

# O poder dos meios de comunicação de massa.

Hedler Ana Paula, Cervi Emerson y Culpi Ludmila.

Cita:

Hedler Ana Paula, Cervi Emerson y Culpi Ludmila (2010). *O poder dos meios de comunicação de massa*. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-036/335>

ALACIP

Linha: Opinião pública, comunicação política e comportamento eleitoral.

Comunicação política

### **O poder dos meios de comunicação de massa: uma análise da imagem feminina e de políticas para mulher no jornalismo impresso brasileiro<sup>1</sup>**

Ana Paula Hedler<sup>2</sup>

Emerson Urizzi Cervi<sup>3</sup>

**Resumo:** O trabalho aborda a importância dos meios de comunicação de massa na democracia moderna e o poder dos mesmos em agendar os temas que são discutidos pelo público na sociedade ou de silenciar assuntos relevantes. A pesquisa tem por objetivo analisar como o jornalismo brasileiro apresenta a mulher e as políticas públicas femininas em suas notícias, a fim de perceber se ainda trata o gênero feminino e os assuntos relevantes à sociedade de maneira estereotipada ou marginalizada ou, ainda, se vem buscando discutir assuntos de importância social como é o caso das políticas públicas para mulheres instauradas no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2004.

**Palavras-chave:** Cobertura jornalística; políticas públicas para mulher; Comunicação Política.

**Resumen:** El trabajo aborda la importancia de los medios de comunicación de masa en la democracia moderna y el poder de los mismos en agendar los temas que son discutidos por el público en la sociedad o de silenciar asuntos relevantes. La investigación tiene por objetivo analizar como el periodismo impreso brasileño presenta la mujer y las políticas públicas femeninas en sus noticias, a fin de percibir si aún trata el género femenino y los asuntos relevantes a la sociedad de manera estereotipada o marginó o, aún, se viene buscando discutir asuntos de peso social como es el caso de las políticas públicas para mujeres instauradas en el gobierno Inácio Lula da Silva, em 2004.

**Palabras-llave:** Cobertura periodística; políticas públicas para mujer; Comunicación Política.

---

<sup>1</sup> Trabalho elaborado para apresentação no V Congresso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado pela *Asociación Latinoamericana de Ciencia Política* (ALACIP). Buenos Aires, 28 a 30 de julho de 2010.

<sup>2</sup> Ana Paula é bacharel em Comunicação Social pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR), mestranda e bolsista da Capes em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR/BR). E-mail para contato: [ana\\_hedler@hotmail.com](mailto:ana_hedler@hotmail.com)

<sup>3</sup> Emerson Urizzi Cervi é doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ/BR), professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/BR) e professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Paraná (UFPR/BR). E-mail para contato: [ecervi7@gmail.com](mailto:ecervi7@gmail.com)

## I. INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação de massa têm grande importância nas democracias modernas, visto que pesquisas comprovam que eles têm o poder de pautar assuntos que podem ser discutidos na esfera pública. (McCOMBS, 1997). Segundo o cientista político Robert Dahl (1997) um regime é mais democrático quanto menos inclusivo e mais tolerante às contestações ele for. Nas democracias modernas é necessário que o público tenha condições de receber informações de uma imprensa livre de sanções, pois é através desta que grande parte da população se mantém informada. Isso também é importante para a área da política, na qual os temas de destaque precisam ser debatidos pela sociedade. Para Michael Kunczik, mesmo naquelas nações mais fracas e instáveis, são os meios de comunicação que servem de inspetor geral de todo o sistema político e que proporcionam a crítica pública necessária para garantir a integridade política por parte daqueles que detêm o poder. (KUNCZIK, 2002).

A maneira como a mídia trata os temas também influencia diretamente no modo como o público os recebe e os processa, dependendo do enquadramento utilizado para reportar a realidade. (ENTMAN 1993; PORTO, 2001). Da mesma forma como a mídia coloca um assunto para debate público e salienta um ponto de vista sobre ele, ela deixa de falar sobre outros temas de relevância social e acaba obscurecendo-os. (NEÖLLE-NEUMANN, 1995). É a partir dos temas e informações colocados ou obscurecidos pela mídia que as pessoas agregam conhecimento e formam sua opinião a respeito, o que faz com que os meios de comunicação de massa ajudem na construção social da realidade. (BERGER e LUCKMANN, 1985).

Levando em consideração os pontos apresentados acima a pesquisa estuda a cobertura jornalística de dois impressos brasileiros. Os jornais escolhidos para o estudo são *Gazeta do Povo* e *Folha de S.Paulo*, porque o primeiro é o jornal mais vendido no estado do Paraná e sua circulação é regional. Segundo Pereira Filho (2009) a linha editorial da *Gazeta do Povo* é independente e visa o interesse público dos paranaenses. Já a *Folha de S.Paulo* é o impresso mais vendido no Brasil e os exemplares analisados são de circulação nacional. A *Folha* define-se como um veículo crítico, pluralista e não partidário. O período da análise contempla os meses de agosto, setembro e outubro de 2005 a 2008. Neste artigo são apresentados os resultados parciais da pesquisa que dizem respeito aos anos de 2005 a 2007 da cobertura jornalística da *Gazeta do Povo*.

A metodologia utilizada para a pesquisa é Análise de Conteúdo (AC). Ela é conhecida por ser uma técnica híbrida que mistura a análise quantitativa com a perspectiva qualitativa (BAUER, 2002). Para a pesquisa em Comunicação a AC é muito útil, pois “ao analisarmos a frequência com que situações, pessoas e lugares aparecem na mídia podemos comparar o conteúdo publicado ou transmitido com os dados de referência”, como “podemos estudar a imagem das mulheres, das crianças, dos idosos, e outros grupos”. (HERSCOVITZ, 2007, p.124).

Para a melhor compreensão do tema, o trabalho está organizado em três partes, sendo que na primeira faz-se uma rápida introdução ao assunto e mostra-se a disposição do artigo. Na segunda parte são expostas as teorias utilizadas para dar embasamento teórico à pesquisa. Já no terceiro tópico apresentam-se os resultados parciais da pesquisa e a metodologia utilizada. O artigo é encerrado com uma rápida conclusão acerca dos achados da pesquisa relacionados às teorias e hipóteses que dão base e norteiam o trabalho.

## II. Discussão teórica

Os meios de comunicação de massa têm grande importância nas democracias modernas, visto que pesquisas comprovam que eles têm o poder de pautar assuntos que podem ser discutidos na esfera pública. (McCOMBS, 1997). A maneira como a mídia trata os temas também influencia diretamente no modo como o público os recebe e os processa, dependendo do enquadramento utilizado para reportar a realidade. (ENTMAN 1993; PORTO, 2001). Da mesma forma como a mídia coloca um assunto para debate público e salienta um ponto de vista sobre ele, ela deixa de falar sobre outros temas de relevância social e acaba obscurecendo-os. (NEÖLLE-NEUMANN, 1995). É a partir dos temas e informações colocados ou obscurecidos pela mídia que as pessoas agregam conhecimento e formam sua opinião a respeito, o que faz com que os meios de comunicação de massa ajudem na construção social da realidade. (BERGER e LUCKMANN, 1985).

