

**“Se é para o bem de todos e felicidade geral do Paraná, estou pronto!
Digam ao povo que fico.”
Pré-campanha para governo do Estado do Paraná em 2018**

Dra. Luciene Pazinato da Silva
Professora em Ciências Sociais – PUC-SP
Dra. Vera Chaia Michalany
Professora do Programa de
Pós-graduação em Ciências Sociais –PUC-SP

Resumo: O objeto da pesquisa ora proposta, é analisar o papel da comunicação política, problematizando como a televisão e a Internet, especificamente, promoveram a democracia, como canais de diálogos, com a sociedade e junto ao eleitor, no período da pré-campanha eleitoral. Este período vai de 06 a 30 de agosto de 2018, semanas que antecedem à campanha oficial dos candidatos, principalmente a campanha do Horário Gratuito da Propaganda Eleitoral – HPGE, que ocorreu de 31 de agosto a 04 de outubro. Dessa forma, parte-se da hipótese de que esse momento de pré-campanha é significativo para que o cidadão tenha acesso às informações e possa conhecer as disputas internas das legendas e os candidatos representantes do pleito. Analisamos os enquadramentos dados aos candidatos a governo do Estado do Paraná nos noticiários do telejornal de Curitiba, programa de televisão da Band Cidade, da TV Bandeirantes do Paraná, no site e no canal Youtube da TV, procurando mostrar como as informações são geradas e veiculadas aos cidadãos nesses canais de comunicação.

Palavras-chave: comunicação política; televisão; eleições.

Introdução

As disputas eleitorais aos governos dos estados, desde a volta da democracia no Brasil, têm despertado interesse nas diversas áreas do conhecimento. Em destaque, na Comunicação Política, que representa o debate dentro das ciências, ao demonstrar a importância dos recursos de comunicação, desde os mais tradicionais, como a televisão e a Internet, e como esses têm sido valorizados na corrida a cargo no Executivo, como elemento de intermediação das campanhas.

Os teóricos da Comunicação Política, como Chaia (2004; 2007) e Trein (2017), nos aproximam da compreensão da realidade da Teoria Política contemporânea. Já os estudos de Cervi & Panke (2011) apontam um dos recursos midiáticos mais tradicionais da política, o Horário Gratuito da Propaganda Eleitoral – HGPE, que em 2012 completou 50 anos de prática nas campanhas eleitorais. Esse recurso é muito cobiçado durante as coligações e alianças entre os partidos, que necessitam da visibilidade propiciada pela televisão, sendo esta uma das formas mais tradicionais de se fazer campanhas.

Cabe, neste artigo, destacar o período chamado de pré-campanha, de 06 a 30 de agosto, que sofreu algumas alterações, devido à nova lei eleitoral, que trouxeram novas configurações para o HGPE. Analisou-se, então, com a metodologia de enquadramento, conforme Porto (2004), como o telejornalismo da TV Band Paraná tratou o assunto no período, e como foram tratadas as informações contidas no site da Gazeta do Povo (PR) que apresentou os conteúdos das eleições locais.

Parte-se do pressuposto de que a televisão, como importante veículo de comunicação, trouxe as informações básicas para que o cidadão pudesse ter acesso aos candidatos a governo de forma esclarecedora, podendo assim exercer a democracia em sua plenitude.

Desenvolvimento

De acordo com Chaia (2004, p. 08-09), os estudos da Comunicação Política envolvem áreas interdisciplinares e têm como preocupação analisar, principalmente, os processos políticos relacionados às eleições, buscando compreender a criação das imagens de realidades políticas, de candidatos e/ou de partidos políticos.

Conforme Trein (2017), nos dias de hoje, há um declínio cada vez maior da participação política dos indivíduos, de acordo com Hirst (2002) *apud* Trein (2017, p. 185), verifica-se a preferência dos cidadãos de se relacionar com o seu mundo via meios de comunicação e, a comunicação política tornou-se uma importante ferramenta para que os governantes, ou postulantes a tal, possam influenciar as pessoas e fazê-las aderir a suas causas. Na análise de Trein (*idem*), segundo Izurieta (2003), a comunicação política não pode ser considerada apenas propaganda ou publicidade. Para o autor, em sua vertente política, a comunicação ajuda a buscar um melhor entendimento entre os setores que compõem uma sociedade, e entre esta e seu governo. A comunicação política, portanto, é o instrumento que liga a ação e o pensamento dos políticos à sociedade civil.

