no quarto poder do reino”.

No entanto, a teoria liberal-democrática considera que a imprensa livre e crítica é um componente essencial do sistema. E o grau de liberdade da imprensa tem sido visto como um indicador da saúde do regime democrático. O mesmo sentido tem a denominação “primeira liberdade” que os americanos costumam dar à liberdade de imprensa e que não se refere só ao fato de que a Primeira Emenda seja a que alude à liberdade de expressão. A imprensa é a liberdade que faz possível as demais, sem a qual as demais não teriam sentido.

Todas essas razões e argumentações explicam por que a tradição democrática ocidental tem considerado sempre que uma imprensa livre é indispensável em um sistema político que se baseie em um poder político limitado, controlado e responsável.

Para Blumler e Gurevitch é natural descrever que os *mass media* exercem o papel de guardião (*watchdog*), que protege o público frente aos governantes e mostra as evidências dos abusos e erros destes. O estudo acrescenta que a imprensa oferece uma função de controle dos governantes e dos representantes dos cidadãos.

Blumler e Gurevitch acrescentam que, na democracia, existe e atua a chamada “teoria da redundância”, em virtude da qual os mecanismos de controle e de garantia se multiplicam para lograr maior eficácia. Alejandro Alonso conclui afirmando que a imprensa é um poder em uma rede de poderes que se controlam e contrapesam mutuamente.

Genericamente, é possível definir o poder como a capacidade ou possibilidade de agir, de produzir efeitos desejados sobre indivíduos ou grupos humanos. Portanto, o poder supõe dois polos: o de quem o exerce e o daquele sobre o qual ele é exercido. Desta forma, o poder é uma relação, ou um conjunto de relações pelas quais indivíduos ou grupos interferem na atividade de outros indivíduos ou grupos.

Para que alguém exerça o poder, é preciso que tenha força, entendida como instrumento para o exercício do poder. Quando falamos em força, é comum pensar-se imediatamente em força física, coerção, violência. Na verdade, este é apenas um dos tipos de força.

Gérard Lebrun diz que, se numa democracia um partido tem peso político, é porque tem força para mobilizar certo número de eleitores. Se um sindicato tem peso político, é porque tem força para deflagrar uma greve. Assim, a força não significa necessariamente a posse de meios violentos de coerção, mas de meios que permitam influir no comportamento de outra pessoa.

Lebrun afirma que “existe poder quando a potência, determinada por uma certa força, se explicita de uma maneira muito precisa”. Não sob o modo da ameaça, da chantagem etc., mas sob o modo da ordem dirigida a alguém que, presume-se, deve cumpri-la.

Ele destaca que o poder não é um ser, “alguma coisa que se adquire, se toma ou se divide, algo que se deixa escapar”. Mas é o nome atribuído a um conjunto de relações que formigam por toda a parte na espessura do corpo social (poder pedagógico, pátrio poder, poder do policial, poder do contra-mestre, poder do psicanalista, poder do padre etc. etc.).

Já para Thomas Hobbes, “o poder foi definido tradicionalmente como consistente nos meios para se obter alguma vantagem” ou, de modo análogo, como “o conjunto dos meios que permitem conseguir os efeitos desejados, de acordo com Bertrand Russell.

Para Max Weber, o Estado moderno pode ser reconhecido por dois elementos constitutivos: a presença do aparato administrativo para prestação de serviços públicos e o monopólio legítimo da força. O poder do Estado, porém, não é condição suficiente para a manutenção do poder. Em outras palavras, o poder do Estado que apenas se sustenta na força não pode durar. Para tanto, ele precisa ser legítimo, ou seja, ter o consentimento daqueles que obedecem.

Ao longo da história humana, foram adotados os mais diversos princípios de legitimidade do poder:

- nos estados teocráticos, o poder considerado legítimo vem da vontade de Deus, ou da força da tradição, quando o poder é transmitido de geração em geração, como nas monarquias hereditárias;
- nos governos aristocráticos, apenas os melhores podem ter funções de mando; é bom lembrar que os considerados melhores variam conforme o tipo de aristocracia, os mais ricos, ou os mais fortes, ou os de linhagem nobre, ou até a elite do saber;
- na democracia, o poder vem do consenso, da vontade do povo.

A discussão a respeito da legitimidade do poder é importante na medida em que está ligada à questão de que a obediência é devida apenas ao comando do poder legítimo, segundo o qual a obediência é voluntária e, portanto livre; caso contrário surge o direito à resistência, que leva à turbulência social.

Identificado com determinada pessoa ou grupo, o poder personalizado não é legitimado pelo consentimento da maioria e depende do prestígio e da força dos que o possuem. Trata-se da usurpação do poder, que perde o seu lugar público quando é incorporado à figura do príncipe.

Por outro lado, o risco do totalitarismo surge quando o poder é incorporado ao partido único, representado por um homem todo-poderoso. Deve-se observar que, mesmo nos regimes democráticos, às vezes, aparecem figuras fascinadas pelo poder, que estimulam formas de “culto da personalidade”, que os fazem manter-se sempre em evidência, seja por medidas extravagantes que deem o que falar por abuso de poder, sobrepondo o Executivo aos outros poderes, ou confundindo as esferas do público e do privado. Daí a necessidade de vigilância das instituições para impedir a degeneração do poder em arbítrio.

Nos governos não democráticos, a pessoa investida de poder dele se apossa por toda sua vida como fosse seu proprietário. Em virtude de privilégios, o faraó do Egito, o César romano, o rei cristão medieval se apropriam do poder identificando-o

com o seu próprio corpo. É a pessoa do príncipe que se torna o intermediário entre os homens e Deus, ou o intérprete humano da Suprema Razão.

Identificado com determinada pessoa ou grupo, o poder personalizado não é legitimado pelo consentimento da maioria e depende do prestígio e da força dos que o possuem. Trata-se da usurpação do poder, que perde o seu lugar público quando é incorporado na figura do príncipe.

O risco do totalitarismo surge quando o poder é incorporado ao partido único, representando por um homem todo-poderoso. É interessante notar que, mesmo nos regimes democráticos, às vezes aparecem figuras fascinadas pelo poder, que estimulam formas de “culto da personalidade” que os façam manterem-se sempre em evidência, seja por medidas extravagantes que deem o que falar, seja por abuso do poder, sobrepondo o Executivo aos outros poderes, seja confundindo as esferas do público e do privado. Por isso a importância da vigilância das instituições para impedir a degeneração do poder em arbítrio.

A filósofa Marilena Chauí afirma que a rotatividade significa tornar o poder na democracia, realmente, o lugar vazio por excelência, sem privilégio de um grupo ou classe. É permitir que todos os setores da sociedade sejam legitimamente representados.

A palavra poder designa a capacidade ou a possibilidade de agir, produzir efeitos. Esta designação pode ser referida tanto a uma dimensão social, envolvendo indivíduos ou grupos humanos, como a fenômenos de ordem física ou natural.

O professor Eduardo Corsetti acrescenta que o poder é constituído por uma situação processual em que um dos atores impõe ao outro um comportamento ou atitude que contraria interesses para, em virtude disso, realizar seus próprios, buscando determinados benefícios.

Mais adiante, o sociólogo Talcott Parsons busca construir uma teoria política geral partindo de uma noção geral de poder. Ele define o poder no sentido estrito de político ao afirmar que a função específica do sistema político no âmbito do

funcionamento global da sociedade, a consecução de objetivos coletivos, é o de ter a capacidade geral de assegurar o cumprimento de obrigações pertinentes.

Essas obrigações se dão dentro de um sistema de organização coletiva, em que são legitimadas pela sua consensualidade aos fins coletivos, e, portanto, podem ser impostas com sanções negativas, qualquer que seja o agente social que as aplique. Essas observações indicam claramente que o poder político está inserido, não numa instituição específica, mas em toda a sociedade onde a relação de poder emerge como política.

Deve-se estabelecer uma diferença entre poder de Estado e poder político por si, porque o poder político, no caso, não se esgotaria apenas dentro do Estado, senão também em associações políticas menores, que se situam dentro do social e que não possuem uma função política própria.

Nem todo o poder estatal é poder político, mas, aos olhos de seus beneficiários, todo o poder político é potencialmente poder estatal. Deste modo, o poder político é o poder exercido pelo Estado e/ou por uma organização social que trata de incorporar-se à ação estatal.

Talcott Parsons recusa-se a considerar o poder como sendo, essencialmente, “uma ação imposta por um ator a um outro ator”. Segundo ele, o *political power* é

“a aplicação de uma capacidade generalizada, que consiste em obter que os membros da coletividade cumpram obrigações legitimadas em nome de fins coletivos, e que, eventualmente, permite forçar o recalcitrante através de sanções negativas”.

O sociólogo considera errônea toda compreensão do poder que reduza a uma situação marcada pela desigualdade e, portanto, pelo menos potencialmente, conflituosa.

Para Parsons, o poder, não é, basicamente, estar em condições de impor a própria vontade contra qualquer resistência. É, antes, dispor de um capital de confiança tal que o grupo delegue aos detentores do poder a realização dos fins

coletivos. Em suma, é dispor de uma autoridade – no sentido em que um escritor de renome, um pensador ilustre, um velho sábio... são autoridades no interior de um grupo dado (sem que esta autoridade implique uma idéia de coerção).

No texto “*Semioses do ideológico e o poder*”, Eliseo Verón diz que a melhor definição de poder é a de Foucault: “(...) o poder não é uma instituição, e não é uma estrutura, não é uma certa potência da qual alguns estariam dotados: é o nome que se dá a uma situação estratégica complexa, em uma determinada sociedade” (FOUCAULT apud GALLIMARD, 1976, p. 125).

Verón acrescenta que essas estratégias não existem fora do conjunto de medidas significantes que a carregam, não existem sem articulação nas relações sociais dos inumeráveis discursos que atravessam a sociedade; não existem sem a engrenagem de produções de sentido e reconhecimento de sentido, em uma semiose que Peirce bem descreve como infinita.

Eliseo Verón ressalta que o ideológico e o poder estão presentes em tudo. Em outras palavras: todo fenômeno social é suscetível de ser lido em relação ao ideológico e em relação ao poder. O poder é definido, por vezes, como uma relação entre dois sujeitos, dos quais um impõe ao outro a própria vontade e lhe determina o comportamento.

Contudo, como o domínio sobre os homens não é geralmente fim em si mesmo, mas um meio para obter “qualquer vantagem” ou, mais exatamente, “os efeitos desejados”, como acontece com o domínio da natureza, a definição do poder como tipo de relação entre sujeitos tem de ser completada com a definição do poder como posse dos meios (entre os quais está o domínio sobre os outros e sobre a natureza) que permitam alcançar justamente uma “vantagem qualquer” ou os “efeitos desejados”.

O filósofo político italiano Norberto Bobbio, destaca que o poder é definido, por vezes, como uma relação entre dois sujeitos, dos quais um impõe ao outro a própria vontade e lhe determina, malgrado seu, o comportamento.

Ele afirma que, como o domínio sobre os homens não é geralmente fim em si mesmo, mas um meio para obter “qualquer vantagem” ou, mais exatamente, “os efeitos desejados”, como acontece com o domínio da natureza, a definição do poder como tipo de relação entre sujeitos tem de ser completada com a definição de poder como posse dos meios (entre os quais se contam como principais o domínio sobre os outros e sobre a natureza) que permitem alcançar justamente uma “vantagem qualquer” ou os “efeitos desejados”.

Na tradição clássica, principalmente em Aristóteles, eram consideradas três formas de poder: o poder paterno, o poder despótico e o poder político. O poder paterno era exercido no interesses dos filhos, o despótico, no interesse do senhor, o político, no interesse de quem governa e de quem é governado.

John Locke considera que o fundamento do poder paterno é a natureza, o do poder despótico, o castigo por um delito cometido (a única hipótese neste caso é aquela do prisioneiro de guerra que perdeu uma guerra injusta), o do poder civil, o consenso.

O poder político, para Norberto Bobbio (2000), pertence à categoria de poder do homem sobre outro homem, não à do poder do homem sobre a natureza. Esta relação de poder é expressa de mil maneiras, nas quais se reconhecem fórmulas típicas da linguagem política, como: relação entre governantes e governados, entre soberano e súditos, entre Estado e cidadãos, entre autoridade e obediência etc.

Bobbio afirma que há várias formas de poder do homem sobre o homem, o poder político é apenas uma delas. Existem três grandes classes no âmbito de um conceito amplíssimo do poder. Estas classes são: o poder econômico, o ideológico e o político.

O primeiro é o que se vale da posse de certos bens, necessários ou considerados como tais, numa situação de escassez, para induzir aqueles que não os possuem a manter certo comportamento, consistente, sobretudo, na realização de certo tipo de trabalho. Na posse dos meios de produção reside uma enorme fonte de poder para aqueles que os têm em relação àqueles que não os têm: o poder do

dono de uma empresa deriva da possibilidade que a posse ou a disponibilidade dos meios de produção lhe oferece de poder comprar a força de trabalho a troco de um salário.

Já o poder ideológico, para Bobbio, baseia-se na influência que as ideias formuladas, de certo modo expressas em certas circunstâncias por uma pessoa investida de certa autoridade e difundidas mediante certos processos, exercem sobre a conduta dos consociados. Deste tipo de condicionamento nasce a importância social que atinge, nos grupos organizados, aqueles que sabem (os sábios), sejam eles os sacerdotes das sociedades arcaicas, sejam os intelectuais ou os cientistas das sociedades evoluídas, pois é por eles, pelos valores que difundem ou pelos conhecimentos que comunicam que se consuma o processo de socialização necessário à coesão e integração do grupo.

Por outro lado, o poder político, segundo Norberto Bobbio, baseia-se na posse dos instrumentos mediante os quais exerce a força física (as armas de toda espécie e potência). É o poder coator, no sentido mais estrito da palavra. Estas três formas de poder

“fundamentam e mantêm uma sociedade de desiguais, isto é, dividida em ricos e pobres, com base no primeiro; em sábios e ignorantes, com base no segundo; em fortes e fracos, com base no terceiro; genericamente, em superiores e inferiores”.

O que caracteriza o poder político, conforme Bobbio, “é a exclusividade do uso da força em relação à totalidade dos grupos que atuam num determinado contexto social, exclusividade que é resultado de um processo que se desenvolve em toda a sociedade organizada, no sentido da monopolização da posse e uso dos meios com que se pode exercer a coação física”.

O pesquisador italiano ressalta que “esse processo de monopolização acompanha o processo de incriminação e punição de todos os atos de violência que não sejam executados por pessoas autorizadas pelos detentores e beneficiários de tal monopólio”.

Por último, Robert Dahl (1988) ressalta: não há acordo geral sobre o sentido de palavras como “poder” e “influenciar”, nem na linguagem do cientista político nem na linguagem comum, destacando que os cientistas políticos empregam uma variedade de termos: “poder”, “domínio”, “dominação”, “influência”, “autoridade”, “controle”, “persuasão”, “força”, “coerção” etc.

O pesquisador da Universidade de Yale, entretanto, prefere usar os dois termos, influência e poder, para enfrentar o debate no mundo das relações políticas e de poder.

Todos os conceitos acima denotam que a própria definição de poder passou por diversas fases. Os estudiosos não chegaram a um consenso sobre o tema. Durante longo tempo, trabalhava-se com a imposição pela força e coerção, como base do exercício do poder. Atualmente, essas relações se sofisticaram e, hoje, na política, o poder se dá mais pelo convencimento, pela adesão da sociedade a determinadas teses ou bandeiras dos grupos políticos ou de grupos de pressão.

4 COLUNISMO POLÍTICO

Os principais jornais diários do país, hoje, publicam diversas colunas de política, economia, opinião, variedades, esportes e lazer. São colunas diárias, bissetimanais, trissemanais, semanais, enfim, com periodicidades diferentes.

Na pesquisa realizada para iniciarmos esta dissertação, percebemos que o gênero colunismo já é aceito com naturalidade e sua importância é reconhecida pelo destaque que as informações publicadas nelas adquirem junto aos leitores e ao público-alvo, que gravita em torno da política e dos agentes públicos.

Entre os jornalistas, a coluna significa uma valorização profissional e pessoal, pois é um espaço privilegiado em que ele pode expor sua opinião com mais autonomia e destaque, diferentemente dos profissionais de outras editorias, que produzem textos definidos pela chefia de reportagem e/ou editor, seguindo uma norma padrão de produção das matérias e de apuração dos assuntos.

O colunista torna-se um jornalista diferenciado no meio da redação em que atua. Ele recebe ligações de diversas personalidades, várias fontes querem transmitir-lhe informações exclusivas para que possam ser noticiadas no dia seguinte ou na atualização do seu *blog*. O profissional, ao tornar-se colunista, vira referência para os colegas de profissão, passando a ser mais reconhecido pelo público leitor, pelos anunciantes e pelas pessoas que gravitam em torno dos meios de comunicação social. Além disso, melhora sua remuneração profissional, passando, em muitos casos, também a proferir palestras pagas em eventos.

Na capital do Rio Grande do Sul, os principais jornais – Zero Hora, Correio do Povo, Jornal do Comércio, O Sul, e até o mesmo o jornal popular Diário Gaúcho – publicam diversas colunas.

O Correio do Povo publica diariamente as colunas de Taline Oppitz, de política; Denise Nunes, com informações de economia; Thamara de Costa Pereira,

sobre clubes sociais; Eduardo Conill, com a cobertura da vida social, e Hiltor Mombach, de esportes.

Já a coluna de Juremir Machado da Silva é publicada todos os dias, exceto nas quartas-feiras, enquanto a de Elio Gaspari sai às quartas-feiras e aos domingos.

No Jornal do Comércio são publicadas as seguintes colunas: “Começo de Conversa”, de Fernando Albrecht; “Observador”, de Affonso Ritter; “Painel Econômico”, de Danilo Ucha; “Vida Social”, de Eduardo Bins Ely; “Clubes”, de Ivan Mattos; “Repórter Brasília”, de Edgar Lisboa; “Conexão Política”, de Adão Oliveira; “Espaço Vital”, de Marco Antônio Birnfeld; e “José Simão”, de humor.

O jornal O Sul é uma publicação que também aderiu fortemente ao colunismo, com colunistas do nosso Estado, como Flávio Alcaraz Gomes, Beatriz Fagundes, Clésio Boeira, Políbio Braga, Flávio Pereira, Paulo Gasparotto, César Krob, Cezar Bresolin, Adroaldo Streck, Jayme Copstein e Ana Paula Silveira.

O Sul publica ainda algumas das principais colunas dos jornais do centro do país e de Brasília, como “Informe JB”, a coluna de Cláudio Humberto, de Ancelmo Góis e a coluna “Painel”, da Folha de S. Paulo.

Nem mesmo o jornal popular Diário Gaúcho, do Grupo RBS, foge da tendência do colunismo na mídia impressa. Na publicação que circula de segunda a sábado, encontram-se, diariamente, as seguintes colunas: “A Chamada das Ruas”, de Antônio Carlos Macedo; “Paixão Tricolor”, de Cacalo Silveira Martins; “Paixão Colorada”, de Kenny Braga; “Futebol”, de Pedro Ernesto Denardim; “Guerra Total”, de Adroaldo Guerra Filho; e a coluna de Gugu Streit, de variedades.

Na abordagem do tema colunismo, vamos buscar apoio teórico em reflexões de Luiz Amaral, Davi Emerich, Franklin Martins e Carlos Castilho, autores que tratam do colunismo com a relevância que lhe é dada por seu papel atual nos meios de comunicação social, principalmente nos jornais e *blogs*.

Segundo Luiz Amaral (1978), o sucesso do colunismo no Brasil, entre outras razões, deve-se ao “personalismo brasileiro” e ao “ritmo trepidante” do país, que permitiria pouco tempo para a leitura. Para o autor, o colunismo é um espaço singular no jornal, assinado, com função diferenciada:

A coluna não é o resumo dos principais acontecimentos do dia, mas a explicação íntima desses fatos, o dado que faltou ao grande noticiário e que não chegou ao conhecimento do público, a história particular de cada decisão. O colunista concorre com o repórter, o comentarista e o redator. Do primeiro, há que ter o gosto do furo, da notícia em primeira mão; do segundo, a sagacidade, a agudeza de espírito, a perspicácia, a finura; do terceiro, a prosa ágil e leve, a capacidade de dizer o máximo com o mínimo de palavras. E a tudo isso somar o bom-humor constante e a originalidade, a fim de tornar sua coluna um lugar sempre atraente” (Amaral, 1978, p.156).

O colunismo político no período da ditadura militar encontrou no colunismo social um porta-voz para publicação de suas notas exclusivas. A coluna de Ibrahim Sued, autor do bordão “*sorry periferia*”, e a de Zózimo Barroso do Amaral, que costumava escrever “enquanto houver champanhe... haverá esperança!”, publicaram muitos furos jornalísticos. Modernamente, o colunismo social também tem publicado muitas informações sobre política.

Levantamento realizado pela revista Veja São Paulo, entre março de 2004 e março de 2005, nas colunas de Mônica Bergamo, na Folha de S. Paulo, e a de César Giobbi, em O Estado de S. Paulo, mostra que nesse período, 4.860 personagens foram retratados em fotos e notas. O campeão em aparição é o presidente Lula, com 100 citações e com larga vantagem sobre o segundo colocado, o prefeito de São Paulo na época, José Serra, com 66 citações.

O colunismo, porém, não é uma unanimidade. Encontramos na pesquisa autores que manifestam sua preocupação com o gênero. Ney Figueiredo (2004), citando Mino Carta – notório jornalista brasileiro, criador de Veja e do Jornal da Tarde – observa que existem jornais – O Globo, por exemplo – que chegam a ter meia dúzia de colunistas. Simplesmente, não há notícias para todos, o que transforma o trabalho do jornalista uma tarefa desumana. Além disso, por mais que o profissional seja correto, como é o caso de Dora Kramer, Tereza Cruvinel, Sonia Racy, Miriam Leitão, Joyce Pascowitch e outros tantos colunistas com destaque no meio jornalístico, é difícil evitar que a notícia plantada maldosamente seja publicada.

Outro crítico do colunismo é o comentarista político e atual secretário de Comunicação Social do governo federal Franklin Martins (2005). Ele observa que as colunas são os espaços mais nobres de interpretação do noticiário político. Às vezes, são também espaços de opinião e de informação, assinados por jornalistas experientes e talentosos, que têm grande número de fontes e boa capacidade de análise. As colunas tornaram-se tão importantes para o leitor que a maioria dos jornais geralmente publica mais de uma.

Martins ressalta, entretanto, que nem todos os colunistas combinam os ingredientes básicos na mesma proporção. Há os que acentuam a informação, os que carregam na interpretação e os que pesam a mão na opinião. O jornalista finaliza afirmando que opinião demais cansa e restringe o universo de leitores, devendo ser reservada para momentos especialmente graves.

O colunismo, apesar das restrições destes jornalistas, é consagrado na imprensa brasileira. Aparecer nas colunas de jornais impressos significa, para muitas pessoas, passarem a ser conhecidas, reconhecidas, estabelecerem uma rede maior de relacionamentos, destacarem-se na sociedade.

Davi Emerich (1997) observa que não seria incorreto afirmar que o jornalismo brasileiro encontra-se em franco processo de colonização, não unicamente pelo caminho das colunas de notas que se multiplicam, com titulares ou não, mas também pela afirmação de diversos tipos de colunas fixas, os “colunões”, com titulares ou colaboradores eventuais ou permanentes.

Em relação à força do gênero, o autor faz algumas observações relevantes. A principal delas é a pouca presença das colunas, ou melhor, dos seus conteúdos, em chamadas de primeira página. O processo de captação das notícias é, praticamente, o mesmo para todos os colunistas. As informações são buscadas através de contatos telefônicos diários com diversas fontes, dicas de repórteres da redação, setoristas da área de atuação do colunista, informações das assessorias de imprensa, boa percepção do colunista sobre o que está ocorrendo no noticiário, além da investigação própria.

Recentemente, o processo de produção das colunas vem contando ainda com jornalistas contratados pelos colunistas para buscar informações adicionais, ampliando o que é divulgado num *press release*. Ter uma equipe justifica-se pelo fato dos principais colunistas terem se tornado pessoas jurídicas (empresas), com colunas que são reproduzidas em diversos jornais do Brasil. Além disso, eles também mantêm *blogs* ou *sites*, que precisam ser atualizados com mais frequência que uma coluna diária de jornal.

Outro conceito importante sobre o colunismo é o de Carlos Castilho, publicado em artigo assinado no boletim março-abril de 1997 do Instituto Gutenberg. Nesse documento, ele define o colunismo como um jornalismo de grife. A importância do colunismo nos jornais diários é resumida assim por Castilho:

“As pessoas tomam conhecimento de um fato ou processo através de manchetes impessoais, mas passam a dar mais relevância a um tema depois que ele é tratado em colunas assinadas. (...) No terreno da política, qualquer informação ganha um *plus* quando vem sob o patrocínio da grife de Joelmir Betting, Jânio de Freitas, Elio Gaspari ou Maurício Dias (...)”.

Entretanto, algumas observações sobre o colunismo são um consenso entre os diversos pesquisadores. A coluna tem como objetivo principal antecipar os fatos. Ela serve como pauta para os demais veículos de comunicação, em especial, as notas. Os políticos procuram ter um bom relacionamento com o titular da coluna para serem fontes de informação. Uma última consideração é que o conteúdo publicado nas colunas, mesmo tendo pouca densidade noticiosa, cumpre o papel de promover discussões e criar debates em um público segmentado.

Em nível nacional, o colunismo político cresceu no período da ditadura militar, na década de 60, com o *modus operandi* específico das colunas, divulgando, de outras formas, notícias políticas que seriam censuradas nas demais editorias de um jornal.

De acordo com Murilo César Ramos (1994), em geral esse noticiário alimentava-se com figuras notáveis do próprio regime, que se tornavam fontes privilegiadas do titular de uma coluna e sua equipe, valendo-se disso para passar mensagens cifradas a seus aliados ou adversários.

Deve-se lembrar que, na década de 50, os jornais brasileiros enfrentaram a crise do papel. Pela falta de matéria-prima, em várias editorias foram criadas colunas que, em notas curtas e concisas, resumiam fatos que precisavam ser divulgados. Nesse período, foi criada, no Correio da Manhã, a coluna “O Mundo Político”, de Costa Rego. Ela publicava as informações da política através de pílulas, ou pequenas notas.

Nos anos 60, os jornais criaram diversas colunas, com destaque para o “Informe JB” (Jornal do Brasil), para a “Coluna do Castello”, publicada inicialmente na Tribuna da Imprensa e, em seguida, no Jornal do Brasil; “Coisas da Política”, de Heráclito Salles (JB) e “Política”, escrita por Carlos Chagas em O Globo.

Já na década de 70, o formato do “Informe JB” difundiu-se em vários jornais das principais capitais brasileiras. Na imprensa paulista, o colunismo demorou a chegar. A coluna “Painel”, da Folha de S. Paulo, surgiu nos anos 80, quando ocorreu a reforma gráfica da publicação. Anos depois, o jornal O Estado de S. Paulo criou a “Coluna do Estadão”.

Sem dúvida, o colunismo fixou-se como gênero de grande força no jornalismo atual. A preferência é dada pelos leitores, que valorizam a leitura das colunas, seja pelo fato de publicarem notícias exclusivas, seja pelo desejo de conhecer a opinião dos jornalistas titulares sobre temas da cobertura jornalística diária dos principais periódicos.

4.1 COLUNISMO ELETRÔNICO (*BLOGS*)

A inclusão do colunismo eletrônico (*blogs*), embora não faça parte do objetivo principal desta pesquisa, se deve a diversos fatores, como o crescimento da Internet, o fato dos principais jornalistas e colunistas de jornal, rádio e televisão manterem *blogs*, para publicar informações em tempo real, ou *newsletters* diárias dirigidas a seus leitores, bem como ao fato dos principais jornais do país terem os seus próprios portais.

O reconhecimento do público ocorre na medida em que o investimento publicitário na Internet tem crescido acima da média do mercado, superando mídias tradicionais e populares, como o rádio.

O colunismo eletrônico já é uma realidade mundial: *blogs* e *sites* especializados em política surgem todos os dias na Internet. Esse novo meio de comunicação social apresenta diversas vantagens se comparado com o jornal impresso, o que o torna cada vez mais atraente tanto para os proprietários como para os leitores. Os *sites* podem ser atualizados a qualquer momento, sua oferta é gratuita para os leitores, sua difusão ocorre em massa para consumidores em qualquer parte do mundo, permitindo maior interatividade com o leitor, e seu custo de produção de conteúdo é bem menor, já que dispensa impressão e distribuição.

Os *blogs* permitem ao leitor uma participação maior na cobertura dos fatos políticos com presença constante em fóruns, *chats*, pesquisas e votações. Sua força é cada vez maior. No Rio Grande do Sul, o canal de *blogs* do ClicRBS (www.clicrbs.com.br/blogs) oferece aos internautas 280 *blogs* que passam pela economia, política, televisão e tecnologia. De acordo com dados revelados pela Web Trends, o ClicRBS registrou a marca de dois milhões de visitas em abril de 2008.

Dados do *site* americano Technorati divulgados em reportagem da Folha de S. Paulo apontam a existência de mais de 111,6 milhões de *blogs* no mundo. Por dia, são criados 175 mil novos *blogs*. São feitas 18 atualizações por segundo.