Para os estudiosos Peter Berger e Thomas Luckmann (1985, p.11) “a realidade é construída socialmente” e “a sociologia do conhecimento deve analisar o processo em que este fato ocorre”. A realidade é entendida como uma qualidade que pertence aos fenômenos que estão além da nossa vontade e o conhecimento diz respeito à certeza da existência real dos fenômenos e de suas características específicas. O interesse em estudar a realidade e o conhecimento está centrado em sua relatividade social, ou seja, aquilo que é real para uma pessoa pode não ser para outra.

A vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada que é dotada de sentido, onde a maior experiência partilhada com o próximo é feita através do contato face a face. Na medida em que há o distanciamento desse contato, as tipificações tornam-se anônimas. (BERGER e LUCKMANN, 1985). Para Berger e Luckmann a conversa é o meio mais importante de conservação da realidade e é aquilo que modifica essa realidade, por isso que os meios de comunicação são vistos como auxiliares na construção social da realidade, porque eles contam histórias sobre o cotidiano (TRAQUINA, 2005) e agendam assuntos que as pessoas podem discutir na esfera pública. (McCOMBS, 1997).

A esfera pública designa o espaço no qual interesses, vontades e pretensões, que dizem respeito a uma coletividade são colocados em discussão e onde pessoas privadas utilizam-se da lógica da argumentação para discutirem reunidas num público. (HABERMAS, 2003). Para Gomes (1998) a esfera pública é o âmbito da vida social, e sua primeira característica é a palavra, a comunicação. Já para Costa e Avritzer (2004) a esfera pública constitui-se como uma arena viva e dinâmica, na qual os processos permanentes de construção, desconstrução e reconstrução discursiva e simbólica da nação estão contemplados. Esses autores acreditam que a construção de esferas públicas modernas dá-se conforme exista a constituição dos Estados nacionais e de comunidades políticas autônomas.

Para Habermas, a comercialização dos meios de comunicação modificou profundamente o fórum privilegiado de discussão dos burgueses, transformando a esfera pública burguesa em um campo de consumo cultural coordenado pela indústria cultural. (HABERMAS, 2003). Mas John Thompson (1995) acredita que esta visão de Habermas sobre a degradação da esfera pública por causa dos meios de comunicação de massa é muito pessimista, porque a mídia tem o papel importante como fator formativo no desenvolvimento das sociedades modernas. A implementação e utilização dos meios de comunicação de massa no processo de interação social modificaram a maneira pela qual os

indivíduos elaboravam sua percepção da realidade e a maneira como se forma a opinião na esfera pública, pois a interação social com a introdução dos meios de comunicação deixou de ser face a face e passou a ser mediada, na qual os indivíduos se vinculam através de trocas simbólicas. (THOMPSON, 2003).

Como os assuntos entram na esfera pública através da mediação dos meios de comunicação de massa, é preciso que haja uma escolha dos acontecimentos que serão noticiados daqueles que não se tornarão notícia. Em 1972, McCombs e Shaw elaboraram a hipótese do *agenda-setting* após terem realizado pesquisa sobre a campanha eleitoral dos presidentiáveis norte-americanos de 1968. Segundo eles, os meios de comunicação de massa têm a capacidade de agendar os assuntos que os cidadãos comentam na sociedade. Além disso, os estudiosos afirmam que a mídia pauta como as pessoas devem pensar sobre algo e não somente sobre o que devem discutir, mesmo que essa não seja a intenção primária dos jornalistas. (McCOMBS, 1997).

O achado da pesquisa dos estudiosos foi que havia uma correlação altíssima (0,967) entre os assuntos classificados como importantes para a audiência e aqueles que eram veiculados nos meios de comunicação da comunidade, sendo que o mesmo aconteceu para os temas classificados como de menor importância. Para eles, “os dados sugerem um relacionamento muito forte entre a ênfase colocada em diferentes assuntos de campanha pelos meios de comunicação [...] e os julgamentos de eleitores quanto à saliência e importância de vários temas de campanha”<sup>4</sup>. (McCOMBS e SHAW, 1972, p.181).

Como percebe-se a hipótese do agendamento midiático leva em consideração o fato que o impacto dos meios de comunicação sobre os receptores é direto, mas não imediato e que seus efeitos são a longo prazo. A partir dessa hipótese mudam-se os paradigmas e as pesquisas em comunicação começam a dar uma cobertura global do fato e não se prendem mais a casos singulares (WOLF, 2006). Inicia-se a utilização de metodologias mais integradas e complexas, não só a aplicação de questionários e entrevistas ao público, além de observar o processo pelo qual o indivíduo transforma sua representação da realidade. Para Sousa (1999) com o *agenda-setting* houve uma ruptura dos paradigmas funcionalistas, pois estes não aceitavam que a comunicação social atuava diretamente sobre a sociedade e as pessoas.

Além de verificar o que a mídia está publicando e colocando em debate na esfera pública é preciso saber de que maneira ela está fazendo, por isso Entman e Porto realizam pesquisas sobre o Enquadramento ou *Framing*, como também é conhecido. A teoria do enquadramento tenta explicar como os fatos agendados são retratados nos meios de comunicação. Para Porto (2001) o enquadramento é um conceito utilizado para definir os princípios de seleção, ênfase e apresentação dos noticiários, pois os meios de comunicação ao produzirem discursos dão interpretações aos mesmos e influenciam no modo como os indivíduos interpretam os fatos. O enquadramento torna possível observar se há intenção ou direcionamento das notícias para uma determinada opinião. O método foi proposto primeiramente por Erving Goffman (1974) no artigo *Framing Analysis*.

Para Entman (1993) o conceito de enquadramento oferece uma descrição do poder de comunicação que os textos têm. O *framing* envolve basicamente a seleção e a proeminência dos acontecimentos. É o ato de selecionar alguns aspectos da realidade e

---

<sup>4</sup> “In short, the data suggest a very strong relationship between the emphasis placed on different campaign issues by the media [...] and the judgments of voters as to the salience and importance of various campaign topics”. (McCOMBS, SHAW, 1972, p.181).

descrevê-los de maneira mais ou menos saliente. Assim como é o modo como o jornalista promove e define um problema, faz uma interpretação, uma avaliação moral e uma recomendação de tratamento da mensagem. (ENTMAN, 1993).

Os estudiosos Scheufele e Tewksbury (2007) explicam que Goffmann entende que os cidadãos utilizam esquemas interpretativos ou estruturas primárias para classificar as mensagens e as interpretar de forma significativa. Para eles, o *framing* é tanto uma construção em micro nível quanto em macro nível. O enquadramento é necessário para reduzir a complexidade de um assunto, restringindo as notícias publicadas nos meios de comunicação. (SCHEUFELE, TEWKSURY, 2007). Mauro Porto (2001, p.12) estuda o enquadramento e afirma que “na cobertura de assuntos públicos, enquadramentos permitem aos jornalistas e, em grande medida, suas audiências, organizar e interpretar temas e eventos políticos de forma específica”.