Segundo Wolton (1998, p. 177) *apud* Trein (*ibidem*), “a política é inseparável da comunicação, sobretudo em democracia, onde os políticos devem explicar suas propostas para ganhar a eleição ou assegurar a reeleição”. Na verdade, conforme Trein, este é um caminho de duplo sentido: enquanto as instâncias políticas informam o seu trabalho, também a sociedade informa as suas opiniões e necessidades. Ou seja, como afirma Ochoa (1999, p. 4), “a comunicação política desempenha um papel fundamental

no funcionamento dos sistemas políticos”.

Sobre a Comunicação Política e o uso da televisão em eleições, Chaia (2007, p. 160), contextualiza que os estudos acadêmicos nessa área coincidem com o processo de redemocratização no Brasil e com a importância que as eleições e as campanhas eleitorais readquirem na política brasileira a partir de 1989. A televisão ganha *status* de principal fonte de informações dos eleitores e principal fonte de notícias sobre a política, de modo geral. Daí os primeiros estudos mais sistematizados valorizarem análises sobre o papel desse meio de comunicação na formação da opinião pública.

O grande marco da relação entre mídia e política é a eleição direta para a presidência da República em 1989, a importância desse processo eleitoral e o papel desempenhado pela televisão, como principal meio de comunicação naquele período, afirma Chaia (*idem*, p. 164-165). São vários os estudos sobre a importância da televisão nessas eleições, o papel da imprensa e as candidaturas, bem como sobre as telenovelas como veiculadoras de representações da política e do político como, destaque para as novelas da Rede Globo. Os estudos do HGPE objetivam assim, analisar as estratégias discursivas dos candidatos e de seus respectivos partidos políticos.

Cervi & Panke (2011), em importante trabalho sobre o HPGE, lembram que essa forma de divulgação política de candidatos e suas propostas completou, em 2012, o cinquentenário de existência. Os autores abordam as contradições do HPGE, que “embora tenha nascido sob o propósito de oferecer espaços proporcionalmente igualitários às candidaturas, a diferença entre qualidade de produção dos programas e o tempo destinado à sua veiculação, contrastam com o propósito inicial” (*idem*, p. 391).

Dentre essas diferenças estão o tempo maior aos candidatos conforme representação no Congresso Nacional, o nível de produção dos programas e a estrutura econômica das siglas, que, apesar de garantirem espaço de exposição, assumem um caráter espetacular das campanhas, afirmam os autores, pois a gramática midiática é influenciada pelos discursos político-partidários. Ou seja, o HPGE tem características próprias e específicas, mas enquanto uma “vitrine” é a forma de divulgação que abrange o maior número de brasileiros, de acordo com Cervi & Panke (2011, p. 391).

Ainda na análise dos autores, há meio século a televisão tem um papel relevante na informação do brasileiro médio. Mesmo com o crescimento do uso e do investimento da rede Internet nas campanhas eleitorais (Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública, 2016), a televisão continua sendo o veículo de comunicação de maior audiência. Conforme Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), a TV é o meio mais

utilizado pelos brasileiros para se informar, com 63% da população em nível nacional, e 61% no Paraná. Sendo a Internet o segundo veículo citado, com 26% nacional e 29% no Estado.

Telejornais, programas de debate e outros formatos ajudam a conformar o “ambiente informacional”, para formar as preferências eleitorais. O HPGE é uma referência de padrões de campanhas políticas, devido à sua capacidade de massificar as mensagens, e é de fundamental importância para os que desejam sucesso nas campanhas eleitorais. Outro papel atribuído ao HPGE, segundo Cervi & Panke (idem, p.392), é o início do “tempo da política”, o momento em que a política entra nos espaços privados das famílias através da televisão e do rádio, invertendo a lógica do debate político, uma vez que as informações políticas surgem no espaço privado e são “levadas” aos espaços públicos.

Conforme o site Politiza, pré-campanha é o período em que um pré-candidato apresenta sua pretensa candidatura tanto ao seu partido, nas eleições intrapartidárias, como à população, sempre obedecendo às leis eleitorais. A Lei que fixa as regras para as eleições é de 1997¹. Em 2015, ano de véspera das últimas eleições municipais, foram realizadas várias alterações tanto em seus artigos, como em seus parágrafos e incisos, incluindo alterações sobre pré-campanhas.²

Dentre as atribuições dos pré-candidatos, a que versa sobre “participação no rádio, na televisão e na internet”, possibilitou aos pré-candidatos serem convidados por estações de rádio e emissoras de televisão para participarem de encontros, de debates e de entrevistas. Segundo a Lei da minirreforma de 2015, é permitida:

“I – a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico.”