No Brasil, não há um levantamento sobre o número dos *sites* e *blogs* que tratam de política. Em setembro de 2007, cerca de 9,1 milhões de pessoas (quase 45% do total de usuários da Internet) navegavam em *blogs*, segundo o Ibope/NetRatings.

De acordo com o analista do Ibope, José Calazans, os *blogs* de política são acessados por pessoas mais velhas, sendo que a maior parte dos leitores dos “*blogs* profissionais” é formada por pessoas com mais de 35 anos de idade, e mais de 20% do total de leitores têm idade superior a 50 anos.

Conforme José Calazans, o acesso aos *blogs* de política varia mensalmente e tende a subir quando surgem escândalos, mas, normalmente, a audiência dos maiores vai de 70 mil a 250 mil acessos únicos (que são feitos a partir do mesmo IP, endereço que cada computador ou rede de computadores tem ao entrar na Internet). Conforme a reportagem da Folha de S. Paulo, justamente por causa das variações mensais, o Ibope não divulga dados comparativos entre os principais blogueiros da política. Em setembro de 2007, o *blog* brasileiro mais popular foi o humorístico Kibe Loko, com cerca de 320 mil acessos.

Por outro lado, pesquisa realizada nos Estados Unidos pela Harris Interactive com 2.302 adultos, entre os dias 15 e 22 de janeiro de 2008, distribuída pela agência de notícias Reuters e noticiada pelo *site* Terra, aponta que a maioria dos americanos não costuma ler *blogs* de política. E os comentários *online* proliferam na corrida pela presidência dos Estados Unidos, de acordo com o resultado de uma pesquisa. Somente 22% das pessoas consultadas disseram que leem *blogs* regularmente.

A sondagem revelou que apenas 19% das pessoas com idade entre 18 e 31 anos e 17% dos que têm entre 32 e 43 anos lêem regularmente um *blog* político. Na faixa etária entre 44 e 62 anos, 23% das pessoas afirmam ler *blogs* de política. A geração que mais lê *blogs* de política é a das pessoas com 63 anos ou mais (26%).

Essa pesquisa mostrou ainda que um número aproximadamente igual de eleitores democratas e eleitores republicanos lê *blogs* políticos regularmente: 22% dos republicanos e 20% dos democratas. Entre os eleitores independentes, o percentual de leitores atinge 26%.

A importância dos *blogs* chegou à universidade. Em São Paulo, o curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi já tem uma cadeira denominada Laboratório Digital: *Blog* Diário. A disciplina, pioneira no país, faz parte do segundo semestre do curso regular, e as aulas são ministradas pela professora Liana Vidigal, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo.

Até mesmo o perfil dos jornalistas ibero-americanos que mantêm *blogs* já foi pesquisado. Texto publicado no *blog* Intermezzo, com base em estudo apresentado pela Fundación Telefónica e Editora Ariel, revela alguns pontos interessantes e que

merecem ser ressaltados na pesquisa: 75% dos jornalistas blogueiros têm menos de 40 anos; 3 em cada 10 *blogs* são mantidos por mulheres; a metade dos jornalistas ibero-americanos com *blog* tem várias ocupações profissionais; e os jornalistas menos atraídos pelo chamado jornalismo digital são aqueles dedicados ao setor audiovisual e à comunicação institucional.

O trabalho aponta ainda que 3 em cada 4 entrevistados consideram que praticam jornalismo de opinião através do *blog*, 61,9% acreditam que a maior conquista de seu *blog* foi falar com a audiência e 52,45% alegaram desfrutar de liberdade editorial que não têm no meio para o qual trabalham.

No entanto, somente 3% afirmam ter ganhado algum dinheiro com o *blog*; 63% recebem comentários ofensivos; 40% já receberam oferta de trabalho através do *blog*; 63% não se preocupam com a questão do *copyright*; 35% sabem que em alguma ocasião plagiaram conteúdos de seu *blog*; e 60% já incorporaram alguma vez elementos multimídia em seu *blog*.

Para a professora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e pesquisadora de *blogs* de política Alessandra Aldé, um componente de paixão que faz parte da política aparece na Internet com muita força: parte dos leitores desses *blogs* parece interagir com os *blogs* como se fizesse parte de uma torcida de futebol. Ela constatou também que os leitores contribuem para colocar o jornalista-blogueiro no papel de autoridade cognitiva, que está por dentro dos acontecimentos e é capaz de desvendar o complexo e obscuro mundo da política.

Já Rafael de Paula Aguiar, pesquisador do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC-SP, considera que o potencial dos *blogs* não é completamente explorado. Rafael Aguiar observa que muitos comentários mudam de assunto, ou usam uma discussão como palanque de impressões pessoais. Mesmo assim, o pesquisador considera os blogueiros atores políticos importantes.

Por outro lado, o jornalista Marcelo Coelho, colunista da Folha de S. Paulo e também blogueiro, adverte que os *blogs* tendem a refletir com menos filtros as

opiniões mais correntes. As pessoas, segundo ele, sentem-se mais livres para demonstrar sectarismo, racismo, apoio à execução sumária de criminosos etc.

Coelho observa que os leitores que deixam seus comentários quase sempre são politicamente exaltados. E que a esfera pública e a política parecem estar num certo descompasso. Segundo ele, há uma sociedade civil na Internet que se politiza muito rapidamente e uma sociedade política que não está vivendo um momento de especial vivacidade.

Para o professor da Universidade Federal do ABC (UFABC), Cláudio Penteado, os *blogs* de política possibilitam o surgimento de novas fontes de informação sobre o processo político e democratizam o debate entre diferentes correntes de pensamento. Ele baseia sua avaliação em estudo de sua autoria a respeito da atuação dos *blogs* durante a eleição presidencial em 2006.

Segundo Penteado, o pleito em que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva se reelegeu ao derrotar o tucano Geraldo Alckmin no segundo turno foi a primeira mostra do poder de atuação da nova mídia. A polarização entre petistas e simpatizantes do PSDB, radicalizada pelos escândalos do “mensalão” e do dossiê de Cuiabá, encontrou amplo espaço na Internet.

Durante a última campanha eleitoral presidencial, o professor da UFABC estudou os textos e comentários publicados nos *blogs* dos jornalistas Josias de Souza, Ricardo Noblat e Luis Nassif. Foram analisados 30 *posts* e quase 300 comentários em cada um dos *sites*. Conforme Penteado, a atuação política dos *blogs* é evidenciada pela prioridade dada às eleições durante o período monitorado pela pesquisa. Luis Nassif tratou do assunto em 76,6% dos textos; Josias de Souza ocupou 86,7% de seu espaço com a disputa eleitoral, enquanto Noblat raramente tratou de outro tema, 96,7% dos seus *posts* versaram sobre a campanha.

A importância dos *blogs* como fonte de pesquisa para matérias e reportagens foi constatada em pesquisa realizada pela empresa gaúcha Influence, em parceria com a agência Textual, do Rio de Janeiro e São Paulo, e divulgada no 11^o

Congresso Brasileiro de Comunicação Corporativa, no dia 14 de maio de 2008, em São Paulo.

De acordo com a sondagem baseada em questionários respondidos por 100 profissionais de mídia do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte e Brasília, 82% dos jornalistas informaram que utilizam *blogs* como fonte de pesquisa para suas matérias e reportagens. Em relação à qualidade dos *blogs*, 54% dos jornalistas deram nota 3, numa escala de 0 a 5, enquanto 19% atribuíram nota 2, e 16% nota 4. O objetivo do estudo foi conhecer a interação da imprensa com as novas mídias.

No Rio Grande do Sul, entre os diversos *sites* e *blogs* que tratam a política com periodicidade definida estão os seguintes: www.videversus.com.br, www.blogdodiego.com.br, www.politicaparapoliticos.com.br, www.ericovalduga.com.br, www.polibiobraga.com.br, www.adaooliveira.com.br, www.clesionet.com.br, www.felipevieira.com.br, www.fernandoalbrecht.com.br, www.pontocritico.com.br, www.previdi.com.br e www.affonsoritter.com.br.

Já em nível nacional destacam-se os *sites* e *blogs*: www.blogdonoblat.com.br (*blog* do jornalista Ricardo Noblat), www.blogln.nig.com (do jornalista Luís Nassif), <http://josiadesouza.folha.blog.uol.com.br> (do jornalista Josias de Souza, da Folha de S. Paulo), <http://uolpolitica.blog.uol.com.br> (do jornalista Fernando Rodrigues), <http://blogdofred.folha.blog.uol.com.br> (do jornalista Frederico Vasconcelos), <http://colunas.g1.com.br/sardenberg> (do jornalista Carlos Alberto Sardenberg), <http://oglobo.globo.com/economia/miriam/> (da jornalista Miriam Leitão) e <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/> (do jornalista Ancelmo Góis).

Cresce o investimento publicitário na Internet

Estudo divulgado pelo projeto Inter-Meios – que mede o faturamento de empresas de mídia – revela que a Internet foi o meio de comunicação que mais cresceu, percentualmente, em investimento publicitário no Brasil durante o primeiro semestre de 2008. A rede faturou R\$ 321 milhões no período, uma alta de 45% em relação ao ano passado. Com esses dados, a *web* se consolida como o quinto meio

que mais recebe esse tipo de verba (era a sétima em 2007), com participação de 3,3% no bolo publicitário.

No primeiro semestre, a rede ultrapassou a TV por assinatura e a mídia exterior na divisão desses investimentos. A televisão continua sendo a mídia que mais recebe investimento publicitário, tendo faturado R\$ 5,6 bilhões em anúncios (58,5% do total); seguida pelos jornais (17,2%), revistas (8%), rádio (4,3%), Internet (3,3), TV por assinatura (3,2%), mídia exterior (2,8%), guias (2,1%) e cinema (0,3%).

Por outro lado, de acordo com a pesquisa “World Digital Media Trends” estima-se que, em cinco anos, a Internet assumirá papel dominante em diversos países. Dessa forma, deixará para trás mídias convencionais, como impressos que há mais de um século têm sido considerados os mais tradicionais pelos leitores.

Em junho de 2008, na Suécia, executivos de jornais de grande circulação mundial reafirmaram essa tendência durante o encontro anual da Associação Mundial de Jornais (WAN), entidade que representa 18 mil jornais, 77 associações nacionais de jornais, 12 agências de notícias e 11 grupos de imprensa, regionais e internacionais.

Segundo esses profissionais, o investimento publicitário, uma das fontes de renda dos jornais, deve migrar para a *web*, por conta do crescimento do número de aparelhos móveis e do acesso à rede por banda larga. Estima-se que até 2011, em todo o mundo, a publicidade *online* chegue aos US\$ 150 bilhões, 12 vezes maior que o índice registrado em 2002.

De acordo com a agência Europa Press, a Associação Mundial de Jornais desenvolveu uma ação ridicularizando o “perigo de extinção” dos jornais impressos. Como parte de uma iniciativa para reivindicar o poder dos jornais e rebater afirmações sobre o desaparecimento iminente dessa mídia – consideradas “absurdas e prejudiciais”, conforme publicado no *site* da associação – a entidade lançou a campanha global “A busca nós fazemos. Você só tem que virar as páginas”.

Já durante reunião da *Newspaper Association of America* (associação de jornais americanos), realizada na Califórnia, Estados Unidos, alguns proprietários de jornal mostraram-se insatisfeitos com o conteúdo gratuito disponível na Internet. Os empresários dizem que os leitores estão utilizando a *web* para ler as notícias e que isso diminui a publicidade e as assinaturas dos jornais impressos.

Dados da *Newspaper Association of América* indicam que a receita publicitária impressa dos jornais dos Estados Unidos caiu 17,7% em 2008, enquanto a mídia *online* caiu apenas 1,8%.

O faturamento com a *web* tende a aumentar ainda mais. De acordo com informações publicadas pelo jornal *The New York Times*, uma nova proposta, comandada por três nomes importantes da mídia, objetiva aumentar a receita das empresas com o conteúdo disponível na Internet.

Através da empresa *Journalism Online*, Steven Brill, fundador da revista *American Lawyer* e da *Court TV*; Gordon Crovitz, *ex-publisher* do *The Wall Street Journal*; e Leo Hiderdey, veterano da indústria paga, pretendem ajudar os periódicos a escolherem as matérias que serão pagas, e também podem auxiliar as negociações para a licença do uso de conteúdo com buscadores e agregadores de notícias.

A *Journalism Online* pretende oferecer assinaturas anuais ou mensais de cada publicação e também pacotes com o portfólio completo. O uso limitado do serviço pode custar US\$ 15. A cobrança pelo conteúdo *online* é mais uma opção para ajudar as empresas de mídia a enfrentar os problemas financeiros, já que, no primeiro trimestre de 2009, nos Estados Unidos, alguns veículos perderam cerca de 30% do seu faturamento com anúncios.

A concorrência com a Internet também tem preocupado as agências de notícias. A *Associated Press* informou no começo de abril de 2009 que acionará judicialmente os *sites* de Internet que reproduzirem seus trabalhos sem partilhar a receita obtida com eles.

Conforme o *site* Portal da Imprensa, o objetivo da agência não é proibir a referência às notícias, mas ter um controle maior sobre seu uso. Segundo o presidente da Associated Press, William Dean Singleton, a agência pretende garantir que sempre que um internauta fizer uma busca, o resultado vá para a fonte original, e não para um *site* que tenha copiado ou citado a informação. Para o Sindicato dos Jornalistas de Portugal, a agência pretende lucrar com a reprodução das reportagens para superar a crise financeira em que se encontra.

A mesma preocupação com relação ao futuro do jornal impresso é feita pelo jornalista Ethevaldo Siqueira, especialista em tecnologia da comunicação com coluna no jornal O Estado de S. Paulo. Para o jornalista, a única saída para a sobrevivência dos jornais é manterem-se como publicações específicas para públicos segmentados.

Ethevaldo Siqueira chegou a essa conclusão depois de analisar o atual cenário do jornalismo e lembrou a queda da tiragem dos periódicos nos últimos 20 anos. Também citou a diminuição do número de leitores, em especial, os jovens, em movimento que deve ajudar a acabar com o atual modelo de jornal impresso.

Em sua abordagem, Ethevaldo Siqueira destaca que o problema está no conceito de veículo de notícias. Ele lembra que as pessoas não compram mais esse tipo de publicação para saber, por exemplo, o resultado das eleições, já que a TV, a Internet e o próprio rádio levam as informações mais rapidamente ao conhecimento da população.

Se os jornais vão desaparecer, só daqui a algum tempo saberemos, e não é objeto desta pesquisa. No Brasil, tem se registrado um crescimento acentuado dos jornais populares. De acordo com informação do *site* www.observatoriodaimprensa.com.br, os jornais populares estão entre os mais lidos dos estados do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Atualmente, há dez jornais populares de grande circulação no país, sendo que os maiores são Extra, do Rio de Janeiro, Diário Gaúcho, de Porto Alegre, e

Super Notícia, de Belo Horizonte. Conforme dados da Marplan, Extra é o mais lido do Brasil. Diário Gaúcho tem tiragem acima de 160 mil exemplares.

O crescimento dos jornais populares, segundo a autora do livro “Jornalismo Popular”, Márcia Franz Amaral, deve-se ao fato de suas pautas se voltarem à prestação de serviço, direito do consumidor, entretenimento, trabalho e saúde. Ela revela que os jornais populares fazem boas reportagens, ganham prêmios, têm profissionais qualificados que buscam cotidianamente mudar o ponto de vista das matérias para atingir um público diferente do leitor tradicional de jornais.

Para o editor-chefe do Diário Gaúcho, Alexandre Bach, os jornais populares atuais mudaram um pouco sua linha editorial, não apelando mais para o sensacionalismo. Eles tratam de saúde, transporte e educação. Bach diz que o sucesso do Diário Gaúcho se deve ao preço e ao conteúdo, pois o jornal é acessível e útil, e as notícias têm impacto direto na vida dos leitores.

Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), entidade sem fins lucrativos que realiza a divulgação de informações e auditorias de mais de 400 publicações filiadas ao Instituto, entre jornais e revistas, revelam que, em 2008, o jornal mais lido no Brasil foi a Folha de São Paulo, com tiragem média diária de 311.297 exemplares. Em segundo lugar estava o diário Super Notícia, de Minas Gerais, com 303.097 exemplares, seguido pelo jornal carioca Extra, com 297.392 exemplares. Em quarto lugar, aparece O Globo, cuja tiragem média foi de 291.407 exemplares por dia.

O jornal O Estado de S. Paulo, com 245.955 exemplares diários, ficou em quinto lugar, à frente do Meia Hora (tablóide publicado pelo Grupo O Dia de Comunicação, do Rio de Janeiro), cuja média superou os 230 mil exemplares. O sétimo e oitavo lugares ficaram com os jornais do Grupo RBS, Zero Hora (179.934) e Diário Gaúcho (166.886), respectivamente.

O Correio do Povo ocupou a nona posição com 155.589 e o jornal esportivo Lance! fechou o *ranking* dos dez mais lidos do Brasil, registrando 113.715 publicações de média diária.

O que se pode comprovar hoje é um crescimento consistente da Internet e um avanço significativo de sua participação no bolo publicitário. Cada vez mais, o público jovem tem buscado na rede mundial de computadores sua fonte de informação e atualização, bem como dos jornais populares.

4.2 UM POUCO DE HISTÓRIA DO COLUNISMO POLÍTICO GAÚCHO

Apesar da forte tradição política, o Rio Grande do Sul só conheceu o colunismo político a partir da década de 50, alguns anos depois de os principais jornais brasileiros começarem a praticar o gênero, no final dos anos 40. O surgimento dessa forma de jornalismo ocorreu num período em que o país passava a viver um ciclo democrático, depois da ditadura do Estado Novo.

Esta dissertação não tem o objetivo de fazer uma abordagem ampla sobre a história do colunismo político no Rio Grande do Sul, mas sim registrar sua importância e destacar alguns de seus principais integrantes nesse período de mais de meio século.

Registro da dissertação de mestrado de Marco Antonio Franzmann Schuster – “Página 10” e PT: Jornalismo e Política na Sociedade da Comunicação – indica que, em agosto de 1952, Spectator assinava “Contas Gotas”, no Diário de Notícias. O espaço tinha 4,5 cm de largura por 15 cm de altura num jornal *standard*. Eram três textos curtos, separados por três pontos. Não havia análise, nem opinião. Sobreviveu pouco tempo

“Contas Gotas” logo foi substituída por outra coluna, chamada “Raio-X”, assinada pelo jornalista Wilson Müller. Maior que a antecessora (tinha 1,5 cm de largura por 15 cm de altura), com o mesmo estilo: tópicos curtos, informativos, não analíticos, sem títulos, intercalados apenas por sinais gráficos como letras (xxx) ou traços verticais, as letras variavam entre normal, negrito, e itálico. A coluna durou até 1971.

Em 1958, o jornalista Jaime Keunecke – conhecido como JK – iniciou sua coluna “Ponto Morto”, dedicada exclusivamente à política. Jaime Keunecke ainda atua no jornalismo local como comentarista da TV Pampa, nos programas Câmera Pampa e Clóvis Duarte. Com 51 anos de carreira, JK é o colunista político mais antigo em atividade no Rio Grande do Sul, comparecendo sempre às sessões da Assembleia Legislativa, às reuniões das comissões do Legislativo e às coletivas no Palácio Piratini em busca de informações sobre o mundo político.

O estudo de Marco Schuster registra que, em menos de 10 anos, todos os jornais de Porto Alegre tinham pelo menos um colunista político. Em 17 de maio 1962, o jornalista Adil Borges Fortes da Silva iniciou, sob o pseudônimo de Hilário Honório, no jornal Folha da Tarde, a publicação de uma coluna com informações sobre política chamada “Folha em Tópicos”. A coluna durou 22 anos e sempre teve um posicionamento favorável ao governo militar.

Em 1966, no jornal Zero Hora, apareceram as colunas de Carlos Coelho e JK, ambas de textos curtos, e a de Carlos Fehlberg, que tentou fazer um colunismo político semelhante ao praticado no centro do país, o de texto longo e analítico. Mais adiante, J. C. Terlera, tornou-se colunista político do jornal.

Quando o jornal Correio do Povo, após breve interrupção, voltou a circular, em 31 de junho de 1986, apresentava duas colunas políticas na página 2: “Coluna do Castello” – reprodução da coluna que Carlos Castello Branco distribuía para diversos jornais do país, e “Panorama Geral”, um espaço sem assinatura, com pequenas notas sobre política gaúcha.

Já nos domingos, José Barrionuevo ocupava o espaço da “Coluna do Castello”, no mesmo estilo, abordando um único tema. No dia 7 de abril, Barrionuevo passou a assinar o espaço “Panorama Geral”, mantendo as informações por tópicos. A partir de 26 de maio de 1987, essa coluna mudou de nome, passou a chamar-se “José Barrionuevo”, ocupando o rodapé da página 2.

Em 1979, Ana Amélia Lemos, enquanto chefiava a sucursal de Brasília da RBS, passou a ter uma coluna intitulada “ZH Brasília”, com a assinatura Ana Amélia

Lemos e equipe. Era uma coluna mais informativa que analítica; em tópicos, cobria as atividades da bancada federal gaúcha no Congresso Nacional. Depois de interrupção por um mês, a coluna voltou a circular em 23 de janeiro de 1993, com o nome de “Ana Amélia Lemos”, como é feita até hoje, mantendo-se com o mesmo estilo de cobertura e conteúdo.

Em 1998, Rosane de Oliveira, então editora de política de Zero Hora, passou a ter um lugar no colunismo. O material não tinha página fixa para publicação, e seu espaço era variável, ocupando em média o equivalente a 15 cm x 18 cm. Com a saída do jornalista José Barrionuevo, Rosane de Oliveira passou a ser titular da coluna política “Página 10”.

No jornal Correio do Povo, o jornalista Armando Burd manteve a coluna “Panorama Político” de janeiro de 1993 a janeiro de 2008. Atualmente, o espaço é ocupado pela jornalista Taline Oppitz, titular da coluna que leva seu nome. Burd segue fazendo comentários políticos na rádio Band AM, de Porto Alegre, onde também apresenta um programa jornalístico de segunda a sexta-feira.

5 AGENDA-SETTING

A escolha da *agenda-setting* (agendamento, em português) para compor este estudo reside em sua importância, em sua relação com a comunicação política e em sua base teórica, que discute o papel da mídia como elemento fundamental na decisão dos temas que serão tratados e debatidos pelo público.

A hipótese do agendamento tem sua origem nos estudos de McCombs e Shaw. Neste capítulo veremos também conceitos de Nelson Traquina, Antonio Hohlfeldt e Mauro Wolff relativos ao assunto e ao objeto de pesquisa desta dissertação.

Para Shaw (1979, p.96), a hipótese de *agenda-setting* considera que – em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação – o público reconhece ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência a incluir ou excluir de seus conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas

Shaw (1979, p. 96/101) observa que o pressuposto fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*. Mais adiante, Shaw (1981, p. 211) registra que a hipótese do *agenda-setting* desenvolve-se a partir de um interesse geral pelo modo como as pessoas organizam e estruturam a realidade circundante.

A metáfora da *agenda-setting* é uma macrodescrição desse processo (...). Essa metáfora paira sobre certos pressupostos e interrogações específicas acerca do tipo de estratégia que os sujeitos utilizam ao estruturarem seu próprio mundo. Por exemplo, a típica avaliação da agenda dos *mass media* – que articula os temas segundo a frequência com que são mencionados – baseia-se no pressuposto de que

a frequência com que um tema ou um assunto aparece é uma indicação importante utilizada pelos destinatários para avaliar a sua importância.

Assim, McCombs e Shaw (1977:15) escrevem:

A arte da política numa democracia é, num grau considerável, a arte de determinar que dimensões das questões são de importância maior para o público ou podem tornar-se salientes de forma a conseguir o apoio público”.

A análise do conceito de agendamento poderá contribuir para melhor compreensão do tema da comunicação política e, assim, este trabalho poderá contribuir para o debate sobre um assunto bem problemático em qualquer democracia recém-nascida. Observa-se que o fato de muita pesquisa relacionada com este conceito sobre a influência midiática no contexto das campanhas eleitorais explica a sua particular pertinência para a comunicação política.

O espanhol José Luiz Dader cita em seu texto “La canalización o fijación de la ‘agenda’ por los medios”, que a influência canalizadora tem maiores probabilidades com pessoas interessadas no processo eleitoral, mas que não estão seguras da direção do seu voto (associando este fator a um baixo nível de discussão interpessoal e ao isolamento de outras fontes de informação).

Já o pesquisador português Nelson Traquina (2005) observa que, no contexto da comunicação política, o conceito de agendamento considera que o papel da mídia torna-se importante na decisão do voto devido à crescente importância das questões (os assuntos que são discutidos) nas campanhas políticas em detrimento da identificação partidária.

O agendamento, entretanto, tem uma discussão preliminar que precisa ser esclarecida. Antonio Hohlfeldt (2005) afirma que se trata de uma hipótese e não de uma teoria. Tal conclusão prende-se ao fato de que uma teoria é um paradigma fechado, um modo acabado e, neste sentido, infenso a complementações ou conjugações, pela qual se traduz uma determinada realidade segundo certo modelo. Uma hipótese, ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado, adverso ao conceito de erro, característico de uma teoria. Ele acrescenta que uma hipótese é

sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente não der certo naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica.

Mauro Wolf observa que a hipótese do agendamento é mais um núcleo de temas e conhecimentos parciais – suscetível de ser, posteriormente, organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos da realidade exercidos pelos *mass media* – do que um modelo definido e estável.

Wolf observa que a hipótese realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos *mass media*, e as experiências em “primeira mão”, pessoal e diretamente vividas pelos indivíduos.

Com a evolução das pesquisas sobre o agendamento, ficou constatado que alguns pressupostos são básicos para que se comprove sua efetividade. Antonio Hohlfeldt (2005) cita as principais:

- o fluxo contínuo da informação;
- os meios de comunicação, por consequência, influenciam o receptor não a curto prazo, como boa parte das antigas teorias pressupunham, mas sim a médio e longo prazos;
- os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a determinado tema, como desejava a teoria hipodérmica, são capazes de, a médio e longo prazos, influenciar sobre o que pensar e falar, o que motiva o batismo dessa hipótese de trabalho.

No caso de uma campanha eleitoral, McCombs, define duas fases temporalmente distintas: no seu primeiro período – o papel desempenhado pela imprensa, ao contrário do da televisão, é importante; à medida que o dia das eleições se aproxima, os papéis invertem-se, e a televisão parece adquirir maior peso no reforço dos temas dominantes.

Quanto ao aspecto político do agendamento, verificou-se que o político é extremamente sensível a tal processo, com a mídia alcançando uma importância muito grande na constituição das relações políticas. O estudo de McCombs e Shaw, por exemplo, evidenciou que os eleitores aumentavam a busca de informações à medida que a campanha eleitoral desenvolvia-se e aproximava-se a data da eleição.

De acordo com Hohlfeldt, esse fato pode ser confirmado com absoluta facilidade, acompanhando, por exemplo, no Brasil, a audiência dos chamados programas obrigatórios das campanhas eleitorais; essa procura por informações contribui eficientemente para a definição do eleitor em relação aos temas que o levam a decidir-se pelo candidato a quem confiará seu voto e, conseqüentemente, influencia o próprio resultado eleitoral.

Antônio Hohlfeldt diz que fluência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, à saliência que ele reconhece sua necessidade de orientação ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver.

Existem conceitos básicos em torno da hipótese da *Agenda-Setting*. Antonio Hohlfeldt cita-os:

- Acumulação – capacidade que a mídia tem de dar relevância a um determinado tema, destacando-o do imenso conjunto de acontecimentos diários que serão transformados posteriormente em notícia e, por consequência, em informação;
- Consonância – apesar de suas diferenças e especificidades, os meios de comunicação possuem traços em comum e semelhanças na maneira pela qual atuam na transformação do relato de um acontecimento que se torna notícia. Assim, alguns princípios gerais podem ser aplicados, independentemente de suas idiosincrasias;

- Onipresença – um acontecimento que, transformado em notícia, ultrapassa os espaços tradicionalmente a ele determinados torna-se onipresente. Por exemplo, quando a página policial acaba por se ocupar de um assunto desportivo (o recente episódio envolvendo a corrupção de juízes por dirigentes de futebol);
- Relevância – ela é avaliada pela consonância do tema nos diferentes meios de comunicação, ou seja, se um determinado acontecimento acaba sendo noticiado por todas as diferentes mídias, independentemente do enfoque que lhe venha a ser dado, ele possui evidente relevância;
- *Frame* Temporal – quadro de informações que se forma ao longo de um determinado período de tempo da pesquisa e que nos permite a interpretação contextualizada do acontecimento; ele cobre todo o período de levantamento de dados das duas ou mais agendas (a agenda da mídia e a agenda dos receptores, por exemplo);
- *Time* – é o intervalo decorrente entre o período de levantamento da agenda da mídia e a agenda do receptor, isto é, como se pressupõe a existência de um efeito de influência da mídia sobre o receptor, ela não se dá mágica e imediatamente, mas necessita de certo tempo para se efetivar e ser constatável. A este intervalo de tempo denomina-se *time*.
- Centralidade – capacidade que as mídias têm de apresentar determinado assunto como algo importante, dando-lhe não apenas relevância quanto à hierarquia e significado. Há muitos assuntos que são noticiados constantemente, mas que não são conscientizados como centrais (isto é, decisivos) para a nossa vida, enquanto que outros assim se tornam. Por exemplo, a questão do Plano Real e a queda da inflação como um elemento alternativo de redistribuição de riqueza.