Segundo Porto (2000) existem quatro tipos de enquadramento que são: corrida de cavalos, personalista, temático e o episódico. O primeiro enquadramento diz respeito ao avanço ou retrocesso da pesquisa de opinião sobre a campanha eleitoral. O personalista é relacionado à reportagem que trata dos hábitos, gostos e personalidade da personagem retratada na notícia. O temático é o mais interessante para a pesquisa, porque ele interpreta as diversas posições do fato, contextualiza a matéria com a realidade social que a envolve, e quando a reportagem fala sobre a campanha eleitoral ela traz as plataformas e os programas dos candidatos. O enquadramento episódico é o simples relato dos fatos. É a narrativa de um acontecimento que desconsidera os aspectos mais amplos do fato.

Além de observar o que é publicado nas páginas dos jornais e de qual forma isso está colocado é necessário estar atento para os conteúdos e temas que deixam de entrar na cobertura jornalística. Segundo a hipótese da espiral do silêncio, elaborada pela socióloga alemã Elizabeth Noëlle-Neumann, em 1973, o indivíduo geralmente teme ficar isolado e como gosta de ser popular, busca a integração social. Assim, a tendência é que esse cidadão permaneça atento às opiniões e aos comportamentos dominantes procurando expressar-se dentro do padrão da suposta maioria. (SOUSA, 2002).

Para Scheufele e Tewksbury (2007) Noëlle-Neumann proclamou o retorno do poder da mídia com a hipótese da espiral do silêncio juntamente com o estudioso George Gerbner, porém culpou os jornalistas de terem inclinação esquerdista ao formar climas de opinião e dessa maneira influenciar a formação da opinião pública. (SCHEUFELE; TEWKSURY, 2007). A socióloga acredita que a mídia transmite as opiniões que parecem ser as dominantes pelo fato de que existe uma maior facilidade de acesso a uma minoria ativa aos meios de comunicação. Dessa forma, alguns fatos são silenciados porque a mídia coloca em discussão temas diferentes daqueles que eles não querem falar sobre. E ao silenciarem um continuam informando outros assuntos em seu lugar. Para Wolf (2006) a omissão ou a não-cobertura de certos temas, ou ainda a cobertura intencionalmente modesta ou marginalizada que alguns temas recebem funcionam em todos os meios de comunicação independente das diferenças técnicas, da linguagem ou acesso às fontes. Podem existir vários modos de se realizar o efeito de agendamento por omissão, mas em todos há o sistema informativo.

As hipóteses do agendamento midiático e da espiral do silêncio receberam críticas recentes do estudioso Victor Blanco (2009). Para esse autor a ciência política conservadora, a antropologia pessimista e os meios de comunicação acreditam que os receptores são egocêntricos e sem conhecimentos reais. E que dessa forma votam ou decidem conforme as

mensagens transmitidas pelos jornalistas e pelos políticos. Para ele, é muito fácil dirigir a opinião dos jornalistas às questões-chaves sobre o governo que detém a maioria de apoio. Blanco acredita que os eventos midiáticos que consagram as audiências em torno de valores consensuais e utilizam informações privilegiadas ajudam o governo a encurralar outros partidos. Dessa forma os meios de comunicação não podem ou não querem escapar do jogo governamental e acabam considerando as declarações oficiais como parte da realidade. Para ele, as pressões que os meios de comunicação sofrem não desencadeiam uma espiral de silêncio como propõe a teoria, mas sim “mentiras prudentes”.

Blanco define “mentiras” por acusações infundadas realizadas por líderes e as condenações e imputações de crime implícitas mesmo quando existem evidências e comunicados desmentindo-as. Sendo assim, a pesquisa levará em consideração as teorias já citadas e suas respectivas críticas. Tendo em vista que os meios de comunicação são aqueles que têm o poder de dizer sobre o que a maioria deve pensar e como isso deve ser feito, os estereótipos e os modelos de vida e hábitos transmitidos pelos mesmos tendem a servir de normas e valores para a sociedade contemporânea. E, levando em consideração as hipóteses do agenda-setting, da espiral do silêncio e a teoria do enquadramento, assim como suas respectivas críticas, o trabalho analisa como a mulher e as políticas públicas para mulheres aparecem na cobertura jornalística do impresso brasileiro *Gazeta do Povo*, nos anos de 2005, 2006 e 2007.

### **Políticas Públicas para Mulher**

Durante as décadas de 1970 e 1990 ocorreram importantes modificações tanto no setor econômico e político brasileiro quanto no social, o que transformou a vida da mulher ocidental. Isto porque, durante os anos 1970 houve maior participação da mulher no mercado de trabalho, profissionalização da mão de obra feminina através da educação, participação da mulher no campo político e ocorreram modificações de mentalidade que esses fenômenos proporcionaram (NADER, 2001).

Foi também a partir da década de 70 que a influência do feminismo tornou-se presente nas discussões internacionais quando se manifestaram através das questões de gênero. Em 1975 foi decretado pela ONU (Organização das Nações Unidas) o Ano Internacional da Mulher durante a Conferência Mundial do México. Nela foram expostas as questões sobre sexualidade, direitos reprodutivos, creche e família, e outras problemáticas como igualdade salarial, acesso profissional, as políticas públicas para mulheres e a representação política.

Teles (1999) explica que em 1983 o governo paulista criou o Conselho Estadual da Condição Feminina que logo depois foi realizado em outros estados. Em 1985, o governo federal instituiu o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher que ajudou as mulheres a se mobilizarem por suas reivindicações, pois o conselho permitia que se debatessem novas leis e polemizassem os direitos femininos. Mas, foi apenas em 2004 que o governo federal brasileiro criou o primeiro Plano Nacional de Políticas para Mulheres (PNPM).

Os principais objetivos do PNPM são: a promoção de uma política global, visando eliminar as discriminações que atingem a mulher, possibilitando sua integração e promoção como cidadã em todos os aspectos da vida econômica, social, política e cultural. Além de executar projetos e adoção de medidas que contribuam para a concretização da política formulada definindo prioridades. Também tem o objetivo de promover e desenvolver estudos, pesquisas, eventos e debates sobre a condição da mulher; a incorporação de

preocupações e sugestões manifestadas pela comunidade; estimular e apoiar à organização e mobilização feminina; desenvolver a ação integrada e articulada com o conjunto de órgãos e entidades públicas para implantar políticas comprometidas com a superação de preconceitos e desigualdades relacionadas ao sexo; incentivar à criação de Conselhos Municipais da Mulher do Paraná que desempenhem atribuições específicas e coordenadas pelo Conselho Estadual e fiscalizar a exigência do cumprimento da lei em vigor relacionada aos direitos assegurados da mulher. (Secretaria de Estado da Justiça e da Cidadania, 2004).