Para o levantamento da cobertura dos noticiários dos telejornais dos canais de televisão pública, foi utilizada a metodologia de enquadramento desenvolvida e recuperada por Mauro Porto (2004).

Porto (2004) demonstra a importância dos estudos desenvolvidos sobre os enquadramentos da mídia, no sentido de aprimoramento do conceito e sua aplicação em estudos empíricos. Para o autor, partindo dos estudos de como os enquadramentos dão

¹ Lei das Eleições no Brasil, n. 9405/1997.

² A Lei que gerou as mudanças n. 13165/2015, minirreforma política, sancionada pela ex-presidenta Dilma Rousseff. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/pre-campanha-permissoes-e-proibicoes/>>. Acesso em: ago. 2018.

forma à realidade que é apresentada pelos noticiários, novos estudos buscaram destacar esse processo no qual os enquadramentos determinam a produção de notícia. Gitlin (1980 apud PORTO, 2004, p. 80) conceituou o enquadramento para investigar a relação entre movimentos sociais e os meios de comunicação, apresentando a primeira definição mais clara e sistemática:

Os enquadramentos da *mídia* [...] organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira” (GITLIN, 1980, apud PORTO, 2004, p. 7. Itálico no original, tradução do autor).

Nessa definição, os enquadramentos são entendidos como recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos. A definição de Gitlin (idem) serviu de base para o desenvolvimento de pesquisas sobre os enquadramentos da mídia (PORTO, 2004, p.80).

Para ampliar a definição de enquadramento, Porto (2004, p. 82), ao fazer a primeira revisão sistemática dos estudos sobre os enquadramentos da mídia, cita Entman (1994) que apresenta uma definição resumida dos principais aspectos e de suas aplicações na análise de conceitos da mídia:

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito” (ENTMAN, 1994, p. 294 apud PORTO, 2004, p. 82. Itálicos no original, tradução do autor).

Sobre os candidatos a governo do Estado do Paraná em 2018

São dez os candidatos ao pleito, que os eleitores paranaenses puderam conhecer melhor na TV, num total de nove minutos exibidos duas vezes ao dia, às segundas, quartas e sextas-feiras (Gazeta do Povo, 2018). Os candidatos e o tempo foram definidos de acordo com as bancadas dos partidos e coligações na Câmara de Deputados.

Abaixo, os de maior tempo, para detalhar a investigação proposta:

- Maria Aparecida Borghetti, vice-governadora do governo Beto Richa, 53 anos, Cida Borghetti (Partido Progressista – 11 / PP) -> composição: 07 partidos

“Paraná Decide” – PP / PTB / DEM / PMN / PMB / PSB / PSDB / PROS.

- Carlos Roberto Massa Júnior, deputado estadual, ex-secretário estadual do desenvolvimento urbano do governo Beto Richa, 37 anos, Ratinho Júnior (Partido Social Democrático – 55 / PSD) -> composição: 08 partidos

“Paraná Inovador”- PSD / PSC / PV / PR / PRB / PHS / PPS / PODE / AVANTE.

- João Arruda, deputado federal, 42 anos, (Movimento Democrático Brasileiro – 15 /MDB) -> composição: 04 partidos

“Paraná, Educação e combate à corrupção”-MDB / PDT / SOLIDARIEDADE / PCdoB

- Florisvaldo Fier, Dr. Rosinha, ex-deputado federal, 67 anos, (Partido dos Trabalhadores – PT – 55),

Dos partidos nanicos que dividem o tempo entre 10 a 5 segundos:

- Jorge Bernardi, sete vezes vereador de Curitiba, 62 anos, Professor Jorge Bernardi (Rede Sustentabilidade – 18 /REDE) -> Composição: 03 partidos

“Coligação do bem e da verdade para mudar o Paraná” – REDE / DC / PPL

- Geonísio Marinho, concorreu ao governo do estado em 2014, 60 anos, (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro – PRTB – 28) -> composição: 02 partidos

“Unidos pelo Paraná” - PRTB/ PRP

- Luiz Romeiro Piva, concorreu a prefeitura de Almirante Tamandaré, região metropolitana de Curitiba em 2016, Professor Piva, 55 anos, (Partido Socialismo e Liberdade – PSOL, 50) -> composição: PSOL /PCB.