- Tematização – é o procedimento implicitamente ligado à centralidade, na medida em que se trata da capacidade de dar o destaque necessário (sua formulação, a maneira pela qual o assunto é exposto), de modo a chamar a atenção. Um dos desdobramentos da tematização é a chamada suíte de uma matéria, ou seja, os múltiplos desdobramentos que a informação vai recebendo, de maneira a manter presa a atenção do receptor naquele assunto;
- Saliência – valorização individual dada pela receptora a determinado assunto noticiado, que se traduz pela percepção que ele venha a emprestar à opinião pública;
- Focalização – maneira pela qual a mídia aborda um determinado assunto, apoiando-o, contextualizando-o, assumindo determinada linguagem, tomando cuidados especiais para a sua editoração, inclusive mediante a utilização de chamadas especiais, chapéus, logotípias etc.

Todas essas informações sobre o agendamento revelam a importância dessa hipótese na prática do jornalismo diário nos mais diferentes meios de comunicação social, bem como ajudam a definir os temas que passam a ser debatidos pela opinião pública. O agendamento estabelece prioridades de debates na cobertura política. Através de estratégias competentes assuntos passam a ter mais relevância do que outros temas.

Na comunicação política, o agendamento torna-se relevante devido à grande importância dos assuntos que são discutidos pelos candidatos e eleitores, passando por cima da identificação partidária dos cidadãos. Deve-se ressaltar, como registra Mauro Wolf, o agendamento, que em consequência da ação dos jornais, da televisão e das outras mídias, o público reconhece ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos.

No próximo capítulo, o estudo apresentará a metodologia escolhida para aplicar seu teste prático. A definição recaiu sobre a Hermenêutica de Profundidade (HP), de John B. Thompson.

6 METODOLOGIA, O CAMINHO DA BUSCA DO CONHECIMENTO

A metodologia escolhida para melhor compreender o objeto de estudo desta pesquisa foi a hermenêutica de profundidade (HP). A HP elaborada por John B. Thompson – professor e pesquisador de Cambridge, na Inglaterra – permite que se tente responder as indagações pela possibilidade de compreensão do objeto de estudo em toda sua complexidade, passando pela sua localização no espaço social, pela análise do fato em si, bem como pelo processo de conclusão, chamado de interpretação/re-interpretação, que graças à hermenêutica se torna mais fácil de ser achado.

A definição da hermenêutica de profundidade será ampla, passando pela origem da expressão, seu estudo no tempo e chegando até suas fases propriamente ditas. Nesse estudo, estarão presentes definições de diversos pesquisadores, entre os quais Martino, Russ, Demo, Heideger e Ricoeur, além de Thompson.

Formas simbólicas (FS) são construções significativas que exigem uma interpretação, "são ações, falas, textos que, por serem construções significativas, podem ser compreendidos". Thompson (1995, p.357) assim define formas simbólicas, indicando que falas, textos, imagens são construções simbólicas carregadas de significados a serem compreendidos.

Interpretar e re-interpretar formas simbólicas é um papel da hermenêutica de profundidade (HP). A hermenêutica de profundidade possibilita mostrar como

"diferentes enfoques da análise da cultura, ideologia e comunicação de massa podem ser inter-relacionados de maneira sistemática, combinados dentro de um movimento de pensamento coerente, que iluminará diferentes aspectos desses fenômenos multifacetados" (THOMPSON, 1995, p.356).

A hermenêutica surgiu dos debates literários da Grécia Clássica e sofreu muitas transformações desde que apareceu, há dois milênios. Thompson destaca os trabalhos dos filósofos hermeneutas dos séculos 19 e 20, especialmente Dilthey, Heidegger, Gadamer e Paul Ricoeur.

Esses pesquisadores lembram, em primeiro lugar, que o estudo das formas simbólicas são, fundamentalmente, um problema de compreensão e interpretação, pois são "ações, falas, textos que, por serem construções significativas, podem ser compreendidos" (p.357).

O termo hermenêutica vem de Hermes, deus grego do comércio e da eloquência, e protetor dos viajantes, por sua qualidade de corredor incansável e rápido. Segundo Martino (2001), os gregos reuniam em Hermes os atributos da comunicação – poder de falar, convencer e persuadir – e os do comércio, pois para negociar é preciso saber encontrar, abordar e persuadir. Era considerado, ainda, o deus mensageiro, devido a sua capacidade de interpretar e transmitir os desígnios dos outros deuses. Por causa disso, recebeu a alcunha de *Hermeneus* (intérprete), de onde veio, então, o termo hermenêutica.

Mas para Russ (1991) a palavra hermenêutica é oriunda do grego *hermeneutike* e significa a arte de interpretar. Para a pesquisadora, a hermenêutica é vista como uma teoria ou filosofia da interpretação – capaz de tornar compreensível o objeto de estudo, mais do que sua simples aparência ou superficialidade.

A palavra grega *hermeios* remete-nos ao deus Hermes, que, de acordo com a mitologia grega, foi o descobridor da linguagem e da escrita, segundo Russ (1991). Assim, Hermes era tido como aquele que descobriu o objeto utilizado pela compreensão humana para alcançar o significado das coisas e para transmiti-lo às outras pessoas.

Russ (1991) esclarece que a hermenêutica, baseada nas suas influências, vindas de Hermes, visa revelar, descobrir, perceber o significado mais profundo daquilo que esta realidade manifesta.

A autora ressalta que desde a Teoria da Exegese Bíblica de Danhamer (1964), a hermenêutica passou por vários momentos: a Hermenêutica Romântica, de Schleirmacher; a Hermenêutica Histórica, de Dilthey; a Ontologia Hermenêutica, de Heidegger; a Teoria Hermenêutica, de Betti; a Hermenêutica Filosófica, de Gadamer;

a Hermenêutica Crítica, de Apel e Habermas; e a Hermenêutica Fenomenológica, de Paul Ricouer.

Por outro lado, para Demo (1922, p. 247), a hermenêutica possui tradição e serve, principalmente, para interpretar não apenas textos, mas a comunicação humana, ressaltando que o estudo hermenêutico tem como finalidade “não somente o que diz, mas igualmente o que não se diz”. O autor acrescenta que (1992, p.249) este é o papel da hermenêutica: “compreender formas e conteúdos da comunicação humana, em toda a sua complexidade e simplicidade”.

Demo (1992, p.249) registra que a hermenêutica se atribui a missão essencial de compreender sentidos, ou seja, o conteúdo típico humano que se imprime a qualquer contexto histórico, no qual não existem apenas fatos, dados os acontecimentos externos, mas também significação, sentido, valores. Para o homem, uma árvore morta não é apenas a constatação externa de um vegetal que deixou de viver e se encontra em estado de decomposição orgânica. Pode ser o símbolo de um modo de vida, ou a indicação da agressividade contra a natureza, ou o marco de uma identidade cultural.

A hermenêutica tem passado por transformações após anos e anos de debates acadêmicos sobre sua função e aplicação. Os estudos dos filósofos hermeneutas dos séculos 19 e 20, como Dilthey, Heidegger, Gadamer e Ricouer, foram de grande importância para o tema. Conforme Thompson (1999, p.357), a contribuição central destes pensadores está no fato de que as formas simbólicas são fundamentalmente um problema de compreensão e interpretação.

De acordo com Thompson (1999), foi, sobretudo, o trabalho de Heidegger que modificou a forma de enxergar o processo de compreensão. Ao invés de considerá-lo como um procedimento especializado, Heidegger (2000) afirma que tal processo é uma característica fundamental dos seres humanos. Compreender é algo que os indivíduos fazem a toda hora. E a forma de fazer isso é através de bases pré-estabelecidas na compreensão cotidiana.

Neste sentido, Ricouer (1978, p.8) destaca que a hermenêutica “coloca em jogo o problema da compreensão”. Assim, o termo hermenêutica, em seu sentido tradicional, vincula interpretação, no sentido preciso da exegese textual, com compreensão, no sentido amplo da inteligência dos signos.

Conforme o autor (1978, p.15) o campo da hermenêutica é constituído pela circunscrição das expressões de sentido duplo, sendo a interpretação “o trabalho de pensamento que consiste em decifrar o sentido oculto no sentido aparente, em desdobrar os níveis de significação, implicados na significação literal”.

Thompson (1999), por outro lado, considera, com ênfase, a relevância das condições sócio-históricas em que o texto é construído, transmitido e recebido, ao contrário de Ricouer, para quem o mais importante é a autonomia semântica do texto.

Para Thompson não se deve negligenciar estes contextos da vida cotidiana, e as maneiras como as pessoas situadas dentro delas interpretam e compreendem as formas simbólicas que eles produzem e recebem, é desprezar uma condição hermenêutica fundamental da pesquisa sócio-histórica (THOMPSON, 1999, p.364).

Os processos de compreensão e interpretação devem ser vistos não na dimensão metodológica de exclusão da análise formal ou objetiva, mas na dimensão que é ao mesmo tempo complementar e indispensável a eles. Thompson assinala que a tradição hermenêutica lembra que, nos casos de investigação social, a gama de problemas é bastante diferente da constelação existente nas ciências naturais, pois na pesquisa social o objeto da investigação é, ele mesmo, um território pré-interpretado.

O mundo sócio-histórico não é apenas um campo-objeto que está ali para ser observado; ele é também um campo-sujeito que é construído, em parte, por sujeitos que, no curso rotineiro de suas vidas, estão constantemente preocupados em compreender a si mesmos e aos outros, e em interpretar as ações, falas e acontecimentos que se dão ao seu redor (1995, p. 358).

Quando os analistas sociais procuram interpretar uma forma simbólica, estão oferecendo uma interpretação de uma interpretação, portanto fazem a re-interpretação de um campo pré-interpretado. Se a hermenêutica mostra que o campo-objeto da investigação social é também um campo-sujeito, está afirmando que os sujeitos que constituem o campo-sujeito-objeto são como os analistas sociais, sujeitos capazes de compreender, refletir e agir conforme essa compreensão e reflexão.

A hermenêutica também assinala que os sujeitos integrantes do mundo social estão sempre inseridos em tradições históricas. Os seres humanos são sempre parte de contextos sócio-históricos mais amplos e que o processo de compreensão é sempre mais que um encontro isolado entre mentes.

A experiência humana é sempre histórica, frisa Thompson. Uma nova experiência é sempre acrescida ao que passou, e ao se procurar compreender o sentido do novo, isso necessariamente é feito sobre o presente. Enquanto a hermenêutica enfatiza o fato de que os seres humanos estão sempre inseridos nas tradições históricas, é também importante reconhecer que os resíduos simbólicos que incluem as tradições, podem ter características e usos específicos que mereçam análise posterior.

Thompson diz que Ricoeur procurou mostrar que a hermenêutica pode oferecer tanto a reflexão metodológica sobre a natureza e tarefas da interpretação na pesquisa social. O caminho para essa reflexão se chama Hermenêutica de Profundidade (HP).

Na HP, na pesquisa social, como em outros campos, o processo de interpretação pode ser mediado por métodos explanatórios ou objetivantes.

Por isso, "explanação" e "interpretação" não devem ser vistas, como o são muitas vezes, como termos mutuamente exclusivos ou radicalmente antiéticos: antes, podem ser tratados como momentos complementares dentro de uma teoria compreensiva interpretativa, como passos que se apóiam mutuamente ao longo de um "único arco hermenêutico" (1995, p.362).

Interpretar a vida quotidiana é um ponto de partida primordial e inevitável da hermenêutica de profundidade (HP). O enfoque está na elucidação das maneiras como as formas simbólicas são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e as recebem nas suas vidas. Através de entrevistas, observação participante e outros tipos de pesquisa etnográfica, Thompson vê a possibilidade de reconstituir as forças simbólicas como são interpretadas e compreendidas nos vários contextos da vida social.

Ele ressalta que essa reconstrução é, ela própria, um processo interpretativo, é uma interpretação do entendimento quotidiano, uma interpretação da doxa. Uma interpretação das opiniões, crenças e compreensões sustentadas e partilhadas pelas pessoas que constituem o mundo social (p.363).

Negligenciar os contextos da vida quotidiana e as maneiras como as pessoas situadas dentro delas interpretam e compreendem as formas simbólicas que eles produzem e recebem é desprezar uma condição hermenêutica fundamental da pesquisa sócio-histórica. Thompson considera que o "campo-objeto de investigação" é também "campo-sujeito", em que as formas simbólicas são pré-interpretadas pelos sujeitos que constituem esse campo.

A interpretação da doxa é um ponto de partida indispensável da análise, mas não é o fim da história. "(...) A preocupação exclusiva com a interpretação da doxa é tão enganadora como o erro de não se tomar em conta essa dimensão" (p. 364). É preciso ir além dessa análise, levar em conta outros aspectos das formas simbólicas, aspectos que brotam da constituição do campo-objeto.

Para Thompson (1995, p. 364)

"As formas simbólicas são construções significativas que são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e recebem, mas são também construções estruturadas de maneiras definidas e que estão inseridas em condições sociais e históricas específicas".

Para se levar em consideração as maneiras como as formas simbólicas estão estruturadas, e as condições sócio-históricas em que estão inseridas, é necessário ir

além da interpretação da doxa e engajar-se na análise que se enquadra dentro do referencial metodológico amplo, que compreende três fases ou procedimentos principais que devem ser vistos como dimensões analiticamente distintas de um processo interpretativo complexo.

A hermenêutica de profundidade (HP) divide-se em três fases: análise sócio-histórica (ASH); análise forma ou discursiva (AD); e interpretação/re-interpretação. Na seqüência, as três fases serão explicadas individualmente.

Essa abordagem servirá para que se possa ter um quadro completo – com diversas variáveis – e uma melhor interpretação das dez colunas publicadas no jornal Zero Hora, sobre o projeto de aumento do ICMS, bem como fazer sua relação com as categorias objeto de estudo dessa pesquisa, a comunicação política, o agendamento, o colonismo político, a ciência política e o poder.

6.1 ANÁLISE SÓCIO-HISTÓRICA

A primeira fase do enfoque da HP é denominada Análise Sócio-histórica (ASH).

Formas simbólicas não subsistem no vácuo, elas são produzidas, transmitidas e recebidas em condições sociais e históricas específicas. Mesmo obras de arte que parecem atemporais e universais são caracterizadas por condições de produção, circulação e recepção definidas. (...) O objetivo da análise sócio-histórica é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas (THOMPSON, 1995, p.336).

É a fase em que se pode identificar e descrever as situações espaço-temporais específicas em que as formas simbólicas são produzidas e recebidas. As formas simbólicas são produzidas (faladas, narradas, inscritas) e recebidas (vistas, ouvidas e lidas) por pessoas situadas em locais específicos, agindo e reagindo a tempos particulares e a locais especiais, e a reconstrução desses ambientes é uma

parte importante da análise sócio-histórica. As formas simbólicas estão também especificadamente situadas dentro de certos campos de interação.

A análise sócio-histórica se refere, por exemplo, às instituições sociais, vistas como conjuntos estáveis de regras, de recursos e de relações sociais estabelecidas. As instituições sociais dão uma forma particular aos campos de interação. Para Thompson, analisar instituições sociais é reconstruir os conjuntos de regras, recursos e relações que as constituem, é traçar seu desenvolvimento através do tempo e examinar as práticas e atitudes das pessoas que agem a seu favor e dentro delas.

A recepção das formas simbólicas é um processo situado dentro de contextos sócio-históricos definidos. A tarefa da primeira fase da HP é reconstruir as condições e contextos sócio-históricos de produção, circulação e recepção das formas simbólicas, examinar as regras e convenções, as relações sociais e instituições, e a distribuição de poder, recursos e oportunidades em virtude das quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados.

Neste estudo serão analisados os contextos sócio-históricos que envolveram a crise das finanças do governo do Estado do Rio Grande do Sul, dando ênfase especial às medidas que os últimos cinco governadores (incluindo a atual) tomaram para enfrentar essas dificuldades e manter os serviços públicos básicos em funcionamento.

Através da análise sócio-histórica (ASH) é possível compreender-se o quadro político que motivou a apresentação do projeto de aumento do ICMS, junto com a tentativa do governo do Estado de enfrentar o déficit de suas contas. A ASH permite à pesquisa mostrar a realidade em que se encontrava o erário público, permitindo ao pesquisador tirar conclusões mais objetivas e consistentes acerca do tema. Essa primeira fase servirá, mais adiante, juntamente com a análise formal ou discursiva, para que se tenha um bom processo de Interpretação/re-interpretação.

6.2 ANÁLISE FORMAL OU DISCURSIVA –

A segunda etapa da hermenêutica de profundidade (HP) é a denominada por John Thompson, como análise formal ou discursiva (AD). Ela surge quando são considerados objetos e expressões que circulam os campos sociais como construções simbólicas complexas que apresentam uma estrutura articulada.

Esta característica exige uma segunda fase de análise, uma fase que pode ser descrita como análise formal ou discursiva (AD). Formas simbólicas são os produtos de ações situadas que estão baseadas em regras, recursos etc., disponíveis ao produtor. Mas elas são também algo mais, pois são construções simbólicas complexas através das quais algo é expresso ou dito.

Formas simbólicas são produtos contextualizados e algo mais, pois elas são produtos que, em virtude de suas características estruturais, têm a capacidade e o objetivo de dizer alguma coisa sobre algo. É esse aspecto adicional e irreduzível das formas simbólicas que exige um tipo diferente de análise, uma maneira diferente de olhar as formas simbólicas. Ele estabelece as bases para um tipo de análise que está interessada primariamente na organização interna das formas simbólicas, com suas características estruturais, seus padrões e relações (1995. p.369).

Para desenvolver a análise discursiva, Thompson sugere que se faça uso de várias formas de análise, iniciando pela conversação, passando pela sintaxe e seguindo as estruturas narrativa e argumentativa.

A análise formal ou discursiva nessa pesquisa servirá para que se tenha uma compreensão melhor das notas e informações publicadas na coluna política “Página 10”, do jornal Zero Hora, sobre o projeto de aumento do ICMS proposto pelo governo do Estado do Rio Grande do Sul. Após a realização da análise formal ou discursiva o pesquisador terá mais facilidade para realizar a última etapa da hermenêutica de profundidade (HP), conhecida por interpretação/re-interpretação, podendo chegar a conclusões mais precisas sobre o caso estudado.

6.3 INTERPRETAÇÃO/RE-INTERPRETAÇÃO –

A terceira e última fase do enfoque da hermenêutica de profundidade é chamada de Interpretação/Re-interpretação. Essa etapa, de acordo com Thompson (1995), é facilitada pelos métodos da análise formal ou discursiva, apesar de ser diferente dela. Os métodos da análise discursiva dividem, desconstróem, procuram conhecer em profundidade os padrões e efeitos que constituem e operam dentro de uma forma simbólica ou discursiva.

A interpretação constrói sobre esta análise, como também sobre os resultados da análise sócio-histórica. Mas a interpretação implica um movimento novo de pensamento, faz a síntese, a construção criativa de possíveis significados.

Por mais rigorosos e sistemáticos que os métodos da análise formal ou discursiva possam ser, eles não podem abolir a necessidade de uma construção criativa do significado, isto é, de uma explicação interpretativa do que está representado ou do que é dito. As formas simbólicas ou discursivas possuem o que descrevi como "aspecto referencial", são construções que tipicamente representam algo, referem-se a algo, dizem alguma coisa sobre algo, e é esse aspecto referencial que procuramos nos processos de interpretação (THOMPSON, 1995, p.375).

Thompson frisa que o processo de interpretação vai além dos métodos da análise sócio-histórica e da análise formal ou discursiva. Ele transcende a contextualização das formas simbólicas tratadas como produtos socialmente situados e o fechamento das formas simbólicas tratadas como construção que apresentam uma estrutura articulada. As formas simbólicas representam algo, elas dizem alguma coisa sobre algo, e é esse caráter transcendente que deve ser compreendido pelo processo de interpretação (1995, p.376).

O processo de interpretação, mediado pelos métodos do enfoque da HP, é simultaneamente um processo de re-interpretação. As formas simbólicas, objeto de interpretação, são parte de um campo objetivo pré-interpretado, esse processo é necessariamente arriscado, cheio de conflito e aberto à discussão, ensina

Thompson, esclarecendo que a possibilidade de um conflito de interpretação é intrínseco ao próprio processo. Essa possibilidade de um conflito de interpretação, "uma divergência entre uma interpretação de superfície e uma de profundidade, entre pré-interpretação e re-interpretação, cria o espaço metodológico para o que eu descreveria como o potencial crítico de interpretação" (1995, p. 376).

Esse referencial metodológico servirá de base teórica para que se possa trabalhar com maior segurança sobre o objeto de estudo dessa pesquisa, contribuindo para que se chegue a uma definição mais clara e objetiva, em torno da comprovação ou não da influência da hipótese do agendamento na elaboração da coluna política "Página 10", do jornal Zero Hora, bem como da influência dos outros conceitos no estudo, como a comunicação política, política, poder e colunismo político.

7 CONTEXTUALIZANDO NOSSO OBJETO

A presente pesquisa que concentra seus objetivos no colunismo político e *agenda-setting* estabeleceu como foco de uma análise a coluna política “Página 10”, publicada pelo jornal Zero Hora. Esse veículo de mídia impressa pertencente ao Grupo RBS é o jornal de maior circulação da Região Sul do Brasil.

Para que se contextualize os elementos estudados apresentamos o Grupo RBS, o jornal Zero Hora, o *site* zerohora.com e a “Página 10”, a coluna escolhida como objeto de análise desta pesquisa.

7.1 RBS

O grupo RBS é uma empresa de comunicação social multimídia que opera no Rio Grande do Sul e Santa Catarina. O conglomerado foi fundado por Maurício Sirotsky Sobrinho, em 31 de agosto de 1957, em Porto Alegre. A RBS foi pioneira no modelo regional de televisão no país e também a mais antiga afiliada da Rede Globo. Com mais de 6 mil funcionários, a RBS possui sucursais multimídia e escritórios comerciais no Paraná, em São Paulo, no Rio de Janeiro, no Distrito Federal, em Minas Gerais e no Mato Grosso do Sul.

No total, a RBS tem 18 emissoras de TV aberta (RBS TV), duas emissoras de TV Comunitária (TVCom), o Canal Rural, 25 emissoras de rádio (Rede Gaúcha SAT, Rede Atlântida, Rede Itapema, CBN 1340, CBN Diário, Farroupilha e Cidade).

Também fazem parte do grupo oito jornais (Zero Hora, Diário Gaúcho, O Pioneiro, Diário Catarinense, Hora de Santa Catarina e A Notícia), dois portais na Internet (ClicRBS e hagah), uma editora (RBS Publicações), uma gravadora (Orbeat Music), uma empresa de logística (Via Log), uma empresa de *marketing* e relacionamento com o público jovem (Kzuka) e uma fundação (Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho).

No dia 16 de outubro de 2008, o Grupo RBS anunciou que foi concretizada a aquisição, por parte da Gávea Investimentos, de uma participação minoritária equivalente a 12,6428% do capital da RBS Comunicações S/A, *holding* que controla os principais negócios do grupo.

Conforme o comunicado da empresa, os recursos captados através desta operação serão destinados à execução da estratégia de crescimento do Grupo RBS, que tem como principais frentes o fortalecimento de suas operações no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, a exploração de oportunidades em Internet e em outras mídias digitais e a ampliação da prestação de serviços a anunciantes por meio de ações de mídia segmentada e na área do entretenimento.

A empresa ressaltou que a entrada do investidor não implicará alterações em sua linha editorial nem em sua diretoria executiva. O Gávea participará da estrutura de governança do Grupo RBS através da indicação de um dos nove membros do Conselho de Administração. No dia 25 de novembro, Luiz Henrique Fraga tomou posse como representante do Fundo Gávea no Conselho de Administração da RBS.

O Fundo Gávea

O Fundo Gávea é um gestor de recursos e DTVM independente, não ligado a qualquer grupo financeiro, sendo estas reguladas, respectivamente, pela CVM e CVM/Banco Central do Brasil.

O Gávea Investimentos é um dos maiores gestores independentes de Recursos do Brasil, com aproximadamente US\$ 7,5 bilhões de ativos sob administração. Foi fundado no segundo trimestre de 2003, por Armínio Fraga Neto, ex-presidente do Banco Central do Brasil (1999-2002) e ex-diretor-gerente dos fundos do megainvestidor George Soros.

O Fundo mantém um grupo dedicado a investimentos em ativos líquidos e Private Equity que administra US\$ 2,7 bilhões em ativos através de três fundos de

longo prazo. O grupo já realizou investimentos em mais de 20 empresas privadas no Brasil desde o início de suas operações.

O Gávea lançou seus dois primeiros produtos em agosto de 2003. Hoje, as atividades estão agrupadas em três áreas de negócios:

- Fundos Hedge
- Gestão de Patrimônio
- Estratégias Líquidas

O Fundo Gávea tem cerca de 110 colaboradores, distribuídos nos escritórios do Rio de Janeiro e de São Paulo. Patrimônio aproximado sob gestão: U\$ 6,4 bilhões em setembro de 2008. Os conceitos básicos que definem o perfil do Gávea Investimentos, tanto como gestor de recursos quanto na condução de nossos negócios são os seguintes:

- Foco no retorno absoluto, buscando oportunidades de investimento em todas as classes de ativos.
- Estratégias de gestão definidas pelos três Comitês de Investimentos, uma para cada área de negócio, todos presididos por Armínio Fraga Neto, gestor-senior (CIO).
- Processo de investimento intensivo em pesquisa, com equipes estruturadas nas áreas de macroeconomia, análise de empresas e estudos quantitativos.
- Administração de risco tem um papel central no processo de investimento.
- Formação de uma sólida cultura corporativa, baseada em princípios éticos.
- Cultura de sociedade. Atração e retenção de profissionais altamente qualificados.

Abaixo a nova composição do Conselho de Administração do Grupo RBS e Diretoria Executiva:

- Nelson Pacheco Sirotsky – Presidente

- Pedro Pullen Parente – Vice-presidente executivo
- Pedro Sirotsky – Conselheiro
- Sérgio Sirotsky – Conselheiro
- Jayme Sirotsky – Conselheiro
- Luis Henrique Fraga – Conselheiro
- Cláudio Thomaz Lobo Sonder – Conselheiro
- Betania Tanure – Conselheira
- Carlos Melzer – Conselheiro
- Gustavo Ioschpe - Conselheiro

A Diretoria Executiva do Grupo RBS é a seguinte:

- Nelson Pacheco Sirotsky - Presidente
- Pedro Pullen Parente – Vice-presidente executivo
- Geraldo Corrêa – Vice-presidente de Produto e Operações
- Eduardo Sirotsky Melzer – Vice-presidente de Mercado e Desenvolvimento de Negócios
- Antonio Tigre – Vice-presidente de Gestão e Finanças
- Afonso Antunes da Motta – Vice-presidente Institucional
- Eduardo Damasceno Ferreira – Diretor-executivo de Finanças
- Eduardo Smith – Diretor-executivo de Desenvolvimento de Negócios
- Marcelo Rech – Diretor-Geral de Produto do Grupo RBS
- Marta Gleich – Diretora de Internet do Grupo RBS
- Carlos Araújo Santos – Diretor-Geral de Mercado RS

Grupo RBS anuncia aquisições de empresas em São Paulo

No dia 26 de novembro de 2008, logo após a conclusão da venda de parte da empresa para o Fundo Gávea, o Grupo RBS adquiriu 90% do capital das empresas Guia da Semana e Oba Oba – portais na Internet que oferecem informações de entretenimento para as maiores cidades brasileiras – e 30% do capital da Pontomobi – agência especializada em *mobile marketing* e interatividade.

Estas operações fazem parte da estratégia de crescimento do Grupo RBS. Conforme explicou o vice-presidente de Mercado e Desenvolvimento de Negócios, Eduardo Sirotsky Melzer, a exploração de oportunidades em Internet e em outras mídias digitais, e a ampliação da prestação de serviços aos públicos usuários da empresa – tanto consumidores, quanto anunciantes, quer seja nas áreas de entretenimento ou na de comunicação – estão entre os caminhos prioritários para a expansão do grupo RBS.

O Guia da Semana (www.guiadasemana.com.br), também adquirido pela RBS, oferece informações sobre cinema, noite e gastronomia, música e artes, passeios, viagens e vídeos, e chega a 20 das maiores cidades brasileiras, entre elas, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador, Curitiba, Florianópolis, Brasília, Recife, Fortaleza, Natal, Maceió, João Pessoa, Campinas e Vitória.

Focado no público jovem, o Oba Oba (www.obaoba.com.br) disponibiliza informações atualizadas sobre festas, *shows*, música, bares, restaurantes e lanchonetes, motéis, cinema e promoções, além da divulgação de fotos do interesse do público e o estímulo às comunidades. Atende Brasília e as principais capitais – São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador, Curitiba, Goiânia, Recife, Florianópolis – e cidades do interior de São Paulo.

Fundada há pouco mais de um ano, a Pontomobi (www.pontomobi.com.br) já é a principal agência de *mobile marketing* do Brasil. Atua alinhada com as agências de publicidade, atendendo clientes de grande porte em todo o país. Entre seus *cases* de sucesso estão campanhas e ações para Fiat, Motorola, Microsoft e Skol.