Isso é importante porque como Souza (2006) explica, política pública é um conjunto de ações governamentais que produzem efeitos específicos. É a soma das atividades dos governos que agem diretamente ou através de delegação e que influenciam a vida dos cidadãos e cidadãs. As políticas repercutem tanto na economia quanto nas sociedades e podem ser entendidas juntamente com as políticas sociais como campos multidisciplinares. Para ela, “pode-se, então, resumir política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, ‘colocar o governo em ação’ e ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente)”. (SOUZA, 2006, p.26). Em governos democráticos, sua formulação traduz os propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que vão produzir mudanças ou resultados para a sociedade. Depois de formuladas se desdobram em planos, programas, projetos, base de dados ou sistemas de informação e pesquisas, nos quais, quando colocadas em ação, são acompanhadas e avaliadas. (SOUZA, 2006). Levando em consideração a importância do debate de políticas públicas, em especial as políticas para mulheres o trabalho analisa como elas são veiculadas pelo jornal Gazeta do Povo. O tópico a seguir mostra os resultados parciais obtidos até o momento e as considerações a respeito da junção da teoria com os dados encontrados.

### **III. Resultados Parciais e Análise de dados**

Para a pesquisa são utilizadas como estratégias metodológicas a pesquisa bibliográfica e a análise de conteúdo. O levantamento bibliográfico é uma pesquisa sobre os estudos e as teorias existentes na área do trabalho em desenvolvimento e serve para orientar e mostrar o que já se produziu sobre o assunto. A análise de conteúdo é conhecida como uma técnica híbrida, porque junta a análise quantitativa com a qualitativa (BAUER, 2002). Laurence Bardin (1977) elucida que a análise de conteúdo surgiu nos Estados Unidos e começou a ser utilizada nos estudos de comunicação com a Escola de Jornalismo de Columbia principalmente com dados quantitativos. O primeiro estudioso a utilizá-la foi Harold Lasswell, em 1915, quando fez em estudo sobre as propagandas do período de guerra intitulado “*Propaganda Technique in the World War*”. A partir da década de 1950 e 1960 há uma expansão da aplicação da técnica para outras disciplinas e um aumento de interrogações e respostas quanto à metodologia da análise de conteúdo.

Com a ajuda do levantamento bibliográfico e da análise de conteúdo a pesquisa estuda qualitativamente e quantitativamente a veiculação das notícias sobre mulher e políticas públicas para mulheres nos meios de comunicação. Para isso são pesquisados os

meses de agosto, setembro e outubro dos anos de 2005 até 2007 por compreenderem períodos eleitorais e não-eleitorais<sup>5</sup>.

Foram coletadas 2636 entradas jornalísticas que se referiam à mulher ou a políticas públicas para mulheres durante os três meses dos anos de 2005, 2006 e 2007. As entradas foram classificadas quanto ao formato – manchete com e sem fotografia, reportagem com e sem fotografia, charge, infográfico, ilustração, artigo assinado, coluna assinada, editorial, chamada-título, nota, foto-legenda e coluna do leitor – a posição que ocuparam na página do jornal; o tema geral e específico; a abrangência da notícia; o enquadramento segundo os estudos de Mauro Porto (2001); a valência das entradas e quanto a origem das fontes de informação utilizadas pelos jornalistas.

Com relação ao formato das entradas pode-se observar através da tabela abaixo que o mais utilizado quando as notícias falavam sobre mulher ou sobre políticas públicas para esse público foi a nota, pois representou 32,2% da cobertura total dos três anos analisados para a pesquisa. O segundo formato mais utilizado pelos jornalistas foi reportagem com fotografia, pois foi usada 618 vezes, ou seja, mais de 23% da cobertura teve tratamento mais aprofundado. Isso porque as reportagens são consideradas notícias retratadas em profundidade e que, geralmente, contextualizam o acontecimento trazendo mais de um aspecto do mesmo, as causas e as conseqüências do fato.

**Tabela 1- Formato das entradas jornalísticas**

Formato	Frequência	Porcentagem (%)
Reportagem sem foto	204	7,7
Chamada de primeira página	133	5,0
Charge, infográfico ou ilustração	11	0,4
Coluna Assinada	440	16,7
Artigo Assinado	13	0,5
Editorial	3	0,1
Manchete com foto	1	0
Chamada com foto	31	1,2
Manchete sem foto	3	0,1
Chamada título	18	0,7
Reportagem com foto	618	23,4
Nota	849	32,2
Foto-legenda	281	10,7
Coluna do leitor	31	1,2
Total	2636	100

Fonte: os autores (2010).

Em terceiro lugar em quantidade de utilização está a coluna assinada. Esse formato diz respeito ao texto interpretativo ou opinativo que é assinado por um articulista do jornal ou de agência de notícia. O colunista geralmente tem um espaço reservado no impresso, diferente do artigo assinado. Neste, aquele que assina é especialista no assunto e não tem espaço fixo no veículo de comunicação. É importante ressaltar que muito do que é publicado nas colunas assinadas repercute em outros meios de comunicação de massa e

<sup>5</sup> Tendo como base os estudos de Galtung e Ruge, 1965, serão considerados os meses de agosto a outubro por compreenderem o período eleitoral. Assim sendo, serão coletados dados a partir de primeiro de agosto até dia 31 de outubro dos anos citados.

serve de guia para outros jornalistas e especialistas da área. O que dá mais relevância para o assunto que ali está sendo veiculado.

A tabela dois mostra a posição na qual as matérias coletadas estavam dispostas nas páginas do jornal. É preciso verificar essa variável, pois cada local na página dos impressos têm uma visibilidade determinada, sendo assim, se uma matéria ocupa a parte superior da página ela terá mais destaque do que aquela que ocupa o canto inferior esquerdo, por exemplo. Para Amaral (1978, p.68) “cada lugar na página tem um valor específico ligado à maior ou menor facilidade com que o leitor chega à matéria”. Além disso, “a primeira metade do jornal é mais importante do que a segunda, o lado direito mais do que o esquerdo, o lado superior esquerdo mais do o centro”.

**Tabela 2 – Posição das entradas na página do jornal**

Posição na página	Frequência	Porcentagem (%)
Página Inteira	130	4,9
Metade Superior	176	6,7
Metade Inferior	27	1,0
Metade Direita	36	1,4
Metade Esquerda	44	1,7
Quadrante Superior Direito	626	23,8
Quadrante Superior Esquerdo	559	21,2
Quadrante Inferior Direito	593	22,5
Quadrante Inferior Esquerdo	442	16,8
Total	2633	100

Fonte: os autores (2010).

Como percebe-se foram poucas notícias que ocuparam a página inteira, visto que é um espaço privilegiado do jornal e que poucas matérias têm os critérios de noticiabilidade<sup>6</sup> e os valores-notícia<sup>7</sup> necessários para garantir tamanha visibilidade. Os formatos nos quais as matérias sobre mulher e política para mulheres mais ganharam espaço foram o quadrante superior direito – com 626 entradas jornalísticas –, o quadrante superior esquerdo – com 559 –, quadrante inferior direito, com 22,5%. Isso indica que as matérias foram consideradas relevantes, pois estavam centradas 45% na primeira dobra do jornal, que é a parte da página que chama mais atenção. Na segunda dobra da página, geralmente, são dispostas mais matérias porque nela os diagramadores colocam mais notas e notícias pequenas em relação à primeira dobra da folha do impresso. Nesta, colocam-se as manchetes do dia e notícias mais trabalhadas. Com isso, percebe-se que as matérias ocuparam locais de destaque importante nas páginas da Gazeta do Povo.