- Priscila Ebara, professora de ensino médio, 42 anos, (Partido da Causa Operária – PCO, 29).

- Ivan Ramos Bernardo, foi candidato a deputado estadual em 2014 e a prefeito da cidade de Paranvaí, PR em 2016, Professor Ivan Bernardo, 49 anos, (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificados – PSTU, 16).

- Ogier Albegui Buchi, foi candidato ao governo do estado em 2014 pelo Partido Republicano Progressista – PRP, 44), comentarista de rádio e televisão, 66 anos (Partido Social Liberal – PSL, 17) -> composição: 02 partidos

“Pátria Brasil” - PTC /PATRI

Enquadramento sobre os candidatos no telejornal Band Cidade 2ª Edição – 06 a 30 de agosto/2018

Conforme o site, a TV Bandeirantes Curitiba é uma emissora de televisão brasileira sediada em Curitiba, capital do Estado do Paraná. Opera no canal 2, e é uma emissora própria da Rede Bandeirantes. Pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, em sociedade com o Grupo J. Malucelli, grupo empresarial do Paraná do

ramo de construção, meios de comunicação, sistema financeiro e esportivo como futebol.

Para a pesquisa de enquadramento, foi analisado o telejornal Band Cidade 2^a. Edição, veiculado de segunda à sexta às 19:00 h, com 30 minutos, tendo como apresentador José Wille. Encerradas as convenções partidárias no dia 05 de agosto de 2018, e definidos os candidatos ao governo do Estado do Paraná, chega-se ao enquadramento dado nos noticiários aos candidatos às eleições a governo do Paraná, 2018.

No dia 06 de agosto, segunda-feira, José Wille apresenta os candidatos e traz reportagem em que cada um deles faz uma fala de 10 segundos, aproximadamente, sobre a candidatura. Não falaram Buchi (PSL), Bernardi (REDE) e Ebara (PCO). Wille comenta que 02 são os candidatos fortes, Cida Borghetti (PP) e Ratinho Júnior (PSD).

Dia 09 de agosto, quinta-feira, o jornal fica por conta das regras do 1^o. Debate dos candidatos aos governo do Estado a ser realizado no dia 16 deste mês, das 22h às 00h30, e participam candidatos com pelo menos 05 parlamentares no Congresso Nacional, sendo que cada candidato convida até 40 pessoas. Dentre as regras do debate, descritas pelo apresentador, estão: responder à pergunta em 30': Por que você merece o voto dos paranaenses? Fazer uma pergunta e responder quantas vezes for solicitado. E, assim, no 3 e 4, no 5 e último, uma série de perguntas e 1 minuto para as considerações ao final. O apresentador informa que haverá transmissão pela rádio Band News FM; TV Tarobá, interior do Estado ; página do Facebook da Band PR.

Em 13 de agosto, segunda-feira, para o debate dos 10 candidatos, 06 se enquadram na lei eleitoral. No dia 14 de agosto, terça-feira, o apresentador comenta que 1 milhão de eleitores não fizeram o recadastramento biométrico e que 88% do território paranaense já aplica o sistema biométrico; pouco mais de 90 cidades no Paraná não aplicaram a biometria. Ha uma explicação sobre o e-título. Comenta que 1^o Debate é uma sondagem do terreno – a campanha começa a partir do 1^o Tradicional Debate na Band, escolha do candidato. Terá um mês de campanha e debate.

Assunto do debate que se repete em 15 de agosto, quarta-feira, explanando sobre as regras deste. Nesse dia, José Wille, explica os debates da Band a partir de 1985, e comenta que ficou 43 minutos em primeiro lugar no debate dos presidenciáveis, veiculado pelo canal.

No dia 17 de agosto, sexta-feira, a edição é sobre o debate ocorrido na noite do dia 16, quinta, sobre o debate local dos candidatos a governadores. Wille, chama a

reportagem sobre temas citados pela população, como honestidade, responsabilidade, "conhecer o que cada candidato propõe, tentar entender esse mecanismo do governo" . Na fala de Wille, houve decepção da população, e preparo dos candidatos é o que preocupa os eleitores; "Esse grupo, que será de nós?" , foi o discurso das redes sociais, finaliza.