De acordo com o diretor executivo de Desenvolvimento de Negócios, Eduardo Smith, essas três empresas têm em comum um profundo conhecimento de seus públicos-alvo, agilidade e capacidade de inovação em tudo o que fazem, sendo essas características imprescindíveis para a nova estratégia da RBS.

Smith acrescentou que é um negócio que traz para dentro do grupo experiências e capacitações novas, o que representará ganhos para as empresas, mas principalmente para os clientes e para os usuários dos serviços.

7.2 UM POUCO DA HISTÓRIA DA RBS

A história da RBS iniciou-se em 3 de julho de 1957, quando a mais antiga emissora de Porto Alegre, a Rádio Sociedade Gaúcha, fundada em 1927, muda de donos e passa a ser dirigida por Maurício Sirotsky Sobrinho, juntamente com os seus sócios Arnaldo Ballvé, Frederico Arnaldo Ballvé e Nestor Rizzo.

Conforme Lauro Schirmer (2002) o primeiro grande lance da Rádio Gaúcha sob o comando de Maurício Sirotsky Sobrinho foi a cobertura, no domingo, 15 de julho, da corrida automobilística da Pedra Redonda. Maurício, com Ernani Behs, Cândido Norberto, Guilherme Sibemberg, Antonio Carlos Resende e Gilberto Lehnen, transformou a grande prova automobilística da capital gaúcha num evento sem precedentes.

Mas foi o Programa Maurício Sobrinho que se tornou o grande desbravador do sucesso da nova trajetória da emissora. O êxito do programa, que iniciara na Rádio Farroupilha, repetiu-se de maneira ampliada na Rádio Gaúcha, e não apenas no Cinema Castelo, mas também em outros locais, como o Parque de Exposições do Menino Deus. No programa surgiram talentos locais como Elis Regina, que assinou com Maurício seu primeiro contrato de cantora profissional, além do humorista Carlos Nobre, lançado com sucesso no microfone da emissora.

Mais adiante, em 29 de dezembro de 1962, Maurício inaugurou a TV Gaúcha, no Morro Santa Tereza. Em 1964, devido a dificuldades naturais de quem iniciava em um novo negócio, a emissora foi vendida para o Grupo Simonsen, dono das TVs Excelsior no Rio de Janeiro e São Paulo. Mas em 1968 a TV Gaúcha voltou para o controle dos irmãos Sirotsky e, por conseqüência, da RBS.

Na década de 70, mais precisamente no dia 21 de abril de 1970, a RBS ingressava na mídia impressa ao adquirir o controle total do jornal Zero Hora, com a compra dos 50% de ações pertencentes ao jornalista Ary de Carvalho.

Outra data marcante na história da RBS foi o dia 1º de maio de 1979. Esse dia marcou o ingresso da emissora no mercado catarinense, com a inauguração da TV Catarinense, Canal 12.

Paralelamente, a RBS realizou um processo de interiorização de suas emissoras de televisão, com a instalação de emissoras locais nas principais cidades dos dois estados, passando a atingir 100% da população do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

Em 1980, surgiu a Rádio Atlântida FM, destinada ao público jovem. A emissora logo se transformou em uma rede regional, promovendo também eventos de grande porte com músicos locais, nacionais e internacionais, como o Planeta Atlântida, que ocorre no verão nas praias de Atlântida, no Rio Grande do Sul, e Jurerê, em Santa Catarina.

Em 1982, Maurício Sirotsky Sobrinho, criou a Fundação RBS, com o objetivo de torná-la o braço social da RBS. Em 1987 (um ano depois da morte de seu fundador, essa entidade passou a chamar-se Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho. Inicialmente, a organização atendia os meninos jornalheiros de Zero Hora, depois ampliou-se com o Projeto Geração 21, que visava à preparação da criança para se tornar o cidadão do futuro.

Já em 1990, com a lei que criou o Estatuto da Criança e do Adolescente, a fundação se tornou uma das primeiras entidades empresariais do Brasil a trabalhar pela viabilização desse estatuto.

A pesquisa de Lauro Schirmer (2002) aponta que os anos 90 começaram marcados por avanços em quase todas as áreas de atuação da Rede Brasil Sul (RBS), na televisão, no rádio e no jornal. De maneira pioneira foi lançada a primeira emissora comunitária do país, a TVCom de Porto Alegre, que a partir de 1995,

transmitindo em UHF e através de canal de cabo da Net Sul, passou a atingir os telespectadores da Grande Porto Alegre.

Em 1996, também via cabo e chegando a todo o país, era inaugurado o Canal Rural. Dentro do Projeto Rural da RBS, em 1999, começou a operar em Porto Alegre a Rádio Rural. A Rádio Farroupilha continua como líder absoluta de audiência no segmento popular, enquanto a Rádio Gaúcha lidera no segmento de radiojornalismo, tendo esse conjunto se transformado na maior rede de rádio do país, a Rede Gaúcha Sat.

No campo da informática, em 1996, a RBS comprou a Nutecnet para transformá-la no Zaz, primeiro projeto de uma empresa brasileira de mídia na Internet, que logo após foi vendido para o portal Terra. Em 2000, passou a operar o portal da RBS na Internet, o ClicRBS, ligando os veículos da Rede Brasil Sul aos internautas de todo o mundo.

No mesmo ano, a área de mídia impressa da RBS lançou o Diário Gaúcho, um jornal popular que cobre a Região Metropolitana. A publicação, com uma tiragem diária de 130 mil exemplares, chegou ao pico de 200 mil exemplares em dezembro de 2001 e mantém média de 160 mil – mais de 1 milhão de leitores – ocupando, no ranking do Instituto Verificador de Circulação (IVC), a posição de sétimo maior jornal brasileiro.

A importância do Grupo RBS na mídia nacional pode ser comprovada recentemente, com a publicação de uma sondagem do jornal Meio & Mensagem, que coloca o presidente da empresa, Nelson Sirotsky, como um dos principais líderes do mercado brasileiro de comunicação.

Na pesquisa feita com 120 presidentes ou diretores de anunciantes, agências de publicidade, veículos de comunicação social e fornecedores especializados, Sirotsky aparece na 14^a colocação. O levantamento colocou em primeiro lugar o publicitário Nizan Guanaes, sócio do Grupo ABC e presidente da Agência África; seguido por Marcello Serpa, sócio e diretor de criação da AlmapBBDO; e Luiz Lara, sócio-presidente da Lew'Lara\TBWA.

Em nível associativo, o presidente do Grupo RBS, Nelson Sirotsky ocupa atualmente a vice-presidência da Associação Nacional de Jornais (ANJ) gestão 2008/2010, sendo também integrante do Conselho Superior da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (Abert), como representante das emissoras de televisão.

No dia 27 de maio, Nelson Sirotsky, recebeu o Prêmio Personalidade da Comunicação 2009, durante o 12º Congresso Brasileiro de Comunicação Corporativa, realizado no Centro de Convenções Rebouças, em São Paulo. A homenagem ocorreu pela liderança de Sirotsky frente às associações e entidades do setor, como ANJ e ABERT, e pela trajetória do Grupo RBS.

7.3 JORNAL ZERO HORA

O jornal Zero Hora comemorou 45 anos em 4 de maio de 2009, tendo sua edição nº 1 sido publicada em 4 de maio de 1964. No primeiro editorial, afirmava ser “um jornal autenticamente gaúcho, democrático, sem vínculos ou compromissos políticos, com um único objetivo: servir ao povo, defender seus direitos e reivindicações, dentro do respeito às leis”.

A publicação, conforme Lauro Schirmer (2002), foi comprada pelos irmãos Maurício e Jayme Sirotsky no dia 21 de abril de 1970. Eles detinham 50% das ações desde 1967, mas o comando era do jornalista Ary de Carvalho, criador do jornal em 1964, após o fechamento da Última Hora gaúcha, e dono da outra metade. A participação de Maurício e Jayme na gestão do negócio limitava-se à indicação do gerente comercial, Celso Kaufman, até que os problemas financeiros criados pela construção da sede da Avenida Ipiranga e a compra da nova rotativa, em 1969, levaram a empresa à beira da insolvência.

Desta forma, estabeleceu-se um impasse entre os sócios que determinou um acordo para que, no prazo de um mês, um dos lados assumisse o controle. Ary de Carvalho ficou com a prioridade de encontrar recursos em 30 dias. Não os obtendo,

vendeu sua parte, numa transação finalizada no feriado de 21 de abril, depois de muitas horas de discussão, com o contrato sendo redigido por Fernando Ernesto Corrêa.

A mudança de contrato, acrescenta Lauro Schirmer (2002), deveria ocorrer até 30 de abril, com Zero Hora passando a integrar-se à RBS no dia 1º de maio. Entretanto, dificuldades financeiras e operacionais levaram a que o processo tivesse início antes, no dia 22 de abril.

Não foi uma crise passageira, passível de ser contornada com cortes iniciais, como aconteceu com a supressão de uma custosa edição dominical, e outras medidas de contenção. Diante de enormes débitos e com o jornal operando no vermelho, em meados de 1971 os irmãos Sirotsky encontravam-se numa terrível encruzilhada, diante da ameaça de comprometimento da TV Gaúcha (readquirida em 1967) na *débâcle* de Zero Hora.

Como solução para a crise financeira do jornal, Maurício Sirotsky e o seu amigo Antônio Mafuz, da MPM Propaganda (na época uma das principais agências de publicidade do Estado), cogitaram a hipótese da venda da publicação para o proprietário do Correio do Povo, Breno Caldas, que tinha laços de amizade com Mafuz. O publicitário levou a proposta para Caldas, que pediu alguns dias para pensar.

Dias depois, Breno Caldas disse a Antônio Mafuz: “Em verdade, não compro jornais. O Correio já se acostumou a ver desaparecer os jornais que tentam lhe fazer concorrência. Vou esperar para assistir ao fim de mais este”. Com a recusa de Breno Caldas e fracassando por outro lado uma tentativa de atrair o Grupo Abril, de São Paulo, restou aos novos proprietários de Zero Hora a alternativa de manterem-se no negócio e buscarem, com o apoio da Rádio e da TV Gaúcha, recuperar Zero Hora, tornando-a um jornal respeitável e rentável.

Uma das idéias iniciais quando da integração de Zero Hora à RBS foi a mudança de nome. Maurício Sirotsky havia adquirido os direitos da marca O Estado do Rio Grande, antiga propriedade do extinto Partido Libertador (PL). Porém, o

nome Zero Hora acabou sendo mantido. Houve apenas uma pequena alteração no logotipo, que de azul passou a ser impresso em preto. Também foi tirado o sangue das manchetes da capa, rompendo os vínculos com as heranças sensacionalistas do passado.

As alterações começaram sem pressa naqueles últimos dias de abril de 1970. Só na edição de 19 de maio é que apareceu no jornal o expediente da nova direção, encimando o editorial “Reafirmação”, no qual se declarava que Zero Hora estava ingressando em seu sétimo ano de existência, com alterações nos quadros dirigentes, mas reafirmando os propósitos que o nortearam no editorial de sua primeira edição, em 4 de maio de 1964.

Lauro Schirmer (2002) comenta que foram imensos os desafios dos primeiros anos da década de 1970 para os que trabalharam em Zero Hora, diante das dificuldades para enfrentar a concorrência dos jornais da todo-poderosa Companhia Jornalística Caldas Júnior, do Diário de Notícias e do Jornal do Comércio. Todo o contingente da redação não chegava a 100 profissionais, as agências de notícias contratadas eram apenas duas – a Agência Estado e a Agência France Presse (AFP).

As primeiras medidas de contenção determinaram a supressão de uma custosa edição dominical, em formato *standard*, que não conseguira decolar. Também acabou suspenso o Jornal do Sinos, suplemento dirigido à região do Vale do Rio dos Sinos. E a circulação, em média, de segunda-feira a sábado, apenas beirava os 30 mil exemplares diários.

Um dos grandes lances de afirmação dos veículos da RBS naquele período foi o caso da libertação do cônsul brasileiro Aloísio Dias Gomide, sequestrado no Uruguai pelos tupamaros e devolvido à liberdade perto de Montevideu, na noite de domingo do Carnaval de 1971. Graças ao esquema de cobertura montado por Zero Hora, Canal 12 e Rádio Gaúcha, dez minutos depois de Gomide chegar à embaixada brasileira em Montevideu, a Rádio Gaúcha divulgava a notícia para o Brasil.

Enquanto Mendes Ribeiro e o fotógrafo-cinegrafista Telmo Curcio documentavam o encontro do cônsul sequestrado com seus familiares, um táxi-aéreo seguia, às primeiras horas da manhã, de Porto Alegre para o Uruguai a fim de trazer de volta os enviados especiais. E com este material, naquela mesma tarde, circulava uma edição extra de Zero Hora, único jornal no Brasil a contar na segunda-feira de Carnaval, o desfecho do sequestro de Gomide.

Classificados: o novo marco de zero hora

O salto maior na circulação, no faturamento, na independência editorial e na conquista da liderança regional de Zero Hora aconteceu a partir de 1978 com o lançamento dos cadernos de classificados. Uma iniciativa muito bem sucedida que, em curtíssimo prazo, duplicou a tiragem da edição dominical e não só ampliou o faturamento como se refletiu na maior independência do jornal, pois é sabido que, quanto mais classificados em um jornal, menos exposto ele fica às pressões de agências, de grandes anunciantes e de governos.

Bolívar Madruga Duarte, que foi diretor comercial de Zero Hora de 1975 a 1988, relata que “na guerra entre Zero Hora e os jornais da Companhia Jornalística Caldas Júnior, a batalha dos classificados foi das mais decisivas. Ele conta que, em 1978, quando o jornal passou a contar com novas unidades em sua rotativa, recebeu de Maurício e Jayme Sirostsky a incumbência de partir para um novo projeto: a implantação de um caderno de classificados.

Para tanto, Madruga Duarte fez uma imersão de 30 dias no jornal Miami Herald, que havia dominado o mercado da Flórida (EUA) com um projeto do cubano-americano Sam Verdeja. Sam acabou presenteando Madruga com um manual confidencial em inglês/espanhol de toda a operação de classificados do Miami Herald.

O lançamento do primeiro caderno de classificados de Zero Hora ocorreu em março de 1979. Algumas medidas foram fundamentais para o seu sucesso, como o fato de se dar comissão dos anúncios classificados para as agências de publicidade, a implantação de 40 pontos de venda e o emprego de vendedores autônomos de

anúncios, enquanto o Correio do Povo não comissionava as agências e tinha apenas uma loja central para receber anúncios. Para facilitar ainda mais a vida do anunciante, Zero Hora também passou a receber classificados pelo telefone, através do número 139.

Em seu depoimento no livro de Lauro Schirmer, Duarte revelou que Zero Hora começou cobrando um terço do preço do anúncio classificado do Correio do Povo, projetando conquistar 15% do mercado no primeiro ano, 20% no segundo, 25% no terceiro e 40% no quarto. Mas o sucesso foi tão grande que os 15% foram conquistados em três meses, chegando a mais de 50% já no primeiro ano. No segundo ano o concorrente foi alcançado, sendo superado no terceiro ano.

Zero Hora tornou-se o jornal brasileiro de maior resposta em classificados e virou modelo não só para os demais veículos do grupo como para outros jornais, como o Globo, Folha de S. Paulo, A Tarde (de Salvador) e O Estado de Minas Gerais, passando a vender *know-how* também para jornais do Uruguai e da Argentina.

Hoje, o jornal é líder em circulação no Rio Grande do Sul, com média diária de circulação de 183.000 exemplares, com 247 mil aos domingos, de acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC). Nos seus 45 anos de existência, sua tiragem teve um crescimento de 357%. Em 1964, era de 40 mil exemplares, ultrapassando a marca dos 100 mil exemplares nos anos 80 e os mais de 150 mil jornais na década de 90.

A publicação possui 23 cadernos segmentados e cerca de 60 colunistas. Zero Hora ainda produz eventos de arquitetura, tecnologia, culinária, moda e educação.

Ao completar 45 anos, no dia 04 de maio, Jornal Zero Hora completou 45 anos de existência. Nesta data, foi lançado o livro “45 Reportagens que Fizeram História”. A publicação apresenta reportagens que marcaram a trajetória do jornal, mostrando os bastidores da produção e execução das notícias, além da repercussão à época da publicação.

Com 272 páginas, o livro reúne textos de diversos repórteres, como Carlos Wagner, Carlos Alberto Kolecza, Nilson Mariano, Eliane Brum, David Coimbra, Dione Kuhn, Carlos Etchichury, Rodrigo Lopes e Rodrigo Cavalheiro.

No dia 26 de junho de 2009, com a presença do presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, foi inaugurado o Parque Gráfico Jayme Sirotsky, o novo local de impressão dos jornais Zero Hora e Diário Gaúcho. Localizado na zona norte de Porto Alegre, a nova gráfica é o resultado de um investimento de cerca de R\$ 70 milhões, num prédio de mais de 12 mil metros quadrados.

O novo parque industrial contará com duas novas rotativas suíças Wifag OF 370S, capazes de imprimir até 75 mil exemplares por hora, ou 20,8 jornais por segundo. O limite de páginas coloridas por caderno passa de 48 para 64. Ainda fará parte do parque gráfico um sistema de encarte de empresa suíça Ferag. Ele permitirá que os suplementos sejam inseridos automaticamente dentro do jornal, possibilitando desta forma que Zero Hora já saia da gráfica montada.

O Jornal Zero Hora atualmente tem como diretor de operações, Christiano Nygaard; Ricardo Stefanelli, na diretoria de redação e Renato Mesquita, na direção comercial.

7.4 SITE ZEROHORA.COM

No dia 19 de setembro de 2007, às 4h, entrou no ar o *site* www.zerohora.com, com o trabalho de 34 jornalistas e *webdesigners* contratados especialmente para o novo projeto, aliados a um conjunto de mais de 200 repórteres fotográficos, editores e *designers* de mídia impressa.

De acordo com o vice-presidente de Rádio e Jornal do Grupo RBS, Geraldo Corrêa, o *site* de Zero Hora tem como objetivo atualizar as notícias minuto a minuto, com a idéia principal de replicar na Internet a credibilidade, a qualidade e tudo o que a marca Zero Hora representa no Rio Grande do Sul. Corrêa acrescenta que

www.zerohora.com deve ser referência de informação na *web* e em qualquer meio. O novo *site* conta com 30 *blogs* de colunistas e comentaristas, sendo oito *blogs* de política.

Conforme o vice-presidente da RBS, o *site* faz forte aposta em imagens e na publicação permanente de fotos, galerias, vídeos, áudios e infografia animada. Também buscará o aumento da interatividade com os usuários, que podem enviar fotos, áudios, textos, comentários e conferir sua contribuição publicada na Internet.

O *site* tem sido um espaço de crescimento do colunismo eletrônico (*blogs*), pois, praticamente todos os colunistas do jornal dispõem de espaços na nova mídia. Também são criados *blogs* temporais e relativos a eventos que a empresa realiza com forte cobertura, como por exemplo, ZH Moinhos, ZH Zona Sul, Bola Dividida, Central de Meteorologia da RBS, Emprego e Carreira, Noiva.com, Samblog, Meu Filho, Canal dos *Games*, *Blog* da Expointer, *Blog* do Ar Puro, Papo de Moda, Festas do Interior, *Blog* das Religiões, Roda de Chimarrão, Fórmula-1, Mundo Livro, A Hora do Texto, Rumos do Sul, Festival de Cinema de Gramado, Planeta Atlântida, entre tantos outros eventos jornalísticos da área de cobertura dos veículos de mídia da RBS no Rio Grande do Sul.

7.5 NOSSO OBJETO: A “PÁGINA 10”

A “Página 10” de Zero Hora começou a circular no dia 24 de janeiro de 1993. Para isso, foi contratado o jornalista José Barrionuevo. O colunista vinha do jornal Correio do Povo, onde foi titular da coluna com o seu próprio nome no período 1984-1992.

Sua contratação teve destaque, tendo sido noticiada pelo jornal Zero Hora no dia 20 de dezembro de 1992. Barrionuevo transformou-se no principal colunista político da publicação. Para que sua coluna surgisse, desapareceram duas outras colunas do jornal: “Bastidores” e “ZH Brasília”. Começava aí a surgir a principal coluna política do jornalismo impresso gaúcho.

A coluna política “Página 10” passou a ter o tamanho de uma página tablóide. O estilo de textos curtos predominou. Para registrar as notas sem títulos, foi criado um tópico denominado Mirante. O número de tópicos por coluna é variável, indo de 3 a 16. Em algumas oportunidades, há tópicos grandes; em outras, como em dia de eleições, são dois ou três tópicos curtos ilustrados com muitas fotos.

A primeira coluna publicada com o novo nome ocorreu no dia 24 de janeiro de 1993, um domingo. Desde seu início a coluna passou a ser referência no mundo político gaúcho e uma das mais lidas do jornal Zero Hora e da imprensa gaúcha.

A jornalista Rosane de Oliveira começou a escrever a coluna política “Página 10” em 2003, logo após a saída de seu primeiro titular, José Barrionuevo, que atualmente dirige uma consultoria de imagem em Porto Alegre.

A colunista iniciou no jornalismo em 1982, como redatora da Rádio Guaíba. Logo após, foi repórter da Rádio Pampa. De 1986 a 1989, trabalhou na editoria de política do jornal Correio do Povo. Mais adiante, de 1990 a 1992, passou para a editoria de economia do mesmo jornal. Em julho de 1992, transferiu-se para o jornal Zero Hora. No final de 2003, assumiu como titular da “Página 10”, prosseguindo até hoje.

A jornalista também faz comentários de política na TVCom de Porto Alegre, sendo também apresentadora do programa “Gaúcha Atualidade”, de segunda a sexta-feira, das 8h10min às 9h30min, na Rádio Gaúcha, juntamente, com o jornalista André Machado e a chefe da Sucursal da RBS em Brasília, jornalista Ana Amélia Lemos.

Rosane de Oliveira revelou que as principais fontes da sua coluna são os deputados estaduais e federais, senadores, vereadores, prefeitos, secretários de Estado e pessoas que gravitam em torno do mundo da política, que segundo ela “são as que passam as melhores informações”.

Quanto ao papel do colunismo na mídia impressa, Rosane acredita que o gênero é definitivo, pois a saída para o jornal é ser mais interpretativo e opinativo,

devido à velocidade dos outros meios de comunicação social, principalmente, o rádio, a televisão e a Internet, que levam mais rapidamente a informação ao grande público, enquanto o jornal publica a notícia no dia seguinte.

Questionada sobre o papel do agendamento na “Página 10”, Rosane de Oliveira revelou que a coluna procura ter sua própria agenda, que são os fatos do cotidiano político e as informações que interessam ao leitor, sempre com o objetivo principal de buscar a informação exclusiva.

Embora afirme não ter a pretensão de agendar a vida política, Rosane de Oliveira reconhece que isso acaba acontecendo em parte, porque muitos políticos tentam pegar carona no que é publicado no jornal para ter mais espaço na mídia, fazendo uma verdadeira suíte das notas publicadas.

A jornalista atribui o crescimento do colunismo no jornal ao fato de esse texto ser mais trabalhado, combinado com o desejo do público que gosta de ler as opiniões dos profissionais de imprensa e observar as conexões com os demais informações, além da interpretação do colunista.

Rosane de Oliveira diz que todos os políticos, sem exceção, têm o mesmo comportamento em relação ao poder: quando estão no governo, querem que sejam publicadas só as notícias favoráveis a eles e a sua gestão, mas quando estão na oposição, pelo contrário, querem que só sejam noticiados os erros do governo, criticando qualquer elogio que é feito a uma medida positiva da administração.

A jornalista observa que os “furos” (notícias exclusivas e de grande repercussão) que os colunistas produzem na coluna saem pouco nas manchetes dos jornais, porque o colunista “não pode ser dono da informação”, ressaltando que, no caso do jornal Zero Hora, se for um fato relevante a notícia deve ser publicada nas páginas 4 e 5.

Segundo Rosane, no jornal em que trabalha já houve casos de notas publicadas nas colunas terem destaque na capa, citando como exemplo recente a

possibilidade de demissão da secretária estadual de educação do Rio Grande do Sul, Marisa Abreu.

Sobre o colunismo eletrônico, Rosane acredita que é mais uma atribuição do colunista de jornal, uma atividade extra, pois seu trabalho principal é a elaboração da coluna diária do veículo impresso.

Rosane critica os *blogs* engajados na luta política, pois não apuram as notícias, têm falta de credibilidade e, conseqüentemente, são pouco confiáveis, além de acirrarem a disputa política pela possibilidade de fácil interação oferecida pela Internet. A colunista revela que existem leitores que tão logo é colocada uma notícia no *blog* reagem imediatamente, enviando uma mensagem.

Ela lamenta o excesso de palavrões, calúnias e preconceitos emitidos por internautas que enviam mensagens para o seu *e-mail*. Rosane de Oliveira revelou que gostaria de poder atualizar com maior frequência o seu *blog* no *site* www.zerohora.com, como forma de atender a demanda dos seus leitores e usuários do portal.

8 ICMS – O PRINCIPAL TRIBUTO DO ESTADO

Para que se focalize o objeto de estudo desta pesquisa, é necessário definir o que é o ICMS, já que o aumento das alíquotas desse tributo vem sendo um objetivo constante das últimas administrações estaduais no Rio Grande do Sul. A elevação da arrecadação estadual sempre foi buscada basicamente através desta fórmula.

O ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – é a denominação, a partir da Constituição de 1988, do antigo ICM – Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias – em vista da incorporação de serviços antes tributados pela União.

Trata-se do principal tributo de competência dos governos estaduais. Portanto, o aumento das alíquotas desse imposto representa diretamente recursos para os cofres públicos do Estado, mais verba no caixa do governo para atendimento das demandas públicas e enfrentamento de despesas correntes, como pagamento dos salários dos funcionários públicos, das despesas de custeio, de manutenção dos órgãos públicos estaduais e da dívida do Estado com a União.

Por isso, os governadores do Rio Grande do Sul nas últimas cinco gestões (Alceu Collares, Antônio Britto, Olívio Dutra, Germano Rigotto e Yeda Crusius) propuseram aumentar as alíquotas do imposto de produtos com maior impacto sobre a arrecadação do Estado. Alguns conseguiram, como Antônio Britto e Germano Rigotto, ambos do PMDB, e outros tiveram suas propostas derrotadas pelos deputados na Assembleia Legislativa, como Alceu Collares (PDT), Olívio Dutra (PT) e Yeda Crusius (PSDB).

De acordo com o professor de Economia do Setor Público, da Faculdade de Economia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), agente fiscal do Tesouro estadual e integrante do Grupo Especial de Assessoramento do Gabinete da Governadora, Eugenio Lagemann, em geral todos os governos tentam aumentar as alíquotas de combustíveis, comunicações e energia, por serem os setores que

têm o menor número de contribuintes, de difícil sonegação e de consumo obrigatório por toda a população.

Lagemann observa que, normalmente, os combustíveis representam entre 20% e 25% da receita do Estado, as comunicações 12% e a energia 10%.

O ICM foi criado no bojo da grande reforma tributária de 1965, que estabeleceu pela primeira vez um sistema tributário com a discriminação das competências entre União, estados e municípios, e a abolição dos impostos cobrados em cascata.

O tributo, assim como era o ICM, é um imposto sobre o consumo (na clássica divisão de impostos sobre a renda, sobre o consumo e sobre o patrimônio) e, isoladamente, é o de maior montante na estrutura tributária brasileira, pois representa cerca 7,5% do PIB ou 20% da carga total. O imposto de renda, o segundo da escala, representa cerca de 6,5%.

O ICMS foi criado pela Lei Estadual nº 8.820/89 e regulamentado pelo decreto nº 33.178/89, a partir da permissão da Constituição Federal de 1988, que em seu artigo 155, parágrafo II determina que compete aos Estados e ao Distrito Federal instituir impostos sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior.

Na estrutura do Estado do Rio Grande do Sul, as receitas tributárias representam, aproximadamente, 76% do total das receitas (R\$ 18,3 bilhões em 2007) e, dentro das receitas tributárias, o ICMS alcança 90%, ou seja, em torno de 68% daquele total.

Em 2007, a arrecadação do ICMS atingiu o montante de R\$ 12,3 bilhões. Note-se que as transferências da União, especialmente a do FPE (Fundo de Participação dos Estados) na arrecadação do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Imposto de Renda (IR), e do Sistema Único de Saúde (SUS), apesar da origem, não são consideradas receitas tributárias.

Sem rigorismo, pode-se dizer que o ICMS é um imposto sobre o valor adicionado ou agregado (IVA), ou seja, é cobrado, embora indiretamente, sobre a diferença entre as vendas e as compras de cada contribuinte. Em termos bastante simplificados, se a alíquota for de 20% e as compras e vendas atingirem, respectivamente, o montante de 100 e 150, haverá um crédito de 20 ($100 \times 20\%$) e um débito de 30 ($150 \times 20\%$), restando um saldo a pagar de 10.