A tabela três é o cruzamento entre o tema geral das notícias e a abrangência delas em relação ao local de produção do jornal. Como a Gazeta do Povo é produzida em Curitiba, capital do estado do Paraná, foram consideradas de cunho local as notícias que falavam sobre a cidade de Curitiba e região Metropolitana. As notícias regionais se referem aquelas sobre o estado do Paraná. As notícias nacionais são aquelas que fazem parte de

<sup>6</sup> Critérios de noticiabilidade definem a aptidão de cada acontecimento de se tornar notícia, pois há restrições ligadas à organização do trabalho jornalístico e para que um fato se torne notícia é preciso que ele se encaixe nos padrões estabelecidos.

<sup>7</sup> “Valores-notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo”. (WOLF, 2006, p.1986).

outros estados que não o Paraná, logo dizem respeito ao Brasil em geral. As de cunho internacional são todas as demais que não fazem parte do Brasil e de seus estados, podendo se referir à América Latina ou as demais continentes.

**Tabela 3 – Cruzamento do Tema Geral com Abrangência da notícia**

Tema Geral	Abrangência das notícias				Total (%)
	Local	Regional	Nacional	Internacional	
Campanha Eleitoral	21 (11%)	17 (8,9%)	153 (80%)	0	191 (100%)
Político Institucional	38 (7,8%)	126 (25,7%)	184 (37,6%)	142 (29%)	490 (100%)
Economia	13 (24,5%)	8 (15%)	26 (49%)	6 (11%)	53 (100%)
Política Social	64 (42,5%)	20 (13,2%)	42 (27,8%)	25 (16,6%)	151 (100%)
Infra-estrutura e meio ambiente	12 (22,2%)	12 (22,2%)	26 (48,1%)	4 (7,4%)	54 (100%)
Violência e Segurança	87 (28,9%)	43 (14,3%)	104 (34,6%)	67 (22,3%)	301 (100%)
Ético Moral	26 (20,6%)	12 (9,5%)	76 (60,3%)	12 (9,5%)	126 (100%)
Política para Esportes	20 (7,6%)	7 (2,7%)	162 (61,8%)	73 (27,9%)	262 (100%)
Cultura e Variedades	486 (57,1%)	20 (2,4%)	216 (25,4%)	129 (15,2)	851 (100%)
Política estadual, nacional e internacional	1 (25%)	0	1 (25%)	2 (50%)	4 (100%)
Política para Mulher	27 (29,7%)	17 (18,7%)	41 (45,1%)	6 (6,6%)	91 (100%)
Outros	9 (14,5%)	2 (3,2%)	6 (9,6%)	45 (72,5%)	62 (100%)
Total da coluna	804	284	1037	511	2636

Fonte: os autores (2010).

Nota-se que as notícias de cunho nacional foram aquelas que mais veicularam notícias sobre mulher, pois elas representaram 39,3% de toda a cobertura jornalística dos três anos estudados. Esperava-se que as notícias de abrangência regional teriam mais destaque no jornal, porque o jornal circula por todo estado e seu público alvo são os paranaenses, mas como percebe-se não foi isso que aconteceu. As notícias regionais foram aquelas que menos aparecerem no impresso, visto que até as notícias internacionais tiveram mais visibilidade, representando 19,4% do total, enquanto que as entradas locais não atingiram nem 15% - 284 entradas de um total de 2636. As notícias locais representaram 30,5% de toda a cobertura, o que demonstra preocupação do veículo em trazer assuntos que se referem a Curitiba e região metropolitana.

O tema mais publicado quando a mulher aparecia nas notícias foi ‘Cultura e Variedades’ com 851 entradas ou 32,3% da cobertura. Nesse tema foram colocadas as notícias sobre atividades culturais, como peças de teatro, shows, apresentações de dança; sobre os espaços culturais, como bibliotecas, escolas de música, teatro; parcerias com segmentos culturais; propostas para novas áreas de lazer; e sobre as celebridades do mundo artístico como atrizes, cantoras e apresentadoras famosas. Este é um tema que pouco gera conflito social ou faz questionamento político.

O segundo assunto mais publicado diz respeito à ‘Político-Institucional’, pois foi publicado 490 vezes, ou seja, 18,6%. Os fatos relacionados a ele se referem ao governo do estado do Paraná; ao governo federal – Brasil; ao governo de Curitiba; à Câmara Federal e Senado; à Assembleia Estadual; ao Poder Judiciário em geral; em anos eleitorais à Justiça Eleitoral (TER e TSE); aos partidos e instituições políticas e a Política internacional. Assuntos com relação a este tema geralmente geram conflitos na sociedade, por se referirem às notícias de disputa de poder e decisão política.

Outro tema de destaque foi ‘Violência e Segurança’ com 301 entradas jornalísticas, 11,4%. Dentre estas 301 entradas, 210 se referiam à violência e ao crime organizado. 10

notícias foram sobre as penas e punições como, por exemplo, a pena de morte e decisões judiciais. 14 entradas falaram sobre o sistema carcerário feminino. 13 sobre segurança, 15 sobre prostituição e 37 entradas foram a respeito da violência doméstica e da violência contra a criança e adolescentes. Nota-se, portanto, que o maior destaque foi para as notícias sobre crime organizado, assaltos, assassinatos, seqüestros e outros crimes que envolviam mulheres como vítimas ou como autoras.

As políticas públicas para mulheres quase não apareceram na cobertura jornalística visto que foram veiculadas apenas 91 vezes, ou 3,5% de toda a cobertura. As políticas femininas que mais apareceram foram as relacionadas a investimentos e propostas de melhorias no atendimento à saúde da mulher, aos direitos sexuais e reprodutivos como, por exemplo, a criação de mais postos de saúde especializados na mulher (com ginecologistas e obstetras) e debates sobre a lei do aborto, pois 41 notícias foram sobre isso. Outro exemplo foi a aprovação do primeiro programa de fertilização *in vitro* gratuito do Paraná desenvolvido pelo Hospital de Clínicas da Universidade Federal do Paraná.

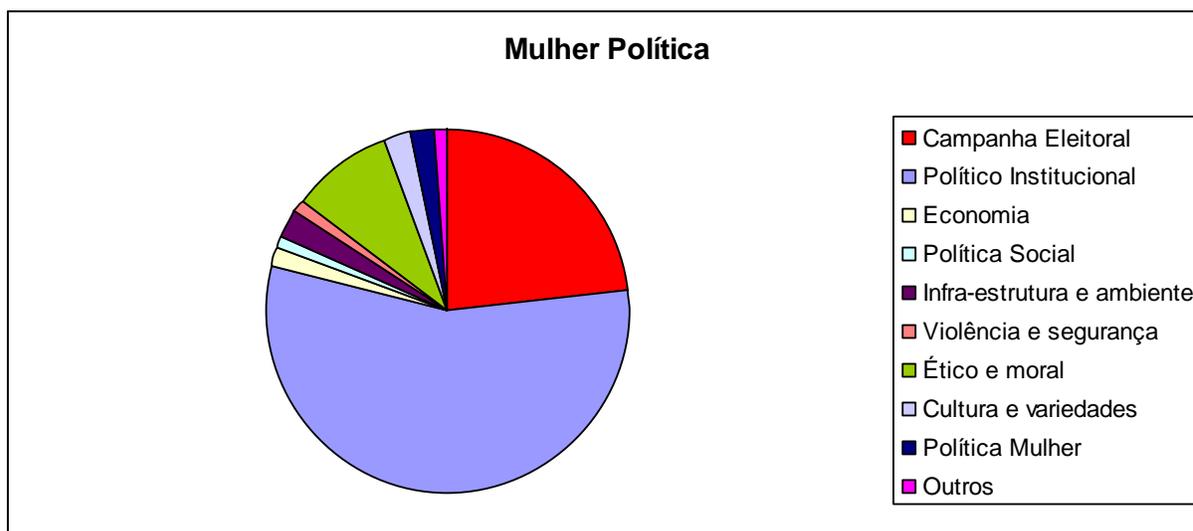
As políticas para a autonomia econômica e igualdade no mundo do trabalho com inclusão social foram publicadas 25 vezes durante o período estudado. Um exemplo dessa política foi o projeto de Lei elaborado pela senadora Patrícia Saboya – PDT para aumentar em 60 dias o benefício-maternidade das servidoras públicas. Antes de ser aprovado o projeto, 58 municípios de seis estados já tinham aderido a iniciativa.

As políticas para enfrentamento de todas as formas de violência contra à mulher também tiveram pouca veiculação, porque só apareceram 14 vezes, menos de 1% do total da cobertura. A reportagem com fotografia publicada no dia 08 de agosto de 2006 serve de exemplo para esta política, pois nela o jornalista José Marcos Lopes discutiu de maneira aprofundada a nova lei que ampliava a punição para os maridos ou companheiros que batem na mulher e explica que todos os dias, em Curitiba, o centro de atendimento às mulheres vítimas de agressão física ou psicológica atende, em média, uma vítima de violência doméstica.

Quanto à política de participação da mulher nos espaços de poder e de decisão política foram publicadas apenas sete notícias (0,3%). Um exemplo é a notícia sobre o debate Gleisi Hoffman, então diretora-financeira da hidrelétrica de Itaipu, participou em Brasília para lançar do programa Pró-equidade de Gênero da Secretaria Especial de Políticas para Mulheres, em setembro de 2005.

A pesquisa também considerou quando as mulheres que trabalham na política estavam presentes nas notícias ou não. Quando elas estavam, independente de quantas estavam, colocava-se o código um representando a presença das mulheres e quando não estavam colocava-se o zero. As mulheres políticas apareceram em 677 notícias. Destas, 158 eram sobre a campanha eleitoral; 376 sobre política institucional; 12 sobre economia; 6 sobre políticas sociais; 17 sobre infra-estrutura e meio ambiente; 8 sobre violência e segurança; 63 em ético e moral; 1 em políticas para esporte e tecnologia ; 17 em cultura e variedades; 13 em políticas para mulheres, 3 em políticas estaduais, nacionais e internacionais e duas em outros temas. Para melhor visualização do gráfico, os temas políticas estaduais, nacionais e internacionais, tecnologia e esportes foram colocados juntamente com o tema outros devido a sua baixa utilização.

**Gráfico 1 – Presença das Mulheres políticas relacionadas aos temas gerais**



Fonte: os autores (2010).

As mulheres políticas estavam relacionadas 55,5% das vezes com o tema Político Institucional e 23,3% com o tema Campanha Eleitoral. Percebe-se então que quase 80% das vezes nas quais essas profissionais foram citadas nas matérias estavam relacionadas as disputas de poder e de tomada de decisão política, como era de se esperar. Os temas nos quais elas menos estiveram presentes foram aqueles aglomerados com o item Outros, citado acima. Um exemplo de matéria veiculada sobre política institucional é a intitulada “PFL ameaça expulsar a rebelde Roseana”, publicada em 10 de outubro de 2006. A então candidata ao governo do Maranhão, Roseana Sarney, contrariando seu partido – o PFL - deu apoio ao candidato à presidência da república Luiz Inácio Lula da Silva - PT. Ela estava sendo ameaçada de ser expulsa do partido por causa deste apoio político contrário à vontade do partido que ela representava. Um exemplo de reportagem sobre Campanha Eleitoral é a intitulada “Heloísa Helena encerra campanha em AL”, veiculada dia primeiro de outubro de 2006. Heloísa concorria a presidência da república em 2006, por isso esteve presente em diversas notícias sobre o tema.

Além de observar em quais temas as mulheres políticas estavam presentes também analisamos qual o enquadramento utilizado pelos jornalistas para retratar essas reportagens. Visto que o enquadramento somente é analisado em reportagens e não em outros formatos jornalísticos. As mulheres políticas foram retratadas em apenas 171 reportagens, sendo que elas estavam ausentes em 654. Logo, foram publicadas 825 reportagens que falavam sobre mulher ou políticas públicas para elas.

A tabela quatro mostra que o enquadramento mais usado “temático” com 82 matérias. Esse enquadramento é importante para a pesquisa porque ele analisa e interpreta o assunto do qual se fala. Ele contextualiza os temas e traz mais de um ponto de vista sobre o fato. Como ele foi bastante usado quando as mulheres que trabalham com a política estavam presentes podemos afirmar que estas matérias receberam um tratamento mais elaborado dos jornalistas, porque não foram apenas um simples retrato do assunto. O enquadramento “episódico” também teve destaque porque representou 41% de toda a

cobertura. Ele é um relato descritivo do acontecimento e é orientado pelos fatos que geram reações do público.

**Tabela 4 – Cruzamento tema geral e enquadramento na presença da mulher política**

Mulher Política/ Temas	Enquadramento				Total
	Corrida de Cavalos	Personalista	Temático	Episódico	
Campanha Eleitoral	5 (14,2%)	2 (5,7%)	21 (60%)	7 (20%)	35 (100%)
Político Institucional	7 (8,7%)	8 (10%)	35 (43,7%)	30 (37,5%)	80 (100%)
Economia	0	0	2 (50%)	2 (50%)	4 (100%)
Política Social	0	0	3 (100%)	0	3(100%)
Infra-estrutura e ambiente	0	0	5 (83,3%)	1 (16,%)	6 (100%)
Violência e segurança	0	0	1 (100%)	0	1 (100%)
Ético e moral	0	0	7 (22,6%)	24 (77,4%)	31 (100%)
Política Esporte	0	0	0	1 (100%)	1 (100%)
Cultura variedades	0	1 (25%)	1 (25%)	2 (50%)	4 (100%)
Política estadual, nacional e internacional	0	0	1 (50%)	1 (50%)	2 (100%)
Tecnologia	0	0	1 (100%)	0	1 (100%)
Política Mulher	0	0	4 (57%)	3 (43%)	7 (100%)
Outros	0	0	1 (100%)	0	1 (100%)
Total	12 (7%)	11 (6%)	82 (47%)	71 (41%)	171 (100%)

Fonte: os autores (2010).