Em tese, portanto, o ICMS seria um imposto extremamente simples. O que o torna altamente complexo são os benefícios fiscais: isenções, créditos simbólicos, alíquotas e bases de cálculo reduzidas exigidos por contribuintes e suas entidades representativas. Eles demandam isenções ou reduções de alíquotas como forma de competição do segmento com os produtores de outros estados ou mesmo como forma de enfrentar crises setoriais de determinados segmentos econômicos ou do país, em períodos de alta inflação ou de moeda desvalorizada ou sobrevalorizada.

É importante salientar que o ICMS é um imposto duplamente compartilhado. Nas operações entre contribuintes de diversos Estados, através de um sistema de alíquotas interestaduais, menores que as internas, parte do imposto fica com o Estado de origem e parte com o de destino.

Em outras palavras, apesar de ser um imposto sobre o consumo, ao comprar uma mercadoria produzida em outro Estado, o consumidor está pagando apenas uma parte para o seu Estado. Além disso, 25% da arrecadação total do imposto em cada Estado são distribuídos aos municípios por meio de um sistema de índices de participação que leva em consideração, entre outros, o valor adicionado, a população, a área e o número de estabelecimentos rurais.

De acordo com a legislação estadual, incluem-se entre os contribuintes do imposto: o comerciante, o industrial, o extrator e o produtor. Também são considerados credores do ICMS, o prestador de serviços de transporte interestadual e intermunicipal, e o de comunicação, a cooperativa, a instituição financeira e a seguradora.

Ainda fazem parte do rol de contribuintes do imposto estadual a sociedade civil de fim econômico, a sociedade civil de fim não econômico que explore estabelecimento de extração de substância mineral ou fósfil, de produção agropecuária ou industrial, ou que comercialize mercadorias que para esse fim adquira ou produza, os órgãos da administração pública, as entidades da administração indireta e as fundações instituídas e mantidas pelo poder público, bem como as concessionárias ou permissionárias de energia elétrica e de transporte e comunicação.

A legislação estadual prevê que são contribuintes do ICMS o prestador de serviços compreendido na competência tributária dos municípios, e que envolva fornecimento de mercadorias, sujeitas ou não ao ICMS, bem como o importador, arrematante e o adquirente de mercadoria ou bem importados do exterior e apreendidos.

9 A “PÁGINA 10” E A HERMENÊUTICA DE PROFUNDIDADE

Como já foi antecipado, este estudo concentrou suas investigações na coluna política intitulada “Página 10”, do jornal Zero Hora, cuja titular é a jornalista Rosane de Oliveira. Nesse sentido, foram escolhidas para análise dez edições da coluna “Página 10” publicadas em 2007, nos dias 5/10, 1/11, 2/11, 3/11, 5/11, 6/11, 12/11, 13/11, 14/11 e 15/11.

A escolha dessas edições obedeceu alguns critérios. A coluna do dia 5/10 foi a que noticiou os detalhes do projeto que aumentava as alíquotas do ICMS, enquanto as demais nove colunas antecederam os dias de votação do projeto e a data posterior à rejeição da proposta pelos deputados estaduais.

As colunas publicadas no mês de novembro, entre os dias 1/11 e 15/11 registraram todos os bastidores das negociações antes da votação do projeto, bem como especularam com alternativas de adiamento da votação e possíveis consequências caso a proposta fosse rejeitada ou aprovada.

A “Página 10” ocupa um espaço nobre no jornal Zero Hora. Apresenta o diferencial de ser a única coluna que dispõe de uma página inteira na publicação. Seu nome, “Página 10”, de acordo com o jornalista José Barrionuevo, primeiro titular da coluna, foi sugestão do jornalista Augusto Nunes, então editor-chefe de Zero Hora.

Na coluna do dia 05/10/2007, a “Página 10” teve o seguinte formato: um editorial na parte de cima com o título “Margem para negociar” mais 13 notas com títulos e cartolas diferentes, além de duas fotos (uma do secretário da Fazenda, Aod Cunha, e outra do publicitário Marcos Valério). A coluna tem quatro formas de apresentar as informações. A primeira, que nesta edição continha seis notas, segue o modelo tradicional, com um título precedendo a matéria, podendo ainda ter uma ilustração no início ou uma foto.

Logo após, há sempre um espaço que é destacado com um ponto de interrogação. Também existe uma cartola, anunciada como “Aliás”, que registra sempre um pequeno comentário. Já o espaço denominado “Mirante” apresenta três notas curtas.

Nesta edição, além do editorial, seis informações trataram especificamente do projeto de aumento das alíquotas do ICMS do governo do Estado do Rio Grande do Sul. Portanto, é dado destaque ao lançamento da proposta.

9.1 ANÁLISE SÓCIO-HISTÓRICA DO PROJETO DE AUMENTO DO ICMS DO GOVERNO GAÚCHO EM 2007

Para a correta aplicação da metodologia escolhida para este trabalho – a hermenêutica de profundidade (HP) – é necessário seguir os passos adequados. A metodologia precisa ser cumprida corretamente. Portanto, inicialmente, deve-se fazer uma análise sócio-histórica dos fatos que levaram à elaboração do Plano de Recuperação Fiscal do Governo do Estado do Rio Grande do Sul.

Conhecer esses pressupostos serviu para um melhor entendimento da crise financeira pela qual passa a administração estadual e seus efeitos para os cidadãos que ali residem. Para compreender melhor o conteúdo das notas e informações publicadas na coluna é preciso que se volte no tempo, reproduzindo o cenário da época, como forma de melhor compreender o material noticiado e fazer uma interpretação/re-interpretação mais contextualizada.

A difícil situação financeira do governo do Estado do Rio Grande do Sul já não era mais novidade para os meios de comunicação nem para a população do Estado e, principalmente, para a classe dirigente do setor público. Nos últimos 36 anos, o Poder Executivo perdeu, gradativamente, a capacidade de investir em obras de infraestrutura e de desenvolver adequadamente as políticas públicas nas áreas sociais e em questões tipicamente de Estado, como uma boa rede de ensino, sistema penitenciário e segurança pública.

A crise agravou-se nas cinco últimas gestões, quando esgotaram todos os mecanismos que permitiam a manutenção dos serviços básicos. O gráfico abaixo mostra como era a situação das finanças estaduais em 1/1/2007.

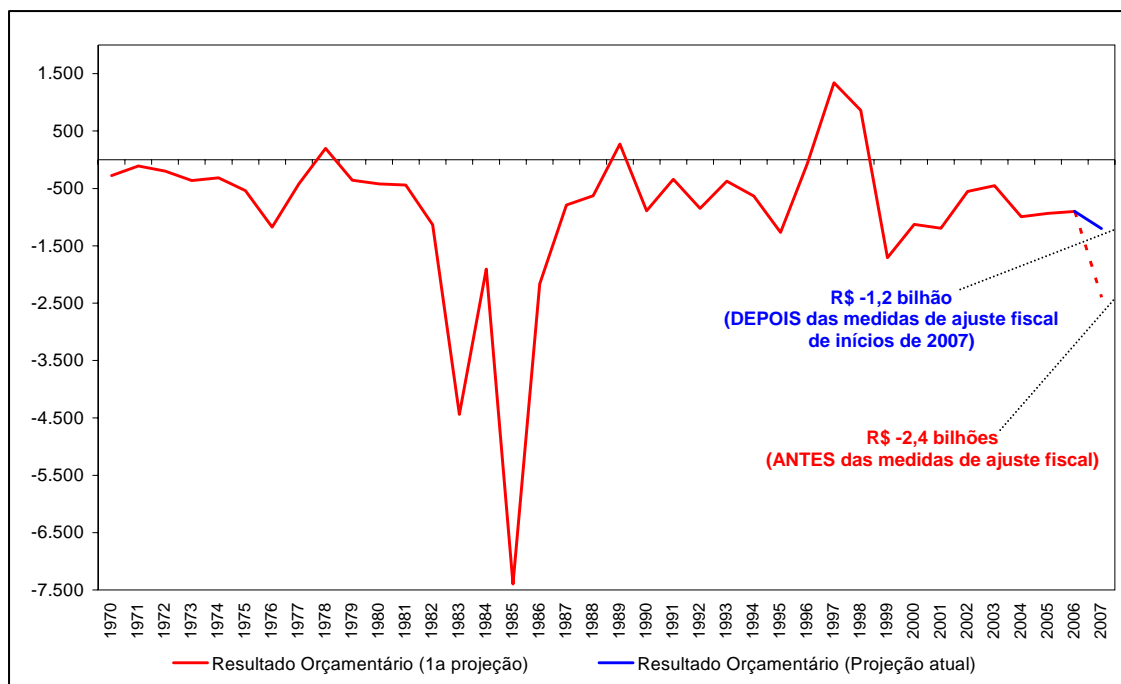
Situação Fiscal 01/01/2007	
Saldo da dívida R\$ 33,76 Bi
Fornecedores R\$ 1,7 Bi
Perda ICMS R\$ 700 mi
Elevação Folha R\$ 1 Bi
Projeção Déficit 2007 R\$ 2,4 Bi

Figura 1
Fonte: Secretaria Estadual da Fazenda

A situação fiscal que a governadora Yeda Crusius (PSDB) enfrentou no início de sua gestão era bastante difícil. O caixa estava com um saldo da dívida do Estado de R\$ 33,76 bilhões, além de estar comprometido com compromissos urgentes que o governo precisava cumprir.

Só com os fornecedores dos órgãos públicos havia um passivo de R\$ 1,7 bilhão. E, de acordo com dados oficiais da Secretaria Estadual da Fazenda, era projetada uma queda na arrecadação de R\$ 700 milhões, devido ao retorno das alíquotas anteriores de diversos produtos que tinham tido majorados seus impostos, os quais incidiam fortemente sobre o consumo das famílias, como combustíveis, energia elétrica e telefonia.

Por outro lado, estava previsto um aumento da despesa fixa dos cofres públicos, já que reposições salariais aprovadas pela gestão anterior entrariam em vigor já no mês de março de 2007, o que aumentaria os custos do Estado em mais de R\$ 1 bilhão por ano, gerando, já naquele ano, uma previsão total de déficit de 2,4 bilhões entre as receitas e as despesas.



Fonte: Sefaz/RS.

Notas: (1) Somente Direta até 1983 e Consolidado após 1983. (2) Não incorpora a operação de capitalização do Banrisul.

Figura 2

Fonte: Secretaria Estadual da Fazenda

O gráfico acima, que compreende o período de 1970 a 2007, demonstra que o governo gaúcho perdeu sua capacidade de investimentos em obras públicas de infraestrutura. Ocorreram dois pequenos períodos de superávit fiscal em 1978 e 1989, devido ao arrocho salarial praticado pelos governos da época, o que permitiu uma pequena sobra de caixa para investimentos.

Já nos anos de 1996 e 1997, no governo Antônio Britto (PMDB), o caixa da Secretaria da Fazenda ficou positivo devido ao processo de privatização das estatais, o que engordou as receitas estaduais por dois anos, mas não resolveu os problemas estruturais do Estado.

De acordo com o balanço dos Estados, promovido pela Secretaria do Tesouro Nacional (STN), órgão do Ministério da Fazenda, os indicadores orçamentários e financeiros do Rio Grande do Sul apresentavam números negativos em comparação com os demais Estados da Federação. No item despesa com pessoal total, o Rio Grande do Sul era o ente federado que mais comprometia sua receita corrente líquida, com 67,5% do total arrecadado servindo apenas para pagar salários dos servidores, sem recursos para novos investimentos.

No comprometimento com o pagamento dos inativos e pensionistas, o Rio Grande do Sul também liderava negativamente o ranking, com gastos de 31,5 % da receita corrente líquida servindo para cumprir essa rubrica.

Por outro lado, o governo do Rio Grande do Sul era o que tinha a menor taxa de investimentos da Federação, com um percentual de 4,7 dos tributos passados pela população do Estado, o que acabou gerando uma queda gradativa na qualidade na prestação do serviço à população, reduzindo os indicadores de satisfação dos cidadãos com o governo estadual.

Em nossa pesquisa fizemos uma recuperação histórica dos mecanismos utilizados pelos últimos quatro gestores estaduais para enfrentar a crise das finanças do Estado, bem como do primeiro ano de gestão da governadora Yeda Crusius (PSDB). Para isso seguiremos todas as etapas da hermenêutica de profundidade (HP), a começar pela análise sócio-histórica.

A análise sócio-histórica (ASH) é a primeira fase da hermenêutica de profundidade (HP). Seu objetivo é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas. É a fase em que se pode identificar e descrever as situações espaço-temporais específicas em que as formas simbólicas são produzidas e recebidas. As formas simbólicas são produzidas (faladas, narradas, inscritas) e recebidas (vistas, ouvidas e lidas) por pessoas situadas em locais específicos, agindo e reagindo a tempos particulares e a locais especiais, e a reconstrução desses ambientes é uma parte importante da análise sócio-histórica.

A análise sócio-histórica se refere, por exemplo, às instituições sociais, vistas como conjuntos estáveis de regras, de recursos e de relações sociais estabelecidas. Essas instituições sociais dão uma forma particular aos campos de interação.

A recepção das formas simbólicas é um processo situado dentro de contextos sócio-histórico definidos, enquanto a tarefa da primeira fase da hermenêutica de profundidade é reconstruir as condições e contextos sócio-históricos de produção, circulação e recepção das formas simbólicas, examinar as regras e convenções, as

relações sociais e instituições, e a distribuição de poder, recursos e oportunidades em virtude das quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados.

Após essa conceituação da ASH, chegamos ao objeto de estudo em si, a crise financeira das finanças públicas do Estado do Rio Grande do Sul e a proposta do aumento do ICMS como solução. Para isso vamos lembrar as alternativas que os governadores anteriores utilizaram para enfrentar o mesmo problema.

Na gestão do então governador Alceu Collares (PDT), entre 1991 a 1994, o governo utilizou-se dos benefícios da inflação alta para enfrentar as dificuldades de déficit na arrecadação frente às despesas. Em sua época de administração, o país vivia uma espiral inflacionária de grande escala, com índices que chegaram aos 84% ao mês, no governo do ex-presidente José Sarney, tendo como ministro da Fazenda, Maílson da Nóbrega.

A forma que o governo Alceu Collares encontrou para resolver a situação das contas públicas foi relativamente simples. Os impostos arrecadados eram aplicados no curto prazo no mercado financeiro, rendendo em poucos dias o suficiente para o pagamento das despesas, bem como para cobrir as despesas da folha de pagamento dos servidores públicos, que recebiam as reposições salariais de dois em dois meses. Portanto, o governo recebia os impostos à vista e pagava seus compromissos a prazo.

Já o governador Antônio Britto (PMDB) começou sua gestão (1995 a 1998) sem o “benefício da inflação”, controlada pelo Plano Real, do então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Sua alternativa foi aproveitar um momento internacional na economia, que apontava para a privatização e concessão à iniciativa privada de diversos serviços públicos para enfrentar o déficit das contas públicas do Rio Grande do Sul.

Em seu governo, estatais foram privatizadas, como a Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT), empresa de telefonia, e dois terços da Companhia Estadual de Energia Elétrica (CEEE), empresa de distribuição de

energia elétrica. Nesse período de gestão, o Estado arrecadou R\$ 5 bilhões com a venda de ativos, o que serviu para equilibrar a parte fiscal, mas não conseguiu superar o desequilíbrio financeiro em sua raiz de forma a eliminar o déficit estrutural das contas públicas. O remédio da privatização das estatais custou caro a Antônio Britto, que não conseguiu reeleger-se governador do Estado.

Com o governador Olívio Dutra (PT), que administrou o Estado do Rio Grande do Sul de 1999 a 2002, os problemas financeiros voltaram a repetir-se. O governador, que tinha prometido em campanha eleitoral não privatizar nenhuma empresa, teve suas alternativas de manobra fiscal ainda mais reduzidas que seu antecessor.

Restava para o governador petista utilizar-se dos recursos do Caixa Único do Estado (verbas de fundos constitucionais, das empresas públicas, verbas da União para repasse a convênios), que por disposição legal o Executivo estadual não poderia utilizar.

Sem conseguir aumentar os impostos, principalmente o ICMS, apesar de ter enviado o projeto ao Legislativo por duas vezes, Olívio Dutra encerrou seu governo sem ser escolhido candidato à reeleição pelo seu partido. O PT preferiu Tarso Genro, na época das prévias, prefeito de Porto Alegre, para representá-lo na disputa estadual.

O governador Germano Rigotto (PMDB) teve alternativas ainda menores para administrar o caixa do Estado. Durante seu período de governo (de 2003 a 2006), o peemedebista teve como última alternativa o não pagamento dos precatórios (dívidas do Estado junto a pessoas físicas e jurídicas já transitadas em julgado que deveriam ser pagas aos contribuintes).

Esse volume de dívidas representa um volume tão grande que permitiu terminar o seu governo cumprindo com o pagamento dos salários dos funcionários do Estado. Entretanto, na gestão Rigotto, o Estado precisou buscar empréstimo junto ao Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul) para poder pagar o décimo-terceiro salário dos servidores públicos.

Mas os fornecedores não tiveram a mesma sorte: receberam seus pagamentos com diversos meses de atraso. Isso encareceu o custo dos produtos e serviços para o Executivo estadual, pois o atraso nos pagamentos passou a ser embutido nos preços. Transcorrido o processo eleitoral, Germano Rigotto nem passou para o segundo turno. A disputa ficou entre Olívio Dutra (PT) e Yeda Crusius (PSDB), que foi a primeira mulher eleita para governar o Rio Grande do Sul.

Todos os governos acima analisados tentaram como solução para sua gestão aumentar as alíquotas do principal imposto do governo estadual, o ICMS. Para isso, usaram as mais diversas justificativas: diferentes formas de apresentação e desoneração de alguns setores em prejuízo de outros, como a isenção de produtos da cesta básica e aumento das alíquotas de ICMS sobre tarifas de telefonia e combustíveis.

Deve-se destacar que em todas as oportunidades as votações foram decididas por um ou dois votos favoráveis, porque existia uma grande resistência da oposição ao governo na Assembleia Legislativa, dos empresários, movimento sindical e de grande parte dos veículos de comunicação social.

Fontes de financiamento do déficit (esgotadas)

- **1971-1974: endividamento**
- **1975-1978: endividamento**
- **1979-1982: endividamento e inflação**
- **1983-1986: inflação**
- **1987-1990: inflação**
- **1991-1994: inflação**
- **1995-1998: privatização**
- **1999-2002: SIAC; menor volume de investimento, venda de ativos; endividamento de curto prazo**
- **2003-2006: SIAC, depósitos judiciais; menor volume de investimentos; aumento de alíquotas; endividamento de curto prazo**

Figura 3

Fonte: Secretaria Estadual da Fazenda

O gráfico (da página anterior) demonstra como os governos estaduais fizeram para realizar investimentos nos últimos 35 anos.

Na década de 70, no período dos governos militares, quando os governadores eram indicados pelo presidente da República, o Estado endividou-se. Já na década de 80 e metade da década de 90, os governos utilizaram-se do imposto inflacionário para fechar as contas do erário estadual. Pagavam as despesas com o rendimento financeiro do dinheiro dos impostos que eram arrecadados à vista enquanto as despesas eram quitadas a prazo.

Por outro lado, de 1995 a 1998, o Estado financiou-se através dos recursos obtidos com o processo de privatização de diversas estatais, o que permitiu investimentos em estradas com recursos próprios.

Nos últimos anos, os investimentos reduziram-se significativamente devido à impossibilidade de utilizar os mecanismos anteriormente citados pela total incapacidade de tomada de novos recursos no sistema financeiro, bem como pelo fim da política de privatização e concessão de serviços públicos.

Nesse período, as gestões utilizaram-se de mecanismos com força de resolver problemas pontuais das contas estaduais, como a utilização dos recursos depositados em contas judiciais e empréstimos financeiros (em nome dos servidores) para pagamento de compromissos rotineiros do governo, como o pagamento do décimo-terceiro salário do funcionalismo público. Também o poder Executivo utilizou a fórmula tradicional de aumentar as alíquotas no ICMS, como trataremos no parágrafo abaixo.

Aumento do ICMS – A velha receita

Antes de assumir o governo do Estado, Yeda Crusius (PSDB) solicitou ao governador em final de mandato, Germano Rigotto (PMDB), que, em dezembro de 2006, apresentasse proposta de aumento do ICMS. Motivo: o aumento das alíquotas, obtido pelo governo do peemedebista pelo período de dois anos, encerrar-

se-ia antes do começo da gestão da governadora eleita, representando uma redução de R\$ 700 milhões na receita da Fazenda estadual.

Yeda Cruius não conseguiu aprovar o aumento do ICMS e, ao ver sua proposta derrotada, reafirmou que iria buscar de todas as formas a redução do déficit das contas estaduais, pois todas as fontes de financiamento já estavam esgotadas.

Para tanto, determinou a redução de 30% nas despesas de custeio da administração estadual, a redução do valor gasto com cargos em comissão (CC) e a criação de uma câmara de compensação das dívidas herdadas, com a realização de leilões das dívidas de fornecedores, com desconto mínimo de 20%.

A governadora do Rio Grande do Sul, porém, não desistiu de acabar com o déficit das contas públicas do governo do Estado e reapresentou a proposta de aumento das alíquotas do ICMS em 4/10/2007, como foi registrado na coluna política “Página 10”, do jornal Zero Hora.

O aumento do ICMS veio como parte integrante do Plano de Recuperação do Governo do Estado. O Executivo, na tentativa de aprovar a proposta, colocou alguns itens que tentam tornar a proposta mais palatável aos deputados estaduais e à população gaúcha.

Junto com a proposta de aumento do ICMS, o plano propôs a criação de uma Lei de Responsabilidade Fiscal Estadual para impedir aumento excessivo de gastos, mais a extinção de 700 cargos em comissão e a venda de imóveis não utilizados pelo Estado para o pagamento de precatórios. Só com o pagamento de precatórios, o poder Executivo esperava sensibilizar 100 mil pessoas que estavam na fila do pagamento há vários anos, sem nenhuma perspectiva de receber o recurso.

No aspecto tributário, o projeto propunha um aumento das alíquotas do ICMS da seguinte forma:

- Supérfluos: 25% para 28%

- Óleo Diesel: de 12% para 13%
- GNV: de 12% para 25%
- Energia elétrica residencial acima de 50 kWh e comercial: de 25% para 30%
- Telecomunicação, exceto celular pré-pago: de 25% para 30%
- Gasolina e álcool: de 25% para 30%
- Refrigerante: de 18% para 21%
- Alíquota básica: de 17% para 18%

O projeto ainda previa uma redução de 15% das desonerações fiscais concedidas pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, num valor total de R\$ 150 milhões em 2008, mais R\$ 100 milhões em 2009 e completando R\$ 100 milhões em 2010, num total de R\$ 350 milhões.

Essa redução ocorreria de acordo com os seguintes itens:

- Redução de 30% dos créditos presumidos.
- Transporte de passageiros: carga tributária de 2,4% para 7%.
- Fornecimento de alimentação por bares e restaurantes: revogação do crédito presumido das entradas.
- Revogação do Programa Pró-productividade (Lei nº 9.675/92), em função do atingimento de níveis adequados de produtividade agrícola no Rio Grande do Sul.
- Limitação de apropriação cumulativa dos benefícios federal e estadual para a cultura.

O governo do Estado, em sua proposta de aumento das alíquotas do ICMS, também propunha algumas medidas que reduziam o tributo para determinadas áreas. As principais medidas são as seguintes:

- Isenção de ICMS para microempresas com faturamento até R\$ 240 mil.
- Isenção de ICMS para tijolos produzidos com cinzas de carvão mineral.

- Isenção de ICMS para retroescavadeiras, motoniveladoras e outras máquinas adquiridas pelos municípios.
- Isenção de ICMS para concreto pronto.
- Isenção de ICMS para máquinas para irrigação agrícola.
- Isenção de ICMS para fornecimento de refeições por restaurantes populares.
- Isenção do IPVA para ônibus e micro-ônibus para transporte seletivo metropolitano.
- Isenção do IPVA para veículos cedidos em comodato para órgãos da Administração Pública.

O projeto do Estado ainda concedia benefícios fiscais para outros produtos:

- Crédito presumido de ICMS: feijão, 2% nas saídas interestaduais.
- Crédito presumido de ICMS: extrato de tomate, 10% (carga tributária de 7%).
- Redução de base de cálculo de ICMS: energia elétrica residencial e rural, até 50 kWh, carga tributária de 7%.
- Redução de base de cálculo de ICMS: tubos e manilhas de argila ou barro, e tijoleiras e tapa-vigas de cerâmica, carga tributária de 3%.
- Redução de alíquotas de ICMS: rotisseria, de 17% para 12%.
- Redução de alíquotas de ICMS: areia: de 17% para 12%
- Redução de alíquotas de ICMS: sardinha e atum enlatados, de 17% para 12%.
- Redução de alíquotas de ICMS: estruturas metálicas para a construção de redes de transmissão de energia elétrica e de comunicação, de 17% para 12%.
- Redução de alíquotas de ICMS: querosene de aviação para aeronaves de pequeno porte (aviação regional), de 17% para 13%.

O objetivo do governo do Estado com o projeto era aumentar a receita bruta do tesouro em R\$ 979 milhões e tendo um impacto líquido na receita de R\$ 587

milhões. Pois do valor bruto arrecadado devem ser descontados o percentual dos municípios (25%) e o restante para o pagamento da dívida com a União.

Coluna do dia 05/10/

Data: 05/10/07 Página: 13

ZERO HORA

Caderno: _____

Página 10  **ROSANE DE OLIVEIRA**
rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivian.eichler@zerohora.com.br 3218-4387

Margem para negociar

É tão pesado o aumento do ICMS previsto no pacote anunciado ontem pelo governo Aque, para aprová-lo, será preciso fazer concessões. Além de alíquotas superiores às que vigoraram nos dois últimos anos do governo Rigotto para energia, telecomunicações e combustíveis, o governo ampliou a lista de produtos que terão elevação de ICMS e incluiu o diesel, o gás natural veicular (GNV), os refrigerantes e os superfluos. Além disso, aumentou a alíquota básica de 17% para 18%. Yeda fez uma combinação de todos os

aumentos que seus antecessores propuseram isoladamente e acrescentou alguma coisa a mais. O aumento do ICMS do gás veicular, por exemplo, é maior do que 100%. Mesmo que a repercussão financeira do aumento seja estimada em R\$ 16 milhões, o impacto é brutal para quem usa gás, como a maioria dos táxis. É em itens como esse que o governo deve recuar para facilitar a negociação com os deputados. Ao apresentar as medidas, a governadora Yeda Crusius disse que entende "a rejeição do aumento de imposto pelo aumento de imposto", mas que

o seu plano de recuperação das finanças do Estado é muito mais ambicioso e ataca questões estruturais. O principal truque do governo para evitar que o dinheiro obtido com o aumento do ICMS seja engolido por aumentos nas despesas de pessoal é o projeto de lei de responsabilidade fiscal.

Com o aumento do ICMS do diesel, do gás veicular, da gasolina e do álcool, o setor de transportes é um dos mais afetados pelo pacote. Para completar, haverá corte de incentivos fiscais para o transporte de passageiros.

 Com o aumento do ICMS do diesel, do gás veicular, da gasolina e do álcool, o setor de transportes é um dos mais afetados pelo pacote. Para completar, haverá corte de incentivos fiscais para o transporte de passageiros.

ZERO HORA.COM

Se você quiser conferir mais análises do pacote acesse www.zerohora.com/blog/roslane

Cigarro escapa na última hora

O cigarro escapou na última hora de constar na lista do tarifaço. Conforme o secretário adjunto da Fazenda, Ricardo Engler, na noite de quarta-feira o governo tinha duas versões exatamente iguais para apresentar à imprensa e à Assembleia, exceto que em uma delas os cigarros estavam entre os produtos superfluos. Um dos argumentos para a decisão de retirá-lo seria o de que o aumento de alíquotas amplia o contrabando e acaba gerando redução nas vendas. Há Estados, como o Rio de Janeiro, que elevaram as alíquotas e depois de três ou quatro meses tiveram de recuar - alega Engler. O presidente do Sindicato, Iro Schimke, diz que acertou diretamente com a governadora, na terça-feira, a exclusão do cigarro.

Oscips nos próximos dias

Ficou fora do pacote de medidas anunciado ontem pelo Piratini o projeto de lei que regulamentará as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips), às quais o governo pretende entregar a gestão de órgãos públicos, especialmente da área social e da cultura. Pelo menos 33 órgãos estão na lista dos que podem ser repassados para as Oscips. O projeto só não foi apresentado ontem porque seu idealizador, o secretário da Justiça, Fernando Schröder, estava viajando.

O PIOR DOS MUNDOS

Principal artífice do programa de recuperação das finanças, o secretário da Fazenda, Aod Cunha, deixou claro oficialmente o que vinha dizendo em conversas reservadas: em caso de rejeição do pacote pela Assembleia, o governo não tem Plano B. O argumento de Aod é a ameaça de um cenário de colapso se os projetos não forem aprovados: agravamento da crise a partir de 2008, déficit de R\$ 1,3 bi no próximo ano, maior atraso nos salários, que hoje são pagos em dia até o limite de R\$ 1.950, queda na qualidade dos serviços de educação, saúde e segurança, perda de investimentos por falta de infraestrutura, queda da qualidade de vida e da competitividade do Estado. - A sociedade vai ter de escolher - avisa.