Já os enquadramentos “corrida de cavalos” e “personalista” foram usados com menos frequência, visto que representaram 7% e 6% da cobertura jornalística, respectivamente. Com relação aos temas nos quais os enquadramentos aparecem, percebemos que a Política institucional foi retratada de maneira equilibrada entre os enquadramentos ‘temático’ e o ‘episódico’, porque 35 reportagens foram aprofundadas e contextualizadas e 30 foram descritivas. Já a campanha eleitoral recebeu um tratamento diferente, porque 60% das reportagens foram mais trabalhadas, 20% descritivas, aproximadamente 15% foram sobre os avanços e retrocessos das candidatas e quase 6% sobre a personalidade das mulheres envolvidas na campanha. Quando se falou sobre Ética e moral as matérias tenderam a ser descritiva, visto que quase 80% foi assim classificada. Não houve nenhuma reportagem personalista e nem corrida de cavalos neste tema. Quando as reportagens eram sobre as políticas públicas para mulheres 57% foram analíticas e 43% descritivas, o que demonstra preocupação dos repórteres em divulgar notícias mais aprofundadas quando falaram das políticas para as mulheres.

Quanto às fontes de informação utilizadas pelos jornalistas, percebe-se que quase 70% das entradas coletadas não utilizaram entrevistados, pois apenas 30,8% delas contaram com esse apoio. Para Tuchman (1978) a utilização das aspas para transcrever as falas dos entrevistados serve como ritual estratégico para tentar garantir a ‘objetividade’ jornalística. As fontes são usadas muitas vezes para garantir a credibilidade do fato, segundo essa socióloga, por isso é necessário analisar a quem os repórteres recorrem quando buscam falas e informações sobre os fatos.

No geral, a fonte de informação mais utilizada foi a ‘oficial’ em 664 entradas, das 881 vezes nas quais as falas dos entrevistados foram transcritas, isso significa 75,36%. As fontes oficiais são aquelas que representam instituições públicas ou privadas, que não falam em seu próprio nome, mas falam pela instituição na qual trabalham, por exemplo, o prefeito quando fala sobre as obras realizadas no município, sobre problemas sociais e de infra-

estrutura, o síndico quando fala sobre o prédio do qual é responsável e ou presidentes de sindicatos, etc.

As fontes ‘disruptivas’ são aquelas que representam opiniões expressas a partir de eventos ou crises sociais que geram algum tipo de confronto ou instabilidade social. O fato é maior do que quem fala sobre ele. Essas fontes foram consultadas pelos repórteres 26 vezes, ou seja, 3,2%. As classificadas como ‘cidadão individualizado’ são as pessoas que não representam instituição pública, nem privada e não estão criando nenhuma crise social. São os especialistas no assunto que está sendo reportado ou são indivíduos que dão seus relatos sobre o fato. Os cidadãos individualizados foram consultados 119 vezes, o que representa 14,7%. O próprio jornalista também pode aparecer quando conta alguma experiência que vivenciou, sem nenhuma outra citação de fonte, como aconteceu duas vezes durante o período abordado (0,2%).

Relacionando as fontes de informação usadas com os temas gerais coletados percebemos que parte das fontes oficiais consultadas estava relacionada à cultura e variedades (23,4%); à Política Institucional (16,6%); à política para esportes (13,4%); à violência e segurança (13,4%) e à campanha eleitoral (7%), sendo que o restante (26,2%) se dividiu entre os demais temas. Quando relacionadas à cultura as fontes oficiais ouvidas geralmente eram celebridades que falavam em nome de seus programas ou emissora de televisão para qual trabalham. Já quando relacionadas ao esporte, com frequência, foram entrevistados os técnicos esportivos e presidentes de clubes. Quando se tratava de política institucional e campanha eleitoral, como visto anteriormente, a mulher que trabalha na política foi chamada a expressar seu ponto de vista a respeito dos fatos.

**Tabela 5 – Cruzamento de tema geral com fonte de informação**

Tema Geral	Oficial	Disruptiva	cidadão	Jornalista
Campanha Eleitoral	46 (6,9%)	0	6 (5%)	1 (50%)
Político Institucional	110 (16,6%)	1 (3,8%)	16 (13,4%)	0
Economia	13 (1,9%)	1 (3,8%)	7 (5,9%)	0
Política Social	45 (6,7%)	3 (11,5%)	28 (23,5%)	0
Infra-estrutura e ambiente	20 (3%)	0	5 (4,2%)	1 (50%)
Violência e segurança	89 (13,4%)	10 (38,5%)	20 (16,8%)	0
Ético e moral	44 (6,6%)	5 (19,2%)	1 (0,8%)	0
Política para Esporte	89 (13,4%)	0	5 (4,2%)	0
Cultura e variedades	155 (23,3%)	2 (7,7%)	21 (17,6%)	0
Política, estadual, nacional, internacional	2 (0,3%)	0	0	0
Tecnologia	1 (0,1%)	0	0	0
Política Mulher	32 (4,8%)	2 (7,7%)	6 (5%)	0
Outros	18 (2,7%)	2 (7,7%)	4 (3,3%)	0
Total	664 (100%)	26 (100%)	119 (100%)	2 (100%)

Fonte: os autores (2010).

Quanto à fonte disruptiva, nota-se que estava relacionada em 38,5% das entradas com o tema violência e segurança; 19,2% com ética e moral; 11,5% em política social; sendo que os temas político institucional, economia, cultura e variedades, política para mulher e outros representaram 30,5%. Nas duas vezes que a fonte disruptiva foi utilizada em “políticas para mulher” uma delas tratava sobre políticas contra violência doméstica, na qual o indivíduo entrevistado falava sobre a falta de proteção do estado para quem sofria agressão física ou psicológica, e a outra era uma crítica à administração do programa de

distribuição de leite em escolas públicas para mães de recém-nascidos, organizado pela prefeitura de Ponta Grossa, interior do Paraná.

Quanto ao cidadão individualizado, ele foi consultado 23,5% vezes em notícias sobre política social; 17,6% sobre cultura e variedades; 16,8% sobre violência e segurança; 13,4% em política institucional, sendo que o restante (28,7%) está dividido nos demais temas. Um exemplo de notícia de política social que usou o cidadão individualizado como fonte é a reportagem com fotografia do dia 17 de setembro de 2007, intitulada “ONGs mostram o caminho da dor à ação”. A matéria fala sobre filantropia realizada em Curitiba e na região metropolitana e a origem da fonte não gera conflito e fala sobre sua iniciativa em ajudar a fazer filantropia. E como a tabela mostra apenas duas vezes o próprio jornalista foi a fonte, sendo que uma delas era a coluna assinada de Mirian Leitão na qual ela falava sobre o desmatamento e expunha sua opinião a respeito de Marina Silva e a outra é uma coluna assinada de Rodrigo Apolloni.

A pesquisa também analisou a origem da segunda fonte de informação e com isso percebeu que os jornalistas utilizam pouco um segundo entrevistado, pois somente em 239 notícias é que esse recurso foi empregado (9%), sendo que 181 foram oficiais, 11 disruptivas e 47 cidadão individualizado. E observando todos esses pontos percebe-se que as políticas para mulher ainda têm pouca visibilidade no jornal Gazeta do Povo. O tópico a seguir faz um apanhado geral do trabalho com rápidas considerações a respeito.