Orçamento integral

O governo decidiu cumprir o que determina o Supremo Tribunal Federal e mandará à Assembleia na semana que vem R\$ 1,421 bilhão para o orçamento do Judiciário. Antes de enviar a correção da proposta original, Yeda Crusius irá a Brasília expor a crise financeira do Estado ao ministro Marco Aurélio Mello. A expectativa é de que o Legislativo reduza o valor na hora do voto. Também na próxima semana será encaminhada à Assembleia indicação de fontes de recursos - verdadeiras ou fictícias - para cobrir o déficit de R\$ 1,3 bilhão, conforme liminar do Tribunal de Justiça.

O arrocho salarial vai durar até o Estado atingir o equilíbrio no Orçamento, o que mesmo com a aprovação do pacote não ocorrerá antes de 2010.

ALIAS

Para não criar tantas frentes de conflito ao mesmo tempo, o Piratini debateu para mais tarde a tentativa de tirar da Constituição a exigência de plebiscito para a extinção de estados, mas o secretário Aod Cunha garante que não desistiu da ideia.

MIRANTE

- ◆ Carlos Eduardo Chaise, filho do ex-prefeito Serezo Chaise, filiou-se ao PMDB e vai concorrer a vereador em Porto Alegre.
- ◆ Mudanças no Código Penal prestes a sair do forno serão tema polêmico em um seminário hoje, às 18h, promovido pela Associação do Ministério Público. Estarão em debate as medidas que o Congresso vem estudando desde a morte do mesmo João Hélio.
- ◆ Os deputados Berfran Rosado e Carlos Gomes, do PPS, também participaram de reunião com a Federasil na noite de quarta-feira. Eles chegaram após as 22h, quando o jantar estava terminando - e a coluna de ontem já estava fechada.

 Circulando livremente em Belo Horizonte com seu visual de ex-careca, o empresário Marcos Valério depois na noite de quarta-feira na Justiça Federal para a primeira audiência da ação penal por sonegação fiscal em que é réu com seus ex-sócios na agência de publicidade DNA Propaganda. Nove anos depois de ter criado o valedoruto, quando o senador Eduardo Azeredo e o ministro Walfrido Maria Gusá governavam Minas Gerais, Valério aparece em relatório da Polícia Federal como peça-chave no mensalista tucano.

Figura 4
Fonte: Jornal Zero Hora/ 05/10/2007 - P. 13

9.2 ANÁLISE FORMAL DISCURSIVA

Esta parte do estudo descreverá e investigará o *corpus* da pesquisa, fazendo uma descrição do material publicado nas dez edições da coluna objeto de estudo, a “Página 10”, do jornal Zero Hora.

A segunda etapa da hermenêutica de profundidade é a denominada por John Thompson, como análise formal ou discursiva (AD). Ela surge quando são considerados objetos e expressões que circundam os campos sociais, como construções simbólicas complexas que apresentam uma estrutura articulada.

A AD estabelece as bases para um tipo de análise que está interessada primariamente na organização interna das formas simbólicas, com suas características estruturais, seus padrões e relações.

No total, foram publicadas 43 notícias referentes ao tema, sendo que a distribuição por coluna estabeleceu a seguinte ordem:

- 1ª coluna – Data de publicação: 5/10/2007 – Cinco notas sobre o projeto de aumento das alíquotas do ICMS, com destaque para o texto de abertura de página.
- 2ª coluna – Data de publicação: 1/11/2007 – Duas notas relativas ao tema, incluindo a abertura de página.
- 3ª coluna – Data de publicação: 2/11/2007 – Cinco notas com informações do projeto.
- 4ª coluna – Data de publicação: 3/11/2007 – Cinco notícias com informações sobre as negociações e sobre a votação da proposta. Nesta coluna, a abertura de página foi sobre o tema.
- 5ª coluna – Data de publicação: 5/11/2007 – Quatro notícias do projeto.
- 6ª coluna – Data de publicação: 6/11/2007 – Cinco notas sobre o projeto. Destaque especial para a abertura de página.
- 7ª coluna – Data de publicação: 12/11/2007 – Uma nota do projeto.

- 8ª coluna – Data de publicação: 13/11/2007 - Uma nota sobre a votação do projeto.
- 9ª coluna – Data de publicação: 14/11/2007 - Quatro informações sobre o clima antes da votação do projeto na Assembleia Legislativa. A abertura de página também foi sobre o tema.
- 10ª coluna – Data de publicação; 15/11/2007 – 11 notas sobre o resultado da votação do projeto e especulações sobre as possíveis consequências. Novamente, a abertura de página destacou o fato.

A seguir serão reproduzidas todas as colunas, sendo omitidas aquelas que não tratam do tema, as quais serão escurecidas como forma de facilitar a compreensão do estudo e preservar o foco da pesquisa.

Data: 05/10/07 Página: 13

ZERO HORA

Caderno:

Página 10

ROSANE
DE OLIVEIRA

rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387

Margem para negociar

É tão pesado o aumento do ICMS previsto no pacote anunciado ontem pelo governo que, para aprová-lo, será preciso fazer concessões. Além de alíquotas superiores às que vigoraram nos dois últimos anos do governo Rigtotto para energia, telecomunicações e combustíveis, o governo ampliou a lista de produtos que terão elevação de ICMS e incluiu o diesel, o gás natural veicular (GNV), os refrigerantes e os superálcools. Além disso, aumentou a alíquota básica de 17% para 18%. Yeda fez uma combinação de todos os

aumentos que seus antecessores propuseram isoladamente e acrescentou alguma coisa a mais. O aumento do ICMS do gás veicular, por exemplo, é maior do que 100%. Mesmo que a repercussão financeira do aumento seja estimada em R\$ 16 milhões, o impacto é brutal para quem usa gás, como a maioria dos táxis. É em itens como esse que o governo deve recuar para facilitar a negociação com os deputados. Ao apresentar as medidas, a governadora Yeda Crusius disse que entende "a rejeição do aumento de imposto pelo aumento de imposto", mas que

o seu plano de recuperação das finanças do Estado é muito mais ambicioso e ataca questões estruturais. O principal truque do governo para evitar que o dinheiro obtido com o aumento do ICMS seja engolido por aumentos nas despesas de pessoal é o projeto de lei de responsabilidade fiscal.

Com o aumento do ICMS do diesel, do gás veicular, da gasolina e do álcool, o setor de transportes é um dos mais afetados pelo pacote. Para completá-lo, haverá corte de incentivos fiscais para o transporte de passageiros.

ZERO HORA.COM

Se você quiser conferir mais análises do pacote acesse
www.zerohora.com/blog/diario



Cigarro escapa na última hora

O cigarro escapou na última hora de constar na lista do tarifaço.

Conforme o secretário adjunto da Fazenda, Ricardo Engler, na noite de quarta-feira o governo tinha duas versões exatamente iguais para apresentar à imprensa e à Assembleia, exceto que em uma delas os cigarros estavam entre os produtos superálcools.

Um dos argumentos para a decisão de retirá-lo seria o de que o aumento de alíquotas amplia o contrabando e acaba gerando redução nas vendas.

— Há Estados, como o Rio de Janeiro, que elevaram as alíquotas e depois de três ou quatro meses tiveram de recuar — alega Engler, o presidente do Sindicato.

Iro Schünke, diz que acertou diretamente com a governadora, na terça-feira, a exclusão do cigarro.

Oscips nos próximos dias

Ficou fora do pacote de medidas anunciado ontem pelo Piratini o projeto de lei que regulamentará as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips), às quais o governo pretende entregar a gestão de órgãos públicos, especialmente da área social e da cultura.

Pelo menos 33 órgãos estão na lista dos que podem ser repassados para as Oscips. O projeto só não foi apresentado ontem porque seu idealizador, o secretário de Justiça, Fernando Schüller, estava viajando.



O PIOR DOS MUNDOS

Principal artífice do programa de recuperação das finanças, o secretário da Fazenda, Aod Cunha, deixou claro oficialmente o que vinha dizendo em conversas reservadas: em caso de rejeição do pacote pela Assembleia, o governo não tem Plano B.

O argumento de Aod é a ameaça de um cenário de colapso se os projetos não forem aprovados: agravamento da crise a partir de 2008, déficit de R\$ 1,3 bi no próximo ano, maior atraso nos salários, que hoje são pagos em dia até o limite de R\$ 1.950, queda na qualidade dos serviços de educação, saúde e segurança, perda de investimentos por falta de infraestrutura, queda da qualidade de vida e da competitividade do Estado.

— A sociedade vai ter de escolher — avisa.

Orçamento integral

O governo decidiu cumprir o que determina o Supremo Tribunal Federal e mandará à Assembleia na semana que vem R\$ 1,421 bilhão para o orçamento do Judiciário.

Antes de enviar a correção da proposta original, Yeda Crusius irá a Brasília expor a crise financeira do Estado ao ministro Marco Aurélio

Mello. A expectativa é de que o Legislativo reduza o valor na hora do voto.

Também na próxima semana será encaminhada à Assembleia indicação de fontes de recursos — verdadeiras ou fictícias — para cobrir o déficit de R\$ 1,3 bilhão, conforme liminar do Tribunal de Justiça.

O arrocho salarial vai durar até o Estado atingir o equilíbrio no Orçamento, o que mesmo com a aprovação do pacote não ocorrerá antes de 2010.

ALIAS

Para não criar tantas frentes de conflito ao mesmo tempo, o Piratini debateu para mais tarde a tentativa de tirar da Constituição a exigência de plebiscito para a extinção de estados, mas o secretário Aod Cunha garante que não desistiu da ideia.

Circulando livremente em Belo Horizonte com seu visual de ex-careca, o empresário Marcos Valério depôs na noite de quarta-feira na Justiça Federal para a primeira audiência da ação penal por sonegação fiscal em que é réu com seus ex-sócios na agência de publicidade DNA Propaganda.

Nove anos depois de ter criado o valerioduto, quando o senador Eduardo Azeredo e o ministro Walfrido Maria Gusá governavam Minas Gerais, Valério aparece em relatório da Polícia Federal como peça-chave no mensalão tucano.

MIRANTE

◆ Carlos Eduardo Chaise, filho do ex-prefeito Serejo Chaise, filiou-se ao PMDB e vai concorrer a vereador em Porto Alegre.

◆ Mudanças no Código Penal prestes a sair do forno serão tema polêmico em um seminário hoje, às 15h, promovido pela Associação do Ministério Público. Estarão em debate as medidas que o Congresso vem estudando desde a morte do menino João Hélio.

◆ Os deputados Berfran Rosado e Carlos Gomes, do PPS, também participaram de reunião com a Federasil na noite de quarta-feira. Eles chegaram após as 22h, quando o jantar estava terminando — e a coluna de ontem já estava fechada.


Figura 5

Fonte: Jornal Zero Hora/ 05/10/2007 P. 13

Data: 1º 11/07 Página: 14

ZERO HORA

Caderno: _____

Página 10  **ROSANE DE OLIVEIRA**
rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER 3218-4387
vivan.eichler@zerohora.com.br

Pedras no caminho do pacote

A duas semanas da votação, o pacote da governadora Yeda Crusius sofreu ontem percalços que ameaçam sua aprovação: dois deputados do PMDB anunciaram que votarão contra o aumento do ICMS. Alexandre Postal almoçou com o chefe da Casa Civil, Luiz Fernando Záchia, e avisou que o governo não deve contar com seu voto. Nelson Härter disse que seu voto já está definido e sugeriu que a governadora retire os projetos da Assembleia para evitar a derrota. Pela manhã, Härter ouviu os argumentos dos presidentes da Fiergs, Paulo Tigre, e da Federasul, José Paulo Cairoli, além do vice-governador Paulo Feijó, na Comissão de Economia da Assembleia, e saiu pregando a idéia de um "levante para pedir dinheiro em Brasília".

– Precisamos fazer uma grande comitiva, fretar um, dois ou meia dúzia de aviões e ir a Brasília reivindicar – exagerou o deputado.

Postal, que embarca sábado para a Holanda, estará de volta no dia da votação, mas achou que por uma questão de lealdade a Záchia, deveria deixar clara sua posição:

– Não podia deixar para avisar na última hora.

Pesou na decisão de Postal uma enquete feita domingo na convenção do diretório do PMDB de Guaporé sobre o pacote. O placar de 170 a zero contra o aumento do ICMS selou sua decisão.

Alertada de que os deputados aliados clamam por atenção, a governadora começou ontem a chamar os parlamentares para conversas individuais.

ALIÁS

O maior temor no Palácio Piratini é de que a mobilização da Assembleia para pressionar o governo federal inviabilize a aprovação do pacote e não traga dinheiro algum para o Estado.

Figura 6

Fonte: Jornal Zero Hora/ 01/11/2007 P.14

CONTEÚDO: 03/11/07

Data: 03/11/07 Página: 10

ZERO HORA

Caderno: _____

Página 10



ROSANE
DE OLIVEIRA

rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387

Por falta de carinho

A resistência dos aliados do governo em aprovar o pacote que está na Assembleia não se deve apenas à dificuldade em votar pelo aumento de impostos. Os deputados reclamam da forma como foram tratados nos primeiros nove meses de governo por Yeda Crusius.

Em todos os partidos há o reconhecimento do esforço do chefe da Casa Civil, Luiz Fernando Zichin, mas os parlamentares sentem falta de uma relação mais estreita com a governadora. Acostumados ao

estilo do governador Germano Rigotto, que os fazia se sentirem importantes, os deputados reclamam da frieza de Yeda.

Essas conversas individuais que ela está propondo agora vêm tarde demais. Eu só fui convidado uma vez para ir ao palácio, num jantar com a bancada, o que já limita a possibilidade de uma conversa franca – diz Alexandre Postal, que viaja neste sábado para a Ilóndia, depois de avisar que votará contra o pacote.

Os deputados também são unânimes em reconhecer que

o secretário Aod Cunha não mede esforços para explicar o pacote e não deixa pergunta sem resposta. Paradoxalmente, nem todos os aliados estão convencidos de que o cenário é sombrio como desenha Aod. Uns acham que o crescimento da economia produzirá o aumento de receita necessário para equilibrar as contas, outros, que é possível fazer o ajuste a médio prazo, e um terceiro grupo insiste na ideia de pressionar o governo federal para liberar recursos em vez de elevar a receita pelo aumento de impostos.



SOB PRESSÃO

Poucos deputados vivem um dilema igual ao de Alberto Oliveira (PMDB) em relação ao pacote do governo.

Ex-chefe da Casa Civil de Germano Rigotto, Alberto trabalhou pela aprovação do tarifaço em 2004, e agora se divide entre ser coerente com o passado e a pressão dos empresários que não concordam que aumentar ICMS seja a saída para a crise.

Alberto repudia a estratégia do governo para aprovar as medidas:

– Sinto um extremo desconforto com a imagem que o governo está passando do

Estado. Estamos jogando o Estado muito para baixo e isso gera desconfiança para os investidores. Sabemos que as receitas foram subestimadas e que se exagera na exposição das dificuldades.

Para aliviar o estresse, Alberto recorre à música, como fez um pouco antes de iniciar uma audiência pública na UCS, nesta semana, sobre aquecimento global, quando tocou no piano o clássico *Carinhoso*, de Pixinguinha.

– A alma humana cresce com o som e a harmonia do piano e pode nos ajudar a tomar as mais difíceis decisões – filosofia.

ALIÁS

A estratégia da governadora de anunciar o pacote com antecedência teve o mérito de permitir o amplo debate das medidas, mas pode acabar prejudicando o governo na votação: os deputados reclamam de pressão das bases contra o aumento de impostos.

Unanimidade só se for contra

A insistência do presidente do PP, Jerônimo Goergen, de que a bancada não pode se dividir na votação do pacote, empurra o partido para o voto contra. João Fischer, Mano Changos e Francisco Appio estão irredutíveis.

– Se eu quero reinventar o PP, não posso permitir a divisão da bancada – justifica Jerônimo, que em dezembro desistiu de ser secretário da Agricultura para não ter de votar a favor do aumento do ICMS.

Leila Fetter avisou à governadora Yeda Crusius que se a bancada do PP for liberada ela votará contra o pacote. Se fechar questão a favor, se renderá à vontade da maioria.

Soluções radicais

Como alternativa ao aumento do ICMS e à retenção dos créditos para os exportadores, o deputado João Fischer (PP) propõe medidas radicais, como privatizar os presídios e a fase e municipalizar todo o Ensino Fundamental.

O deputado sabe que mesmo transferindo serviços para o setor privado os custos diminuem pouco, porque não se pode demitir funcionários estáveis, mas sugere que os servidores sejam realocados para áreas que têm carência de pessoal.

MIRANTE

◆ Na terça-feira, o secretário da Fazenda, Aod Cunha, entregou ao PP uma análise da viabilidade das propostas que o partido apresentou como alternativa ao aumento de impostos.

ZERO HORA.COM

Acompanhe a polêmica sobre o terceiro mandato de Lula em www.zerohora.com/blog/usuario

Figura 7

Fonte: Jornal Zero Hora/03/11/2007

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E FINANÇAS

ZERO HORA

Data: 03/11/07 Página: 10

Caderno:

Página 10



ROSANE
DE OLIVEIRA

rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivan.eichler@zerohora.com.br

3218-4387

Por falta de carinho

A resistência dos aliados do governo em aprovar o pacote que está na Assembleia não se deve apenas à dificuldade em votar pelo aumento de impostos. Os deputados reclamam da forma como foram tratados nos primeiros nove meses de governo por Yeda Crusius.

Em todos os partidos há o reconhecimento do esforço do chefe da Casa Civil, Luiz Fernando Záchia, mas os parlamentares sentem falta de uma relação mais estreita com a governadora. Acostumados ao

estilo do governador Germano Rigotto, que os fazia se sentirem importantes, os deputados reclamam da frieza de Yeda.

Essas conversas individuais que ela está propondo agora vêm tarde demais. Eu só fui convidado uma vez para ir ao palácio, num jantar com a bancada, o que já limita a possibilidade de uma conversa franca – diz Alexandre Postal, que viaja neste sábado para a Holanda, depois de avisar que votará contra o pacote.

Os deputados também são unânimes em reconhecer que

o secretário Aod Cunha não mede esforços para explicar o pacote e não deixa pergunta sem resposta. Paradoxalmente, nem todos os aliados estão convencidos de que o cenário é sombrio como desenha Aod. Uns acham que o crescimento da economia produzirá o aumento de receita necessário para equilibrar as contas, outros, que é possível fazer o ajuste a médio prazo, e um terceiro grupo insiste na ideia de pressionar o governo federal para liberar recursos em vez de elevar a receita pelo aumento de impostos.



SOB PRESSÃO

Poucos deputados vivem um dilema igual ao de Alberto Oliveira (PMDB) em relação ao pacote do governo.

Ex-chefe da Casa Civil de Germano Rigotto, Alberto trabalhou pela aprovação do tarifaço em 2004, e agora se divide entre ser coerente com o passado e a pressão dos empresários que não concordam que aumentem ICMS seja a saída para a crise.

Alberto repudia a estratégia do governo para aprovar as medidas:

– Sinto um extremo desconforto com a imagem que o governo está passando do

Estado. Estamos jogando o Estado muito para baixo e isso gera desconfiança para os investidores. Sabemos que as receitas foram subestimadas e que se exagera na exposição das dificuldades.

Para aliviar o estresse, Alberto recorre à música, como fez um pouco antes de iniciar uma audiência pública na UCS, nesta semana, sobre aquecimento global, quando tocou no piano o clássico *Carinhoso*, de Pixinguinha.

– A alma humana cresce com o som e a harmonia do piano e pode nos ajudar a tomar as mais difíceis decisões – filosofa.

ALIÁS

A estratégia da governadora de anunciar o pacote com antecedência teve o mérito de permitir o amplo debate das medidas, mas pode acabar prejudicando o governo na votação: os deputados reclamam de pressão das bases contra o aumento de impostos.

Unanimidade só se for contra

A insistência do presidente do PP, Jerônimo Goergen, de que a bancada não pode se dividir na votação do pacote, empurra o partido para o voto contra. João Fischer, Mano Changos e Francisco Appio estão irredutíveis.

– Se eu quero reinventar o PP, não posso permitir a divisão da bancada – justifica Jerônimo, que em dezembro desistiu de ser secretário da Agricultura para não ter de votar a favor do aumento do ICMS.

Leila Fetter avisou à governadora Yeda Crusius que se a bancada do PP for liberada ela votará contra o pacote. Se fechar questão a favor, se renderá à vontade da maioria.

Soluções radicais

Como alternativa ao aumento do ICMS e à retenção dos créditos para os exportadores, o deputado João Fischer (PP) propõe medidas radicais, como privatizar os presídios e a Fase e municipalizar todo o Ensino Fundamental.

O deputado sabe que mesmo transferindo serviços para o setor privado os custos diminuirão pouco, porque não se pode demitir funcionários estáveis, mas sugere que os servidores sejam realocados para áreas que têm carência de pessoal.

MIRANTE

◆ Na terça-feira, o secretário da Fazenda, Aod Cunha, entrega ao PP uma análise da viabilidade das propostas que o partido apresentou como alternativa ao aumento de impostos.

ZERO HORA.COM

Acompanhe a polêmica sobre o terceiro mandato de Lula em www.zerohora.com/blog/rosane

Figura 8

Fonte: Jornal Zero Hora/ 03/11/2007 P. 10

Tudo pela aprovação

Quanto mais se aproxima a data de votação do pacote fiscal do governo Yeda Crusius, mais clara vai se tornando a negociação para tentar aprovar as medidas na Assembléia. Quando apresentou o seu plano de recuperação das finanças, um dos argumentos da governadora para não fixar um prazo de vigência do aumento das alíquotas de ICMS era de que os problemas do Estado não se restringiam aos seus quatro anos de mandato. O próximo governador não poderia assumir sem contar com essa receita, considerada fundamental para o equilíbrio das contas.

Indiretamente, Yeda mandava um recado ao seu antecessor, Germano Rigotto, que conseguiu

aprovar um aumento de impostos que vigorou até 31 de dezembro de 2006, quando terminou o seu mandato. Yeda assumiu dia 1º de janeiro com R\$ 700 milhões a menos de receita. Ao abrir a possibilidade de estipular um prazo de vigência, o Piratini está atendendo aos apelos de deputados aliados, que precisam de argumentos para convencer os eleitores a aprovar o aumento de impostos. Se com prazo de vigência já é ruim, sem ele fica ainda pior.

Como a medida de Yeda interessa a todos os partidos que são potenciais candidatos a retornar ao Piratini, inclusive ao PT – que votará contra o pacote –, é provável que os aliados

encontrem uma saída salomônica. A bancada do PMDB estuda apresentar uma emenda ao pacote propondo que o aumento de impostos tenha validade até o segundo ano da próxima administração. Ou seja, até 2012.

As outras duas possibilidades de negociação admitidas pelo Piratini para aprovar o pacote já eram esperadas. As maiores queixas dos deputados estão no aumento das alíquotas do diesel e do gás natural veicular. A primeira, por atingir diretamente no desempenho da economia gaúcha. A segunda, por prejudicar o consumidor, já que o aumento do GNV acarretaria elevação das tarifas de táxi em Porto Alegre.

Cenário sombrio

Em resposta aos deputados aliados que não consideram o quadro do Estado tão sombrio e que acreditam que o crescimento da economia gaúcha produzirá o aumento de receita necessário para equilibrar as contas, o secretário Aod Cunha, dá os seguintes argumentos:

– Duas fontes oficiais (Banco Mundial e Secretaria Nacional do Tesouro) atestam a situação crítica do Estado, o único que ainda apresenta déficit orçamentário.

– Se a receita tributária estivesse vinculada ao desempenho da economia, o crescimento da arrecadação estaria em 6%. Segundo Aod, o crescimento nominal do ICMS até setembro foi de 1,6%. Já a arrecadação real registrou queda de 2,8%.

Mais um voto contra

Líder da bancada do PPS, Berfran Rosado já avisou o governo que votará contra o aumento de ICMS:

– Não tenho espaço de recuo. Representaria o fim da minha atividade política. Toda a minha campanha foi feita contra o aumento de impostos.

O governo, porém, recebeu a garantia de que Berfran não faria campanha contra as medidas.



FOTO: GUSTAVO M. PEREIRA/REUTERS

ALIÁS

Na avaliação do secretário da Fazenda, Aod Cunha, estipular prazo para o aumento das alíquotas do ICMS deixarem de vigorar vai contra o esforço do governo de trabalhar por um ajuste fiscal permanente e que interesse aos futuros governos.

TRÉGUA EM SÃO BORJA

Ferrenhos opositores na Assembléia Legislativa, os deputados Ronaldo Zülke (PT) e Nelson Marchezan Júnior (PSDB) deram uma trégua ao embate recentemente em São Borja.

Convidados para um jantar promovido pelo grupo amador de artes Angélicas, os dois parlamentares ficaram maravilhados com a mesa exposta aos convidados, especialmente com a quantidade de dourados – peixe típico do Rio Uruguai – assados para a ocasião.

Amanhã, Zülke e Marchezan voltam a se enfrentar. O petista tenta pela terceira vez votar o requerimento que coloca em votação o projeto de lei que restabelece os benefícios do extinto Simples Gaúcho, destinado aos micro e pequenos empresários.

Nas duas votações anteriores, os aliados do governo Yeda se retiraram do plenário para evitar a aprovação do requerimento, já que o projeto de Zülke colide com o pacote do Piratini.

Figura 9

Fonte: Jornal Zero Hora/05/11/2007 P.12

ZERO HORA

Data: 6/11/07 Página: 8

Caderno:

Página 10



ROSANE
DE OLIVEIRA

rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387

A conta, senhores

Não dá para chamar de Plano B, mas o governo já deu a letra sobre o que fará se o aumento do ICMS for rejeitado: terá de cortar incentivos fiscais e créditos de exportação, mesmo que isso signifique desemprego em alguns setores. O recado vem sendo dado pela governadora Yeda Crusius nos encontros individuais com os deputados aliados e pelos secretários Aod Cunha e Luiz Fernando Záchia em conversas com empresários.

A avaliação do governo é de que os servidores já deram todo o sangue que

poderiam dar e não agüentariam mais ser sacrificados. O grande temor é ter de atrasar salários na faixa de R\$ 1,5 mil, o que atingiria professores e policiais, com risco de colapso nos serviços essenciais.

O conselho de dirigentes empresariais para que o governo atrase salários e "aposte no pior" para convencer as corporações e a sociedade da gravidade da crise é considerado "uma irresponsabilidade".

— Quem dá uma sugestão dessas não tem noção do que significa governar — diz o

secretário Záchia, usando praticamente as mesmas palavras de Aod.

Nestes dias que antecedem a votação do pacote, a estratégia do governo é mostrar aos empresários e aos deputados o peso do voto "não". No caso dos empresários, o recado é claro: eles acabarão pagando a conta se o pacote for rejeitado.

— Não queremos quebrar contratos, mas se não houver outra saída, teremos de renegociar incentivos e cortar créditos de exportação — avisa a governadora.

ALIÁS

O corte de incentivos sempre foi a alternativa preferida do PT para evitar o aumento do ICMS.

Promessa de voto contra

O deputado governista Edson Brum (PMDB), que se mostrava resistente ao pacote do governo, mas não havia anunciado formalmente seu voto, garantiu ontem a líderes empresariais de Santa Cruz do Sul que votará contra o projeto de aumento de ICMS.

Além de Brum, os outros três representantes do Vale do Rio Pardo na Assembleia — Kelly Moraes (PTB), Adelfo Brito (PP) e Heitor Schuch (PSB) — prometeram o mesmo.

As declarações foram feitas a 80 pessoas em uma reunião-almoo da Associação das Entidades Empresariais da cidade.

Leila ironiza voto de colegas

Na reunião que teve com a governadora Yeda Crusius, a deputada Leila Fetter avisou: só vota a favor do aumento do ICMS se essa for uma decisão fechada do PE. Do contrário, seu voto é não.

Na condição de suplente, a deputada disse que não vai atrapalhar se o governo quiser fazer como o anterior na mesma situação: devolver o titular da cadeira à Assembleia.

Leila desaprova o uso que outros deputados fazem do voto dela:

— Gente que votou a favor do aumento no governo Rigotto agora vem dizer que é contra porque eu sou contra. Nunca pensei que meu voto tivesse tanto peso na opinião dos meus colegas.



OLHOS NOS OLHOS

Depois de ouvir os ex-governadores Antônio Brito, Germano Rigotto, Amaral de Souza e Alceu Collares, a governadora Yeda Crusius conversou ontem com Jair Soares. No ano passado, Jair dizia ter pena do futuro governador, tal a penúria das finanças públicas.

Antes do aumento do ICMS, o ex-governador acha que Yeda precisa esgotar a negociação de outras alternativas, como a liberação de recursos federais.

Até quinta-feira, a governadora deverá concluir a rodada de conversas individuais com os deputados da base aliada.

Só Berfran Rosado (PPS) e Kelly Moraes (PTB) não serão convidados a atravessar a Duque de Caxias para conversar com Yeda no Piratini. O governo optou por não constrangê-los, já que seriam irreduzíveis.

Na avaliação do governo, a resistência dos deputados aumentou depois da audiência pública com a presença dos presidentes de federações empresariais e do vice-governador Paulo Feijó na Assembleia.

Figura 10


Fonte: Jornal Zero Hora/06/11/1007 P. 8

ZERO HORA

Data: 12/11/07 Página: 12

Caderno: _____

Página 10

 ROSANE DE OLIVEIRA
✉ rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
✉ vivian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387


 O adiamento da votação do pacote será inevitável diante da impossibilidade do governo conseguir votos suficientes para aprovar o aumento do ICMS até quarta-feira.

Figura 11
Fonte: Jornal Zero Hora/12/11/2007 P.12

A PARTIR DA 13ª EDIÇÃO DO ZERO HORA SERÁ POSSÍVEL ASSINAR O PERIÓDICO

ZERO HORA

Data: *13/11/07* Página: *12*

Caderno: _____

Página 10



ROSANE DE OLIVEIRA
rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387



OPORTUNIC. ESCANHEIA ROSANE

EQUILIBRISTA

A insistência para que a bancada vote unida contra ou a favor do pacote do governo tem feito o deputado Jerônimo Goergen pisar em ovos.

Como não conseguiu reunir os colegas no domingo à noite, Goergen passou o dia de ontem repetindo insistentemente que não daria opinião sobre o pacote pelo partido ou pela bancada, mas que suas posições eram individuais.

Mesmo assim, foi enfático ao dizer em encontro do Conselho Político do governo no Palácio Piratini, que se a bancada fechar voto contra os projetos, o PP deixará os cargos no Executivo estadual.

Figura 12

Fonte: Jornal Zero Hora/13/11/2007 P.12

Data: 14/11/07 Página: 12

ZERO HORA

Caderno: _____

Página 10



ROSANE DE OLIVEIRA
rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387

Incerteza na hora da decisão

Foi uma surpresa para o chefe da Casa Civil, Luiz Fernando Záchia, a oposição ter se unido ao Democratas para impedir a tentativa de acordo de adiar a votação do pacote por uma semana. Sem acordo, parecia simples aos articuladores do Piratini acionar o Plano B: os aliados se retirariam do plenário, e a votação seria transferida por falta de quórum. Mas não foi. Com os aliados do governo divididos, até ontem à noite o Palácio Piratini não estava seguro de que conseguiria esvaziar o plenário hoje à tarde.

Se não conseguir impedir a votação hoje, a

derrota será inevitável: o governo não tem votos para aprovar o aumento de impostos nem a Lei de Responsabilidade Fiscal. O prazo de uma semana é o mínimo para tentar costurar um acordo, mas para isso o Piratini terá de ceder. E não terá garantia de aprovação.

Pelos cálculos do líder do PT na Assembleia, deputado Raul Pont, há 28 ou 29 votos garantidos contra o pacote. A oposição trabalha para garantir que todos esses estejam em plenário hoje. O Piratini faz movimento contrário: até o início da sessão, todo esforço será feito para convencer os aliados a deixar o

plenário e adiar a votação para a semana que vem.

A avaliação na Assembleia é que o governo demorou demais para acenar com mudanças que poderiam garantir a aprovação de pelo menos uma parte das medidas e assim reduzir pelo o déficit em 2008.

Na tentativa derradeira de aprovar o pacote, o governo voltou a advertir os empresários e os deputados de sua base para as consequências do voto não: maior atraso nos salários, corte de incentivos fiscais e de créditos de exportação, colapso dos serviços públicos.

!

A insistência do presidente do PP, Jerônimo Goergen, de que os nove deputados votem unidos contra ou a favor do pacote é a principal pedra no caminho da governadora.

Chance para os técnicos

Se PMDB e PP deixarem o governo em consequência do resultado da votação do pacote, como admitem seus líderes, a governadora Yeda Crusius deverá **recompôr o secretariado** com técnicos sem vinculação partidária.

Diante da iminente derrota na Assembleia, Yeda pode aproveitar a oportunidade para um **enxugamento drástico** do número de secretarias, com seus respectivos CCs.

ALIAS

A falta de um sinal claro de disposição do governo para alterar substancialmente o pacote dificulta o adiamento da votação.

ZERO HORA.COM

Participe das discussões em
www.zerohora.com/blog/ptm/ptm

Figura 13
Fonte: Jornal Zero Hora/14/11/2007 P.12

X

Data: 15/11/2007 Página: 12

ZERO HORA

Página 10

ROSANE
DE OLIVEIRA

rosane.oliveira@zerohora.com.br

Com VIVIAN EICHLER
vivian.eichler@zerohora.com.br

3218-4387

Depois da tempestade

Ao contrário do dito popular, ninguém poderá esperar a bonança depois da tempestade de ontem, quando a Assembleia sepultou o pacote da governadora Yeda Crusius. Como a governadora e os secretários optaram por não dar entrevistas, os cenários do futuro só podem ser traçados a partir de declarações anteriores, que apontam para um horizonte sombrio.

Já na apresentação das medidas, o governo advertiu que a rejeição do pacote significaria agravamento do déficit em 2008, maior atraso no pagamento dos salários, investimento próximo de zero, queda na qualidade dos serviços públicos, perda de empregos.

Mais de uma vez o secretário da Fazenda, Aod Cunha, disse que não há dinheiro para pagar o 13º salário do funcionalismo e que, sem previsão de aumento de receita, pensaria muito antes

de tomar um empréstimo no Banrisul, como fez o governo passado, e pagar R\$ 80 milhões de juros em 2008. Os sindicatos de funcionários públicos, que comemoram a derrota do governo com foguetório e discursos na Praça da Matriz, poderão ser os primeiros a sofrer as consequências da rejeição do aumento do ICMS.

Os empresários, que pressionaram os deputados e acamparam na entrada do plenário, pagarão a conta de outra forma: o governo já avisou que haverá corte nos incentivos fiscais e nos créditos de exportação. Micro e pequenas empresas serão oneradas porque sem o aumento do ICMS morre o projeto do Simples gaúcho, que estava embutido na proposta. Mesmo que a Assembleia aprove o projeto do deputado Ronaldo Zülke (PT), a governadora deve vetá-lo, alegando inconstitucionalidade.

Polêmica na presidência

A adesão do deputado Frederico Antunes (PP) à estratégia do governo de abandonar o plenário para tentar adiar a votação do pacote jogou a presidência dos trabalhos no colo de Adão Villaverde (PT) e transformou o plenário numa festa da oposição.

Frederico foi criticado pela oposição por ter trocado a postura de magistrado que se espera do presidente da Assembleia pela de membro da base aliada.

Frederico explica saída

Horas depois de encerrada a sessão, o deputado Frederico Antunes explicou à Página 10 sua retirada de plenário:

— Sai por uma questão institucional. Nunca vi bancada de oposição negar a prorrogação de prazo para a votação de um projeto e avaliei que devíamos dar ao Executivo a oportunidade de construir uma alternativa, o que não significava ser a favor do projeto.

ALIÁS

Quem conversou com a governadora Yeda Crusius ontem concluiu que ela não fará nenhum esforço para manter o PP no governo.

ZERO HORA.COM

Para saber mais sobre o pacote e os bastidores da derrota do governo, além de acompanhar as manifestações de lobbies, acesse www.zerohora.com/blog/rosane



O clima entre o vice-governador Patilo Feijó e a bancada do PT antes e depois da votação era de camaradagem.

Os empresários também estavam encantados com o nocaute da oposição no governo. Perguntado se estava feliz com a derrota do governo na Assembleia, Feijó respondeu:

— Como membro do governo, não posso estar feliz, mas como cidadão, estou. A sociedade não pode pagar esta conta.

Após a sessão, Feijó parabenizou deputados petistas pelo resultado.

— Agradeço a gentileza. Tivemos uma visão comum — disse o deputado Ronaldo Zülke.



EQUÍVOCO FATAL

Um erro do governo foi decisivo para o fracasso da estratégia de esvaziar a sessão e adiar a votação do pacote para a semana que vem: a permanência do deputado Pedro Westphalen na Secretaria de Ciência e Tecnologia.

Se Westphalen tivesse voltado para a Assembleia, desbancando a suplente Leila Fetter, faltaria quórum para a votação.

Leila nunca escondeu que era contra o pacote. Avisou a própria governadora para que não contasse com ela. Na terça-feira, esvaziou as gavetas de seu gabinete na Assembleia, certa de que seria substituída por Westphalen. Ontem, passou o dia recebendo pressão dos colegas e de

integrantes do governo, mas não recuou.

No início da sessão, o chefe da Casa Civil, Fernando Zúñiga, ainda tentou convencê-la a sair do plenário, mas foi em vão. Embora outros deputados do PP tenham votado com a oposição, Leila era a única que podia ter sido substituída.

Fracassada a tentativa de convencer Leila Fetter a não dar quórum, o governo tentou atrair Kahl Schibe (PDT), mas não conseguiu.

A explicação de Westphalen para não ter retornado à Assembleia mostra o erro de cálculo do governo:

— Não se imaginava que não seria possível adiar a votação. Era inimaginável.



MIRANTE

A oposição e o Democratas foram intransigentes: dar prazo para a negociação é do jogo político e não significava aprovar o pacote.

◆ Cassiá Carpes e Kelly Moraes foram os únicos deputados do PTB a votar contra o governo. Cassiá deve deixar a liderança do PTB para trabalhar pela independência do partido.

◆ O governo estava tão certo de que conseguiria o acordo para adiar a votação do pacote que liberou o deputado Alberto Oliveira (PMDB) para viajar a São Paulo. Como o placar foi de 34 a zero, a ausência de Alberto não fez diferença.

◆ Berfran Rosado (PPS) cumpriu a promessa feita ao governo: não deu quórum, mas quando constatou que havia 28 deputados em plenário registrou presença e votou contra o aumento do ICMS.

◆ Na tentativa de se manter na Secretaria da Cultura se o PP sair do governo, já que se considera da cota pessoal da governadora, Mônica Leal pediu afastamento da executiva do partido. O próximo passo deve ser a desfiliação.

Figura 14

Fonte: Jornal Zero Hora/15/11/2007 P.12

A apresentação das 10 colunas serviu para que se pudesse visualizar na íntegra todo o objeto de estudo na sua totalidade. A “Página 10”, como se pode observar, deu destaque especial à cobertura do lançamento, da discussão, da votação e da repercussão da derrota do projeto. A coluna soube valorizar o assunto, transmitindo ao público leitor sempre uma informação nova em relação às discussões em torno da proposta.

No período analisado, o projeto de aumento do ICMS proposto pelo governo do Estado do Rio Grande do Sul foi o tema mais importante na coluna política. Essa valorização do assunto ajudará no processo de interpretação/re-interpretação do tema, etapa seguinte deste trabalho.

9.3 INTERPRETAÇÃO/RE-INTERPRETAÇÃO DA PÁGINA 10

Chegamos à fase decisiva da aplicação metodológica, a terceira conhecida como interpretação/re-interpretação.

Essa etapa, de acordo com Thompson (1995) é facilitada pelos métodos da análise formal ou discursiva, apesar de ser diferente dela. Os métodos da análise discursiva dividem, desconstruem, procuram conhecer em profundidade os padrões e efeitos que constituem e operam dentro de uma forma simbólica ou discursiva.

A interpretação constrói sobre esta análise, como também sobre os resultados da análise sócio-histórica. Mas a interpretação implica um movimento novo de pensamento, faz a síntese, a construção criativa de possíveis significados.

Por mais rigorosos e sistemáticos que os métodos da análise formal ou discursiva possam ser, eles não podem abolir a necessidade de uma construção criativa do significado, isto é, de uma explicação interpretativa do que está representado ou do que é dito.

As formas simbólicas ou discursivas são construções que, tipicamente, representam algo, referem-se a algo, dizem alguma coisa sobre algo, e é esse aspecto referencial que procuramos nos processos de interpretação.

Thompson afirma que o processo de interpretação vai além dos métodos da análise sócio-histórica e da análise formal ou discursiva. Ele transcende a contextualização das formas simbólicas tratadas como produtos socialmente situados e o fechamento das formas simbólicas tratadas como construção que apresentam uma estrutura articulada. As formas simbólicas representam algo, elas dizem alguma coisa sobre algo, e é esse caráter transcendente que deve ser compreendido pelo processo de interpretação.

O processo de interpretação, mediado pelos métodos do enfoque da hermenêutica de profundidade, é simultaneamente um processo de re-interpretação. As formas simbólicas, objeto de interpretação, são parte de um campo objetivo pré-interpretado. Esse processo é necessariamente arriscado, cheio de conflito e aberto à discussão, ensina Thompson, esclarecendo que a possibilidade de um conflito de interpretação é intrínseco ao próprio processo.

Diante dos pressupostos colocados, essenciais para que se faça o processo de interpretação/re-interpretação do objeto de estudo, a terceira e última etapa da HP, verifica-se que nas colunas analisadas o tema fundamental da pesquisa, o projeto de aumento do ICMS do governo do Estado do Rio Grande do Sul, sempre teve destaque na publicação.

Apenas em duas edições da coluna ocorreu de só uma nota ser publicada, foi nos dias 12/11/2007 e 13/11/2007. Nas demais, várias informações foram divulgadas, publicadas diversas fotos, e em quatro o tema principal de abertura de página foi o projeto em si.

Nesse período, em que o tema esteve em destaque no noticiário, do dia 5/10/2007 ao dia 15/10/2007, foi o assunto mais importante da cobertura política da coluna "Página 10" do jornal Zero Hora.

Na primeira coluna, a colunista praticamente não emitiu comentários relativos ao mérito da proposta. Foi apresentado o projeto, com todas as suas minúcias e detalhes. A colunista descreveu seu rigor fiscal e exibiu o cenário que o governo previa caso a proposta fosse rejeitada.

A “Página 10” foi pouco opinativa na coluna do dia 5/10/2007, restringindo-se mais à informação e ao cenário sombrio das finanças do Tesouro estadual naquele momento.

Já na segunda coluna analisada, o texto da abertura de página, intitulado “Pedras no caminho do pacote”, apresenta as dificuldades que o projeto teria para sua aprovação. A colunista Rosane de Oliveira informou com exclusividade que deputados integrantes da base de apoio ao governo do Estado já haviam informado a integrantes do governo do Estado que votariam contra o projeto de aumento do ICMS.

Mais adiante, na terceira coluna, a colunista começa a trabalhar com a idéia de adiamento de votação da proposta – uma idéia recorrente em outras colunas. Nas demais notas, começa a informar sobre as posições que os partidos poderiam tomar a respeito do projeto. “Página 10” começa a prever um cenário sombrio para os interesses do Poder Executivo estadual.

Rosane noticia as definições que os partidos começam a tomar em relação à votação da proposta com uma forte tendência de rejeição da iniciativa do Executivo. Ela ressaltou ainda que o governo demorou para negociar com quem realmente iria decidir o destino do projeto, os deputados estaduais.

Na quarta coluna pesquisada, a colunista começou a registrar os bastidores da política, destacando no texto inicial, sob o título “Por falta de carinho”, as dificuldades que o governo teria em aprovar o projeto devido ao estilo pessoal da governadora Yeda Crusius (PSDB) de não “ter uma relação mais estreita com os parlamentares”. A coluna começou a ter mais notas relativas à votação do projeto, detalhando as sugestões de parlamentares para enfrentamento da crise financeira

estadual, além da pressão que os deputados passam a sofrer para votar favoravelmente à proposta.

Na metade da análise apresentada na quinta coluna, o tema prossegue com destaque. A abertura de página registra o empenho do governo do Estado em tentar aprovar a proposta, com a possibilidade de retirada de alguns itens, como o relativo ao aumento das alíquotas do óleo diesel e do gás natural veicular (GNV), além do estabelecimento de um prazo determinado de vigência do aumento do tributo.

Nas demais notas, Rosane de Oliveira destaca que as resistências à aprovação da proposta começam a crescer. Registrou, no entanto, uma argumentação favorável ao governo do Estado, feita pelo secretário da Fazenda, Aod Cunha, prevendo um quadro financeiro terrível no Estado caso o projeto fosse rejeitado.

Essa declaração de um secretário com grande credibilidade na época causava preocupação para alguns setores da opinião pública, principalmente segmentos do funcionalismo público estadual, preocupados com a possibilidade real de atraso no pagamento dos seus vencimentos.

O discurso oficial apostava no caos, como forma de tentar persuadir os parlamentares a votarem a favor da proposta, evitando o mal menor, de acordo com o viés do governo, que seria o aumento dos impostos, penalizando a população, mas mantendo a máquina pública e os serviços essenciais em funcionamento.

Avançando mais, a colunista registrou, na sexta coluna, em comentário no texto principal, os possíveis percalços pelos quais poderia passar o funcionalismo público com o atraso de salários se a proposta fosse rejeitada, bem como, em caso de rejeição da proposta, a decisão do governo do Estado de cortar os incentivos fiscais a diversos setores da economia gaúcha como forma de aumentar a arrecadação de impostos.

O corte dos incentivos fiscais, embora fosse uma medida simpática ao principal partido de oposição, o PT, não serviria para demover a agremiação a votar

a favor do governo, mas assustaria integrantes da sua base, defensores dessa política como atração de empresas e de novos investimentos para o Estado.

Na sexta coluna, são apresentadas mais informações exclusivas de parlamentares integrantes dos partidos da base que apóia o governo do Estado, que anunciavam sua posição definitiva contrária à proposta. Na foto principal, a coluna registra um encontro da governadora Yeda Crusius (PSDB) com o ex-governador do Estado, Jair Soares (PP), ocasião em que a chefe do Executivo Estadual buscava aconselhamento para enfrentar a grave situação financeira do Tesouro do Estado.

Rosane de Oliveira, voltou a tentar interferir no processo na sétima coluna da “Página 10”. Em nota pequena, defende de novo o adiamento da votação do projeto, como sendo inevitável diante da “impossibilidade do governo conseguir votos suficientes para aprovar o aumento do ICMS”. Sugestão que em nenhum momento foi registrada na coluna como sendo idéia de algum parlamentar ou autoridade envolvida nas negociações, apenas como proposta da colunista.

Na oitava coluna, apenas uma nota com foto foi publicada relativamente ao tema. Sob o título “Equilibrista”, tratou das dificuldades que o governo estava tendo para conquistar o apoio do Partido Progressista (PP), que só admitia votar o projeto com uma posição única ou a favor ou contra a proposta.

Aproximando-se da votação, na penúltima coluna estudada, o assunto principal continua sendo o projeto de aumento do ICMS. Já na abertura de página, a colunista previa as dificuldades da votação da matéria, bem como do adiamento da votação da proposta. A coluna especula que, em caso de rejeição da proposta, o PMDB e o PP poderiam deixar os cargos que ocupam no governo do Estado, abrindo a possibilidade de técnicos ocuparem a titularidade das pastas. A coluna desiste de incentivar o adiamento da votação do projeto, pois o governo não tinha dado nenhuma sinalização de que iria alterar a proposta.

Por último na décima coluna, Rosane de Oliveira dedicou a integralidade do espaço para o tema. Com o título “Depois da Tempestade”, o editorial da coluna previu o caos na situação das finanças do Tesouro estadual. Com base em

manifestações do secretário da Fazenda, Aod Cunha, a colunista previu o pior cenário possível para os servidores públicos, além da queda na qualidade da prestação dos serviços públicos.

O texto trabalhou com hipóteses as mais catastróficas, como a possibilidade de não pagamento do décimo-terceiro salário aos servidores estaduais, o corte dos incentivos fiscais, o corte dos créditos de exportação das empresas e o fim do Simples gaúcho (projeto que beneficiava com menor carga tributária as microempresas).

Em outras notas, a “Página 10” também especulou sobre a possibilidade de saída de mais partidos da base aliada do governo do Estado, como o PTB.

A colunista apontou apenas um erro cometido pelos articuladores do governo do Estado durante o processo de votação do projeto, que foi o não retorno de um deputado titular para a Assembleia Legislativa, deputado Pedro Westphalen (PP), que estava ocupando a Secretaria de Ciência e Tecnologia, com a substituição da deputada suplente Leila Fetter (PP), que já tinha anunciado que votaria contra o projeto do governo do Estado.

A coluna ainda destacou a intransigência dos partidos da oposição, aliados aos Democratas, que não permitiram o adiamento da votação da proposta, prática comum nos legislativos.

A “Página 10” ainda publicou uma foto mostrando a comemoração dos deputados da bancada do Partido dos Trabalhadores com o vice-governador do Estado, Paulo Afonso Feijó, integrante do Democratas, que mobilizou-se contra a proposta.

Também foi objeto de registro, a ausência no plenário do presidente da Assembleia Legislativa, deputado Frederico Antunes (PP), em uma votação importante do Legislativo, fato este inédito em sessões de grande importância.

Esse relato detalhado das informações, notas, comentários e fotos publicados nas dez edições pesquisadas permitirá que se chegue a uma conclusão a respeito da análise da coluna e dos diversos conceitos estudados neste trabalho.

No próximo capítulo, o pesquisador terá condições de fazer a interação entre os diversos conceitos e o objeto de estudo específico para que faça suas conclusões sobre o tema.

CONCLUSÃO

As colunas estudadas serviram para que se conseguisse mostrar que a hermenêutica de profundidade (HP) respondeu aos questionamentos previstos nos objetivos iniciais deste estudo. O método permitiu que se conseguisse estabelecer um posicionamento sobre os fatos que nortearam a realização dos acontecimentos relativos ao projeto de aumento do ICMS do governo do Estado do Rio Grande do Sul em 2007, em que condições ocorreram e o seu por quê.

Foi possível através da utilização da HP fazer-se um resgate histórico de como estava a situação das finanças do Estado do Rio Grande do Sul e quais os mecanismos que os ex-governadores utilizaram para enfrentar essa realidade.

A hermenêutica de profundidade serviu também para que se pudesse analisar, edição por edição da coluna, num total de dez, a aplicação pela colunista dos conceitos propostos por esta pesquisa, como *agenda-setting*, poder, política, colunismo e comunicação política.

Esse processo todo permitiu que se fizesse a interpretação/re-interpretação dos fatos pesquisados. Com base nisso, o pesquisador chegou a algumas conclusões que serão apresentadas a seguir.

O colunismo reafirmou-se como um gênero de grande relevância no jornalismo impresso atual pelo seu processo de busca de notícias exclusivas, com texto mais refinado e que consegue transmitir em três ou quatro linhas uma informação relevante, com um toque diferenciado.

A coluna política “Página 10” trabalha, como registra Luis Amaral (1978) em sua conceituação sobre o colunismo no Brasil, como sendo, não o resumo dos principais acontecimentos do dia, mas a explicação íntima desses fatos, utilizando-se da capacidade de dizer o máximo com o mínimo de palavras.

As dez edições da coluna analisadas, ao contrário do que afirma Franklin Martins (2005), crítico do excesso de colunismo, não exageraram na quantidade de opinião nem na interpretação dos fatos, não tendo sido cansativa, pelo menos na observação deste pesquisador.

Poder-se-ia conceituar que o colunismo político, numa linguagem econômica, trata do varejo, enquanto a cobertura política tradicional trata do atacado. A coluna busca colocar o leitor informado das entranhas do poder, muitas vezes, informando os bastidores dos acontecimentos, enquanto a informação política publicada na editoria de política fica presa ao fato.

Já a observação de Carlos Castilho de que “as pessoas passam a dar mais relevância a um tema depois que ele é tratado em colunas assinadas” é visível nas observações que se faz, quer seja na pesquisa, seja na vivência profissional de jornalista com mais de 20 anos de carreira.

A coluna serve como pauta para programas de rádio, televisão, *sites* de Internet e *blogs*, revistas e tantos outros meios de comunicação social existentes. Várias notas publicadas na coluna foram objeto de manifestação de parlamentares na tribuna da Assembleia Legislativa, em reuniões das comissões técnicas do Legislativo Estadual, em audiências públicas e em entrevistas e debates de programas de rádio e televisão.

Embora seja de difícil comprovação, especula-se que muitos parlamentares plantam notas para serem publicadas nas colunas como forma de forçar uma negociação com o Poder Executivo na busca de benesses para suas regiões eleitorais ou para o segmento que representam no parlamento estadual.

Essa observação, porém, não será aprofundada, embora bastante comentada nos bastidores da política, por não ser objeto deste estudo. Seu registro se dá devido à forma bastante incisiva com que o tema é tratado nos corredores do Poder Legislativo.

Outra conceituação de comunicação política que se encaixa perfeitamente no papel da coluna política “Página 10” e o jornalismo político, especificamente no caso do projeto de aumento do ICMS no Rio Grande do Sul, é a de Mário Mesquita.

De acordo com o pesquisador, as sessões parlamentares, as campanhas eleitorais, as relações públicas governamentais, municipais e locais, bem como as formas de expressão mediadas pelo jornalismo, pela programação televisiva e radiofônica, pela publicidade ou pelas relações públicas, inserem-se nesse contexto do mundo da comunicação e da política.

Um exemplo dessa definição é o fato de que as sessões dos parlamentos hoje são transmitidas ao vivo pelo sistema de televisão a cabo. Embora a audiência seja pequena – o que é atribuído a diversos fatores, como o desinteresse pela política, o fato de se realizarem, geralmente, em horário comercial, além da utilização de linguagem desconhecida pela maioria da população – o colunista político pode acompanhar o desenrolar da sessão ao vivo. Se ocorrer algum fato extraordinário, a notícia será colocada imediatamente em seu *blog*.

A coluna “Página 10” serviu também para promover “um intercâmbio de informação entre os governantes e os governados, através de canais de transmissão estruturados ou informais”, conforme Jean Marie Cotteret.

Isso se dá quando os governantes conseguem passar para o colunista, com clareza, os objetivos das propostas e idéias. Caso contrário, após a publicação da notícia, a repercussão junto aos governados (leitores) não será boa, e o projeto terá mais dificuldade para ser aceito pela população, causando desgaste para o governo e dificultando o processo de governabilidade.

Sobre a influência da hipótese da *agenda-setting* nas notícias publicadas na “Página 10” do jornal Zero Hora, deve-se registrar que alguns conceitos aparecem com clareza nas notas, como o fluxo contínuo da informação, comprovado com a publicação de 43 notas com informações sobre o projeto de aumento do ICMS.

Nas edições pesquisadas, encontramos diversos elementos que caracterizam a *agenda-setting*. O primeiro deles, segundo Antonio Hohlfeldt, é a acumulação, que vem a ser a capacidade que a mídia tem de dar relevância a determinado tema, no caso o projeto de aumento das alíquotas do ICMS no Estado do Rio Grande do Sul. Este item é confirmado pelo fato de que houve coluna, como a publicada no dia 15/11/2007, que só trouxe notícias da votação do projeto, além de outras quatro terem tomado o assunto como tema do comentário de abertura, e de terem sido publicadas seis fotos.

Também aparece com destaque o *frame* temporal, definido como um quadro de informações que se forma ao longo de um determinado período de tempo da pesquisa e que permite a interpretação contextualizada do acontecimento, já que ele cobre todo o período de levantamento de dados das duas ou mais agendas (a agenda da mídia e a agenda dos receptores, por exemplo).

O *frame* temporal se exemplifica pela maneira que o projeto foi noticiado na coluna, começando pela apresentação, depois pela repercussão na sociedade, as negociações no parlamento para sua aprovação e o resultado final do processo, com a rejeição do projeto pelos parlamentares.

Ainda aparece no estudo o conceito de centralidade, que é a capacidade que os meios de comunicação têm de colocar determinado assunto como algo importante, dando-lhe não apenas relevância, mas hierarquia e significado. A centralidade observa-se no grande espaço que o tema ocupou na coluna. As notas sempre tiveram espaços privilegiados. Nunca o projeto deixou de ter destacada sua relevância para a sociedade gaúcha.

Outra característica do agendamento que aparece nas colunas publicadas é a relevância, já que o assunto foi tratado por todos os diferentes meios, como rádios, revistas, TVs e Internet, independentemente do enfoque que tenha sido dado.

Ainda se encontra no estudo a ocorrência da tematização, pois a matéria serviu para diversas suítes, tendo muitos tipos de desdobramento e abordagem. A coluna especulou com várias hipóteses, quer seja de aprovação ou de rejeição do

projeto e suas possíveis consequências no âmbito político e econômico. Trabalhou ainda com a possibilidade de mudança do secretariado estadual, com a participação de mais técnicos em substituição aos políticos que saíssem do governo do Estado caso os seus partidos entregassem os cargos.

Por último, aparece a focalização do tema, já que as notas sobre o projeto foram contextualizadas, foi usada uma linguagem econômica na sua avaliação e nos seus impactos sobre a economia estadual, sempre avaliando as possibilidades de resultados de aprovação ou não da proposta.

Em relação à comunicação política nas edições estudadas, observa-se bem o que Dominique Wolton registra: em política, a ação é inseparável da comunicação, sobretudo na democracia, em que os políticos devem explicar suas propostas para ganhar as eleições ou assegurar a reeleição.

Essa assertiva se justifica pelo fato de que o projeto de aumento de impostos, principalmente o ICMS, enfrenta grande resistência da população gaúcha, sendo um assunto tratado quase como um dogma, o que leva os parlamentares a ter muita dificuldade em aprovar uma proposta de aumento do tributo, temendo as cobranças que serão feitas mais adiante por seus eleitores quando novamente vierem a disputar uma eleição.

A observação de Manuel Pares i Maicas, de que o conceito e o conteúdo de comunicação política é próprio de sistemas pluralistas com vocação democrática, confirma-se na integralidade, pois num regime ditatorial não existe parlamento, não ocorre a necessidade do convencimento da sociedade e dos seus representantes, os parlamentares, para aprovação de qualquer proposta ou projeto que implique mudanças no *status quo*. As decisões são tomadas de cima para baixo, sem discussão, sem o processo de convencimento necessário.