#### **IV. Considerações finais**

A partir da análise das 2636 entradas jornalísticas coletadas durante os anos de 2005, 2006 e 2007 no jornal Gazeta do Povo, pode-se afirmar que o jornal publica poucas informações sobre as políticas públicas específicas para as mulheres (apenas 91 entradas durante os três anos). Quando o impresso fala sobre elas, geralmente, as matérias estão associadas a fatos nacionais, porque quase metade das notícias era de abrangência nacional (45,1%). Quanto ao formato no qual esse tema foi classificado nota-se que teve uma visibilidade equilibrada, pois apareceu 39,56% das vezes em reportagens, sejam com ou sem fotografias, 25,27% em notas; 10,98% em colunas assinadas; 9,9% em chamadas de primeira página sem foto, 5,5% em artigos assinados, sendo que os demais formatos somaram 8,8% daquilo que foi veiculado.

Quanto aos enquadramentos utilizados para publicação das reportagens percebe-se que as políticas para mulher tiveram tratamento aprofundado na maioria das vezes, porque 57% delas contextualizaram o fato, interpretaram aquilo que estava sendo discutido, e trouxeram as posições e as propostas de mudanças quando havia. E cerca de 45% das demais reportagens relataram e descreveram o que estava sendo debatido sobre o fato. Com relação às fontes de informação usadas nas matérias sobre políticas públicas para mulher, vimos que a maioria dos entrevistados era fonte oficial (32 vezes), enquanto a disruptiva foi ouvida duas vezes e o cidadão individualizado apenas seis vezes. Esse fato já era esperado, visto que é um tema que diz respeito às ações governamentais e, portanto, espera-se que os representantes eleitos sejam convidados pelos jornalistas a falar a respeito do assunto.

Como a hipótese do trabalho previa, as políticas públicas ainda têm baixa visibilidade no jornalismo diário, por isso analisou-se também como a mídia retrata a mulher brasileira. Através disso, foi possível notar que as mulheres que trabalham na política como, por exemplo, as deputadas, senadoras, ministras e candidatas a cargos políticos apareceram fortemente relacionadas a temas como política institucional,

campanha eleitoral e ético e moral. Desvinculando-se da imagem da mulher comum, pois esta quando está nos jornais é relacionada a maior parte das vezes à Cultura e Variedades (32,3%). Porém, um fato novo é que o segundo tema no qual a mulher mais esteve presente foi Política Institucional (18,6%), o que significa um avanço qualitativo na imagem feminina publicada nos meios de comunicação, visto que a entrada da mulher em postos de decisão de poder é recente e que estudos sobre a visibilidade da mulher norte-americana durante a década de 1970 acharam que os meios de comunicação reforçavam os estereótipos relacionados à mulher como mãe e dona de casa, e quando falavam de assuntos relevantes como economia e política quase não citavam estas<sup>8</sup>.

Portanto, apesar de obscurecerem a discussão sobre políticas públicas para mulheres, publicando pouco sobre o assunto, o jornalismo impresso da Gazeta do Povo quando fala sobre ele tende a dar um tratamento mais aprofundado no qual mostra o contexto e faz interpretações a respeito do tema. Apesar de vincularem a mulher mais vezes à Cultura e variedades, também começam a mostrar mais da mulher quando inserida no mundo da política. Quanto à cobertura jornalística no geral, percebe-se que os jornalistas buscam utilizar com mais frequência entrevistados oficiais, em lugar daqueles que geram algum conflito social ou que são especialistas e não respondem em nome de instituições públicas e privadas. Também percebemos que as reportagens foram mais descritivas do que analíticas, mas que seus percentuais foram bastante próximos. Outro ponto que não era esperado é o fato que as notícias sobre as mulheres e políticas públicas para mulheres eram na maioria de cunho nacional (40%) diferenciando-se do público alvo do jornal estudado (que são os paranaenses). A partir da análise é possível perceber mudanças no tratamento das notícias vinculadas às mulheres e abrir espaço para novos estudos a respeito da visibilidade da mulher nos meios de comunicação de massa.

## V. Referências Bibliográficas

- AVRITZER, L.; COSTA, S. Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: Concepções e Usos na América Latina. DADOS - Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, vol. 47, n° 4, 2004.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUER, M.; GASKELL, G. (org). Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Tradução de Pedrinho Guareschi. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. A construção Social da Realidade. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BLANCO, V. Fco. S. *Conspiración y pseudocracia. O la esfera pública a cinco años del colapso del 11-M*. Viento Sur, n°130, mayo 2009.
- DAHL, Robert A. "Uma crítica do modelo de elite dirigente". In: Sociologia Política II, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1970, pp. 90-100.
- DAHL, Robert A. Poliarquia. São Paulo, Edusp, 1997.

---

<sup>8</sup> Estudos organizados pela socióloga norte-americana Gaye Tuchman e pelas pesquisadoras Arlene Kaplan Daniels e James Benét. *Hearth e Home: images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press, 1978.

- DAHL, Robert A. Um prefácio à teoria democrática. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1989.
- ENTMAN, Robert. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, nº 43, 1993, pp.51-58.
- GOMES, W. Esfera pública política e mídia. Com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, A. A.; BENTZ, I.; PINTO, M. Jr. (orgs). *Produção e Recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tradução de Flávio Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HANSEN, M. da R. *Esfera pública, democracia e jornalismo: as representações sociais da cidadania em Veja e Isto é*. São Cristóvão: Editora UFS, Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2007
- HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M.(orgs). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.
- LIEDTKE, P. Governando com a mídia: o enquadramento da reforma da Previdência no *Jornal Nacional* (maio-agosto/2003). *Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política: Minas Gerais*, 2007. Disponível em <[http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/ordem\\_gts.html](http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/ordem_gts.html)> , acesso em 29 de agosto de 2008, às 22h51.
- MCCOMBS, M. Building Consensus: The news media's agenda-setting roles. *University of Texas at Austin. Political Communication*, 14:433-443, 1997.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 1972, XXXVI, 2, vol. 36, pp.176-187.
- NADER, Maria Beatriz. *Mulher: do destino biológico ao destino social*. Vitória: EDUFES, 2001.
- NOËLLE-NEUMANN, E. *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona, 1995. Disponível em: <[http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/noelle-neumann.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/noelle-neumann.pdf)>. Acesso em 10 de abril de 2008.
- *Política II*, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1970, pp. 90-100.
- PORTO, M. Mídia Brasileira e a Eleição Presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de São Paulo. *International Communication Association (ICA): Washington D.C.*, 2001.
- SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. *II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres*. Brasília, Presidência da República, 2008.
- SCHEUFELE, Dietram e David, TEWKSBURRY. Framing, agenda-setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, nº 57, 2007.
- SOUSA, J. P. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.
- SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. *Revista Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006, p.20-45.
- TELES, M. A. de A. *Breve história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- THOMPSON, John B. La transformación de la visibilidad. *Revista Estudios Públicos*, Santiago, v. 90, p.273 – 296, outono de 2003.

- TUCHMAN, G. La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Editorial Gustavo Gili AS, 1978.
- WOLF, M. Teorias da Comunicação. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 9ª ed. Lisboa: Presença, 2006.