O conceito de Javier del Rey Morató, de que a comunicação política não é a política, mas a política – parte considerável dela – produz-se na comunicação política, é registrado nas colunas, pois todos os bastidores da política, as

articulações do governo e da oposição, a pressão dos segmentos organizados da sociedade são objeto de informações da coluna política.

Os governos utilizam-se da coluna política quando querem mandar um recado para adversários ou mesmo apoiadores com quem estão insatisfeitos. Nesse sentido, os colunistas acabam sendo pautados pela classe política. Mas esse jogo ocorrerá sempre quando a informação for boa, relevante e exclusiva. O colunista sabe que sua coluna será mais prestigiada quando mais informações inéditas e confiáveis publicar.

Esse mundo em que convivem jornalistas, políticos, autoridades do governo, lideranças sindicais, lideranças empresariais na disputa por espaços na mídia exige cada vez uma maior profissionalização do processo de realização da comunicação política entre os colunistas e suas fontes de notícia. Para se ter acesso a um colunista de um grande jornal ou mesmo de um *site* respeitado, o político precisa do apoio de um profissional de comunicação.

Conforme define John Thompson (2005), o jornalista, nas assessorias de comunicação ou de imprensa, como consultor de imagem ou campanha, serve para estabelecer com mais eficácia esse canal de comunicação entre governantes e jornalistas, pois ele tem competência para a produção de conteúdos que possam ser aproveitados pela redação ou coluna, sabe como funcionam os valores do jornalismo, os critérios de noticiabilidade, a rotina de produção e seus processos hierárquicos.

Não se trata de reserva de mercado nem de corporativismo, mas de fato se constata que o político precisa de um aporte profissional no trato da sua relação com a imprensa, principalmente com os colunistas, pois uma palavra mal colocada pode dar origem a uma nota adversa que causará um desgaste desnecessário, além de atrapalhar a tramitação de uma proposta meritória ou mesmo a ascensão a um cargo de destaque.

Na mesma linha de pensamento, Lilleker e Negrine (2002) destacam que as habilidades específicas dos militantes partidários não acompanharam, em geral, as

necessidades de uma comunicação política que se torna, cada vez mais, engenhosa, concebida e configurada para a cobertura da indústria da informação de massa. As regras são essas, exigem preparo e profissionalismo.

O relacionamento entre político e jornalista adquire sempre mais importância. O jornalista quer informações, o político quer visibilidade. Essa combinação já não pode ser feita no improviso, é preciso estratégia, aconselhamento profissional para saber o momento de falar, o momento de ficar calado (praticamente difícil para a maioria da classe política), bem como saber a hora certa de criar o fato que possa ser noticiado pela coluna política.

Na "Página 10", a pesquisa mostrou que a colunista tem várias fontes. Não fica presa a meia dúzia de pessoas que transitam bem no mundo político. A jornalista Rosane de Oliveira procura informações também com os repórteres da Editoria de Política do jornal Zero Hora, além de buscar conteúdos em pessoas que servem ao poder, como funcionários importantes de carreira dos quadros do serviço público.

O colunismo político, como gênero jornalístico é reforçado e consagrado nessa pesquisa. A coluna que tem como meta principal a de antecipar os fatos, servindo como pauta para os demais veículos de comunicação e dos jornalistas é uma realidade cada vez mais presente na imprensa brasileira, com todos os grandes jornais tendo vários colunistas às vezes até sobre o mesmo tema.

Como afirmou Luiz Amaral, o sucesso do colunismo no Brasil, entre outras diversas motivações, deve-se ao "personalismo brasileiro". Esse personalismo na política é uma característica presente com muita força na classe política e nos que aspiram chegar o poder.

O sistema político brasileiro em que o eleitor vota mais no candidato do que no partido é um dos maiores incentivadores do personalismo, pois o eleito sente-se comprometido com o segmento que o elegeu e não com as teses partidárias, até porque os partidos políticos no Brasil, em geral, têm pouco conteúdo ideológico e programático, sendo mais um agrupamento de lideranças com interesses regionais.

A pesquisa também constatou as observações de Davi Emerich, que afirmou que o jornalismo brasileiro encontra-se em franco processo de colonização. Hoje, em todas as publicações impressas dos principais jornais de Porto Alegre (Zero Hora, Correio do Povo, Jornal do Comércio e O Sul), diversas colunas fazem parte no dia a dia dos jornais, e esse número vem crescendo constantemente.

A coluna política, por essência, também mostra a importância da ciência política, pois, como define Robert Dahl, “querendo ou não, não há virtualmente ninguém que esteja fora do alcance de alguma forma do sistema político”. Essa definição serve para confirmar a importância da comunicação política no processo de conquista e persuasão da opinião pública para as teses que os agentes políticos tentam implementar.

Nesse sentido, o colunismo político firma-se como uma das ferramentas mais eficientes de registro da cobertura dos bastidores da política e das atividades dos governantes, levando aos governados as informações que o ajudaram a decidir em quem votar nas próximas eleições.

Nesse processo de investigação do colunismo político, aparece a questão do poder como fato significativo e relevante, em especial na política. A coluna política por essência transita nos meandros do poder, e a “Página 10” do jornal Zero Hora não é diferente. Entre as diversas definições sobre o conceito de poder, a que combina melhor com o mundo político de hoje é a de Talcott Parsons.

Para ele, o poder, não é, basicamente, estar em condições de impor a própria vontade contra qualquer resistência. É, antes, dispor de um capital de confiança tal que o grupo delegue aos detentores do poder a realização dos fins coletivos. Essa definição explica por que o projeto de aumento das alíquotas do ICMS não foi aprovado no Rio Grande do Sul pela Assembleia Legislativa.

O governo do Estado não dispunha desse capital político de confiança, pois, quando da campanha eleitoral para a sucessão estadual em 2006, a então candidata ao governo do Rio Grande do Sul, Yeda Crusius, tinha prometido não

aumentar impostos, e essa mudança de discurso em um período de tempo muito curto tirou sua credibilidade junto a sua base política e à população.

REFERÊNCIAS

ALONSO, Alejandro Muñoz; DADER, José Luiz; MONZÓN, Cândido; ROSPIR, Juan Ignacio. **Opinión pública y comunicación política**. Madrid: EUEDEMA, 1990.

ALBUQUERQUE, Afonso. Manipulação Editorial e Produção da Notícia: Dois Paradigmas da Análise da Cobertura Jornalística da Política. In RUBIM, Antônio Albino et. Al. (Orgs.), **Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos**. Petrópolis; Vozes, 1998.

_____. Um Quarto Poder: Imprensa e compromisso político no Brasil. **Contracampo**, n. 4, 2000.

ARISTÓTELES. **Política**. 2.ed.São Paulo : Martins Fontes, 1998.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Edições 70, 1997.

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na Comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.

BARTHES, Roland. **Aula**. São Paulo: Cultrix. 1978.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

BOBBIO, Norberto. **Dicionário de Política**. 13.ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2000.

_____. **Direita e Esquerda: razões e significados de uma distinção política**. São Paulo. UNESP, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CHAIA, Vera; CHAIA, Miguel (Orgs.) **Mídia e Política**. São Paulo: Educ, 2000.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a Opinião, o novo jogo político**. Petrópolis: Vozes, 1996.

COUTINHO, Iluska. **Colunismo e Poder: representação nas páginas de jornal**. Rio de Janeiro: Sotese, 2005.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1992.

DAHL, Robert Alan. **Análise Política Moderna**. Trad. de Sérgio Bath. 2.ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1988.

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL- **LEGISLAÇÃO DO ICMS**. Porto Alegre, março/90 – Módulo 1.

GOMES, Neusa Demartini. **Formas persuasivas de comunicação política: Propaganda política e publicidade eleitoral**. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2000.

FERNANDEZ, Vazquez F. **Dimensões Éticas da Comunicação Política**.

FILHO, Clóvis de Barros Filho. **Comunicação na Polis**. Petrópolis: Vozes.

FILHO, Ciro Marcondes (org). **Política e imaginários nos meios de comunicação para massas no Brasil**. São Paulo: Summus, 1985.

GARCIA, N.J. **O que é propaganda ideológica**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

GOMES, Wilson. Estratégia retórica e ética de argumentação na propaganda política. In: BRAGA, José Luiz (org.) **Comunicação, cultura e política**: Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 1994.

_____. **Transformações da política na era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

LEBRUN, Gérard. **O que é o poder**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

MONTES, Maria Cristina Reyes. Comunicación política y médios en México: el caso de la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. **Revista de Ciencias Sociales**, n. 43 Ene. - Abr. 2007.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz C (org). **Teorias da comunicação**: Vozes, 2001. p. 18-19

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MESQUITA, Mario. **Tendências da Comunicação Política**. Faculdade de Letras (Licenciatura em Jornalismo), Universidade de Coimbra.

MIGUEL, Luiz Felipe. **Mito e discurso político**: Uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994. Campinas: Unicamp, 2000.

MORAES, Dênis (org.). **Por uma outra comunicação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Ideologia e processo de seleção de notícias**. Imprensa e Poder. Brasília: EdUnb, 2002.

MOURA, Paulo Gabriel Martins de. **O Gauchismo no Marketing de Olívio Dutra**. Porto Alegre: PGM, 2006.

NOELLE-NEUMANN, Elizabeth. Pesquisa eleitoral e clima de opinião. **Opinião Pública**, v.1, n. 2, dez 1993.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. São Paulo: Hacker, 1999.

RICOUER, Paul. **O conflito das interpretações** – Ensaios de hermenêutica. Rio de Janeiro: Imago, 1978.

ROSA, Mário. **A Era do Escândalo** – lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração, 2003.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e Política**. São Paulo. Hacker, 2000.

RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.) **Comunicação e Política** – Conceitos e Abordagens. São Paulo: UNESP, 2004.

RUSS, Jaqueline. **Dicionário de filosofia**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

SARTORI, Giovanni. **A política: lógica e método nas ciências sociais**. Trad. Sérgio Bath. 2.ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1997.

SCHUSTER, Marco Antonio. **Página 10 e PT: Jornalismo e Política na Sociedade da Comunicação**. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – UFRGS. Porto Alegre, 2002.

SILVEIRA, Flávio Eduardo. **A Decisão do Voto no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

_____. **Estratégia, Mídia e Voto** – A disputa eleitoral em 2000. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

Site. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>> Acesso em: 10 mar 2008.

Site. Disponível em: <http://www.masteremjornalismo.org.br/noticia_view.php?id=1968>. Acesso em 07 jul 2009

Site. **Folha de São Paulo** Disponível em: <<http://www.blogdonoblat.com.br>> Acesso em: 11 nov 2007

Site. Disponível em: <<http://www.coletiva.net>>

Site Disponível em: <http://www.gaveainvest.com.br>

Site Disponível em: http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2009/04/16/imprensa27494.shtml.

Site Disponível em: <www.rbs.com.br/quem_somos/index.php?pagina=gruporbs>

Site Disponível em: <http://veja.abril.com.br/vejasp/040505/gente.html>.

Site Disponível em <http://queroterumblog.com/jornalismo-da-universidade-anhembimorumbi-tem-cadeira-chamada-blog-diario>.

Site Disponível em <http://www.ufabc.edu.br/index.php?view=article&catid=222%A2008&id=714%Abl>. Acesso em 20 mar 2009

Site Disponível em <http://queroterumblog/perfil-dosjornalistas-blogueiros>.

TESTA, Antônio Flávio. **Comunicação Política Gestão Estratégica**. Senado Federal. Brasília. 2003.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia: tradução de Pedrinho Guareschi**. Petrópolis: Vozes, 2002.

RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e Política – Conceitos e Abordagens**. (s.c.): UNESP.

UM JORNALISMO sob o signo da política. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2005.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 2000.

WEBER, Max. **Ciência e Política. Duas Vocações**. Trad. Leônidas Hegenberg e Octany Silveira da Mota. São Paulo: Cultrix.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4.ed. Lisboa: Presença, 1995.

WOLFF, Francis. **Aristóteles e a política**. São Paulo: Discurso, 2001.

WOLTON, Dominique. As contradições do espaço público mediatizado. **Revista Comunicação e Linguagens** n. 21-22, Edições Cosmos Lisboa, dez 1995.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Brasília: UNB, 2004. Trad. Zélia Leal Adghirni. Trad. Penser la communication. Paris; Flammarion, 1997.

XARÃO, Francisco. **Política e liberdade em Hannah Arendt**: Ensaio sobre a reconsideração da *vita activa*. Ijuí: Unijuí, 2000. (coleção ensaios – política e filosofia).

ANEXOS



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL

Publicação: 04.10.07-11:31 Atualização: 05.10.07-11:08

Conheça as medidas do Plano de Recuperação do Estado



Secretário Aod Cunha detalhou as medidas

Governo apresenta Plano de Recuperação do Estado

Yeda Crusius apresenta Plano de Recuperação do Estado

Governadora explica plano para devolver capacidade de investimento ao RS

Yeda Crusius entrega Plano de Recuperação do Estado na Assembleia Legislativa

Plano de Recuperação do Estado

Ajuste Estrutural

os incentivos fiscais concedidos em final de mandato e que representarão ônus para a próxima gestão.

Retomada do Pagamento dos Precatórios

Para dar encaminhamento a um problema que atinge 100 mil pessoas que estão na fila do pagamento dos precatórios, a governadora Yeda Crusius está encaminhando uma nova previsão de recursos. O Fundo Estadual dos Precatórios deverá receber recursos da venda dos imóveis a serem alienados, além de metade do rendimento dos depósitos judiciais. Dessa forma, o governo poderá retomar o pagamento interrompido desde 1999, reduzindo uma dívida superior a R\$ 3 bilhões.

Governo abre discussão sobre Fundo de Previdência e garante recursos ao FG-PREV

O Plano de Recuperação do Estado propõe a instituição do regime de previdência complementar para os novos servidores mediante capitalização com contribuições paritárias (Estado e servidores) e estabelecimento de teto remuneratório para as aposentadorias dos novos servidores.

Para permitir uma ampla discussão de interesse de todos os servidores públicos, o governo não está solicitando urgência no projeto. Medidas complementares farão aumentar os recursos do Fundo de Garantia da Previdência (FG-Prev), criado a partir da venda de ações do Banrisul e que já conta com R\$ 128 milhões.

Dessa forma, o governo está iniciando a discussão para dar encaminhamento a um dos mais graves problemas estruturais do Rio Grande do Sul: o déficit previdenciário de R\$ 4 bilhões a cada ano.

Imóveis que não são utilizados serão vendidos para pagamento de precatórios e recursos para previdência

Um dos Projetos de Lei autoriza o Estado a vender 617 imóveis, cujos valores estão calculados em R\$ 284 milhões. Metade dos recursos da venda será destinada para o Fundo Estadual dos Precatórios (50%). Uma parcela de 40% vai para o Fundo de Equilíbrio Previdenciário (FE-PREV), 5% para o Fundo de Garantia da Previdência (FG-PREV) e os demais 5% ficarão no Fundo Estadual de Gestão Patrimonial.

Entre os imóveis estão, por exemplo, o antigo terreno da Coriac, em Porto Alegre, uma fazenda de cerca de mil hectares em Passo Fundo, dois boxes no centro da Capital e sete apartamentos em Rio Grande da antiga Caixa Econômica Estadual.

O conjunto de medidas do Plano de Recuperação do Estado, apresentado à imprensa nesta quinta-feira (4) pela governadora Yeda Crusius e pelo secretariado, prevêem o enfrentamento dos problemas estruturais do Rio Grande do Sul para preparar o Estado para a retomada dos investimentos públicos.

Entre as ações previstas estão o aumento de tributos, a isenção para setores e microempresas e redução de benefícios fiscais para ampliar a arrecadação em R\$ 587 milhões líquidos. O plano propõe ainda a criação de uma Lei de Responsabilidade Fiscal para impedir aumento excessivo de gastos, a extinção de 700 cargos em comissão e a venda de imóveis não utilizados pelo Estado para o pagamento de precatórios.

A seguir, um resumo das medidas contidas nos projetos e no decreto:

Lei de Responsabilidade Fiscal para impedir aumento excessivo de gastos

Projeto pioneiro, tem como objetivo é impedir que o aumento de arrecadação acabe sendo absorvido por gastos correntes, como em outros momentos. Estabelece normas para alcançar o equilíbrio financeiro, criando regras para limitação do crescimento da despesa com pessoal e custeio para todos os Poderes, respeitando-se as respectivas autonomias. Veda os reajustes salariais e

Mais de 700 CCs serão extintos

O Plano de Recuperação do Estado também prevê o corte de quase 80% dos CCs vagos. Serão eliminados 751 cargos em comissão, num esforço de economia e de redirecionamento para uma gestão mais profissionalizada através da nova carreira de gestor público estadual, a ser criada em projeto específico. Essas vagas correspondem a uma economia de R\$ 7 milhões.

Governo ampliará utilização de indicadores na gestão pública, abrirá caminho para a criação da Escola de Governo e vai propor cargo de Gestor Público Estadual

Em decreto específico, o governo pretende organizar o sistema de gestão do Estado, abrindo caminho para a criação da Escola de Governo. Amplia o conceito de "Fazer Mais com Menos" e adota, de forma sistêmica, um modelo de gestão focado em resultados com monitoramento de indicadores de eficiência no uso dos recursos públicos.

Consumidor que pedir nota terá parte do ICMS devolvido pelo Estado

Como forma de combater a sonegação e incentivar a cidadania fiscal, está sendo proposto o Programa Consumidor Cidadão, que possibilitará a devolução de parte do ICMS ao consumidor que pedir a nota fiscal. Pela proposta, 20% do ICMS recolhido pelas empresas ao Governo do Estado poderá ser devolvido ao consumidor proporcionalmente ao valor de suas compras. O projeto deve ser implementado ao longo de 2008. O consumidor deverá informar, no momento da compra, o número de seu CPF e, assim que o estabelecimento comercial pagar os impostos à Receita Estadual, o Governo entregará a este consumidor o crédito a que tiver direito.

Medidas prevêem aumento de tributos, isenção para setores e microempresas e redução de benefícios fiscais para ampliar a arrecadação

A proposta é composta por aumento de alíquotas para determinados setores, redução e isenção de tributação para outros e revisão de incentivos fiscais, com meta de atingir um impacto líquido na receita de R\$ 587 milhões em 2008. O impacto bruto seria de R\$ 979 milhões, deduzindo-se daí uma parcela aos municípios.

Com o aumento da receita, o governo pretende recuperar parte das perdas de R\$ 700 milhões provocadas pela não-renovação das alíquotas de energia, combustível e telecomunicações em 2006 e reduzir o déficit de R\$ 1,3 bilhão previsto para 2008. O conjunto de aumento de alíquotas manterá o Rio Grande do Sul abaixo da média dos Estados brasileiros em termos de arrecadação de ICMS em relação ao PIB, já que o Estado Sul possui uma das menores relações do Brasil.

Entre as medidas de Revisão Tributária estão previstas a isenção do pagamento de ICMS para microempresas com faturamento até R\$ 240 mil, para determinados itens do setor de construção civil e irrigação, além de redução de tributos para itens de alimentação. O Plano também prevê a redução da base de cálculo para energia elétrica residencial rural até 50KWh, beneficiando 440 mil residências. Deve ser ampliada a isenção de IPVA para os microônibus para transporte seletivo metropolitano.

O Plano de Recuperação do Estado também prevê a redução de incentivos fiscais, que poderá chegar a R\$ 350 milhões até 2010 a partir de uma revisão anual.

O governo também proporá medidas de administração tributária que conduzirão, a médio prazo, a um maior combate à sonegação e garantirão mais transparência à comunidade sobre questões tributárias.

A Revisão da Estrutura Tributária e dos Incentivos Fiscais tem como meta os seguintes valores:

- Redução de alíquotas (- R\$ 130 milhões)
- Aumento de alíquotas (+ R\$ 959 milhões)
- Revisão de incentivos (+ R\$ 350 milhões)

- R\$ 150 milhões em 2008
- R\$ 100 milhões em 2009
- R\$ 100 milhões em 2010



2006: Indicadores orçamentários e financeiros do RS e demais Estados

INDICADORES	% RCL	POSIÇÃO
PESSOAL TOTAL	67,5	1º
INATIVOS E PENSIONISTAS	31,5	1º
INVESTIMENTOS	4,7	27º
SERVIÇO DA DÍVIDA	12,5	7º
Outras Despesas Correntes	24,0	18º
RESULTADO ORÇAMENTÁRIO	-6,4	25º
RESULTADO PRIMÁRIO	2,2	20º
PASSIVO FINANCEIRO	61,0	1º
PASSIVO TOTAL	318,0	2º

Fonte dos dados: STN - Balanços dos Estados.



Principais medidas

Receita:

Gerenciamento matricial da receita (GMR)
Inteligência fiscal
Negociação de mudanças de critérios sobre o saldo credor de exportações
Cobrança de devedores
Ampliação da NF-eletrônica
IPO do Banrisul: R\$ 2,086 bi
- capital banco: R\$ 800 mi
- Fundos de Previdência: FE-Prev (R\$ 1,157 bi) e FG-Prev (R\$ 128,6 mi)

Despesa:

Gerenciamento matricial da despesa (GMD) – Fazendo mais com menos
Redução de 30% das despesas de custeio
Redução da valor gasto com CCs
Câmara de compensação dos passivos herdados (leilão de dívidas de fornecedores – desconto mínimo de 20%)

Resultados 2007

Cumprimento de 100% das metas com STN

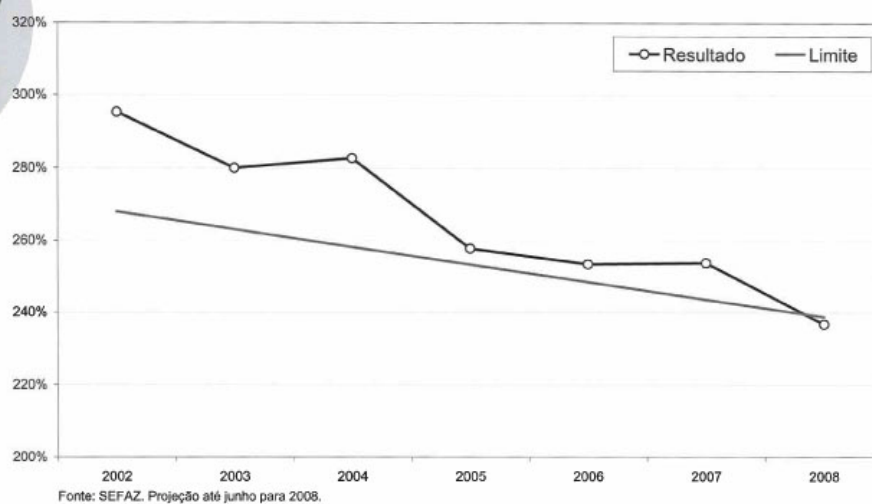
Indicadores	2007	
	Meta PAF	Realizado
Dívida/RLR*	3,00	2,83
Resultado Primário	485	1.076
Despesa de pessoal/RCL**	71,02	67,62
Receita Própria	13.370	13.668
Outras Despesas Correntes/RLR***	27,14	24,52
Investimento/RLR	2,74	3,07

122%
ACIMA
DA
META

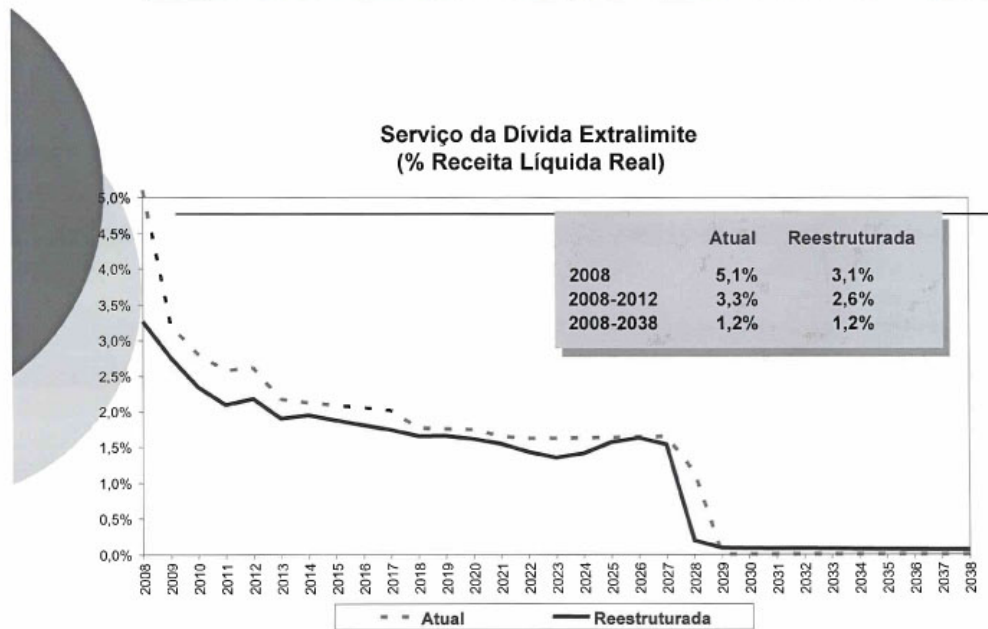
Notes: * RLR = Receita Líquida Real.
 ** RCL = Receita Corrente Líquida.
 *** Até 2006 usava-se a RCL.

Ajustamento da Dívida Consolidada

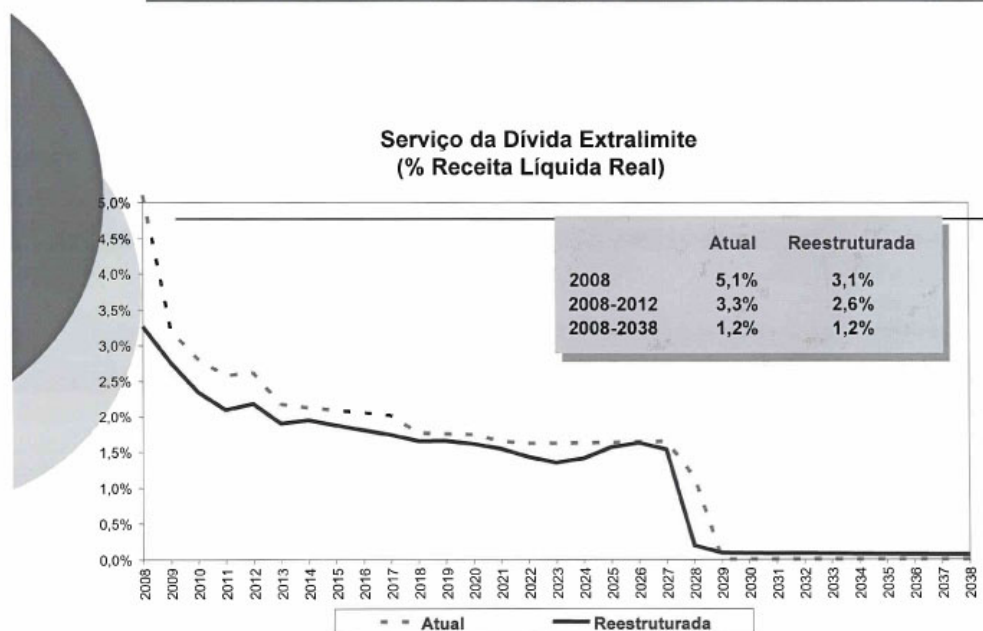
Trajatória de Ajuste da Dívida Consolidada Líquida sobre a Receita Corrente Líquida



Reestruturação da Dívida Extralimite



Reestruturação da Dívida Extralimite



Ajuste Fiscal

Rumo ao equilíbrio das contas públicas

	2007	2008	2009	
Superávit Primário (R\$ milhões)	954	1.234	1.900	↑
Superávit Primário do PIB RS (%)	0,54 %	0,64 %	0,89 %	↑
Despesa de Pessoal (% do PIB RS)	5,74 %	5,50 %	5,34 %	↓
Despesa de Pessoal (% da RCL)	72,6 %	64,3 %**	62,81 %	↓
Resultado Orçamentário (R\$ milhões)	- 874*	< -300	ZERO	

* Não computando as seguintes receitas extraordinárias: R\$ 1.287 milhões de alienação de ações do Banrisul e R\$ 210 milhões de transferências extraordinárias da União; computando-as apura-se superávit de R\$ 623 milhões

** Janeiro-Junho 2008


PRINCIPAIS RESULTADOS**EXPECTATIVAS PARA O SETOR PÚBLICO EM 2008****PRINCIPAIS INDICADORES - R\$ BILHÕES**

• Receita Total	21,4
• Despesa Total	22,0
• Resultado Orçamentário	- 0,3
• Superávit Primário	1,0
• Arrecadação de ICMS	13,1

Em dois anos o Estado deverá reduzir o déficit estimado de R\$ 2,4 bilhões em 2007 para R\$ 300 milhões em 2008.

Fonte: Secretaria da Fazenda do RS

Reestruturação da Dívida com Banco Mundial

- 
- **Contratação de operação de crédito com o Banco Mundial no valor de US\$ 1,1bilhão para reestruturar parte da dívida do Estado**
 - **Maior operação de reestruturação de dívida para um ente subnacional (Estado)**
 - **Significativa redução de desembolso com serviço da dívida.**