Ainda, o debate do dia 16 de agosto, quinta-feira, mostra imagens na sequência de cada candidato ao chegar no estúdio da Band TV e as falas deles são apresentadas com alguns destaques:

João Arruda (MDB) – “detalhar proposta, mas o tempo é restrito, interação com os candidatos”.

Piva (PSOL) – “ouvindo as pessoas, segmentos sociais, do povo, a luta do dia a dia, movimentos sociais”.

Dr. Rosinha (PT) – “as últimas pesquisas não apontam o PT na preferência; 60 a 70% do eleitorado não decidiu”.

Cida Borghetti (PP) – com cabos eleitorais – “discutir o PR do futuro, conversar com a população do Paraná”.

Ratinho Jr. (PSD) – último a chegar – agradeceu o apoio de Bolsonaro à sua candidatura mas que seu partido é coligado com o PSDB de Alckmin. “É um debate muito franco, perguntar de áreas específicas, de maneira livre, um debate que dá para as pessoas observarem quem deve cuidar do Paraná” .

Ogier Buchi (PSL) “tendo atendido um convite, manterei a candidatura, enquanto a Justiça determinar que ela é possível”.

Wille comenta que as pesquisas mostravam Ratinho Jr. (PSD) vencendo no 1º. Turno, mas, após o debate, nesta eleição pode sim haver, conforme o apresentador Wille, um segundo turno. Três candidatos têm chance na disputa: Ratinho como o novo, se desligou do governo anterior, Cida Borghetti, como a não continuidade do governo anterior, e João Arruda, na linha da oposição, esperando crescer. E na sequência mais algumas falas em blocos:

Ogier (PSL) – “vou combater a corrupção, estado sustentável, com justiça social.”

João Arruda (MDB)– “Paraná parou no tempo, verdadeira oposição, tarifas água luz e imposto abusivos.”

Piva (PSOL) – “represento aquelas pessoas que vivem do seu trabalho.”

Cida Borghetti (PP) – “quero seu voto para trazer o olhar feminino, gosto de cuidar das pessoas.”

Dr. Rosinha (PT) – “conheço o mapa da fome deste estado, aqueles que necessitam da saúde, educação, segurança.”

Ratinho Jr. (PSD) – “represento uma nova geração, um projeto de gestão moderno, inovador, que tem um olhar humanista para nosso Estado, vou fazer o Paraná o estado mais moderno do país.”

São 10 candidatos que concorrem ao pleito: 07 participaram do debate promovido pela TV Band em 16 de agosto/2018, conforme Figura 01. Apenas 03 candidatos não possuem representação na Câmara Federal.

Conforme a Figura 01, da esquerda para direita: Ogier Buchi (PSL); Piva (PSOL); Rosinha (PT); mediador do debate jornalista Douglas Santucci, da TV Band ; Ratinho Jr. (PSD); Cida Borghetti (PP) e João Arruda (MDB);

Figura 01- Candidatos ao governo do Paraná 2018 que participaram do debate promovido pela TV Band Paraná



Fonte: TV Band (2018).

No dia 27 de agosto, segunda-feira, agendas dos candidatos ao governo do Estado, “espaço que depende do envio de vídeos dos próprios candidatos para o canal”, comenta Wille. É apresentada também a ordem dos candidatos no HGPE, conforme sorteio realizado pelo Tribunal Regional Eleitoral do Paraná – TRE-PR. Wille critica as formas de representação na TV, em que: “exclui muita gente, não é democrático; nas coligações o primeiro critério é aquele partido, quanto de tempo ele vai me trazer, e não o que pensa o outro partido, mas o tempo que está trazendo.”

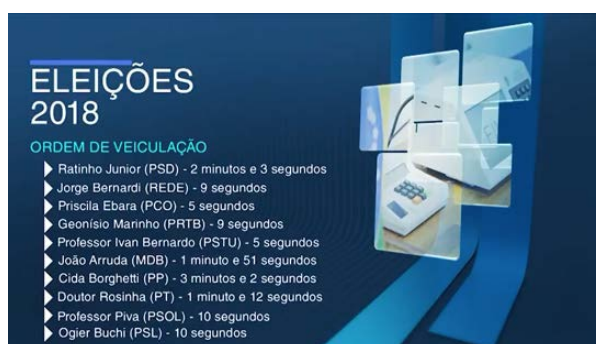
A partir do dia 28 de agosto, terça-feira, no próprio telejornal, iniciam-se as entrevistas, um candidato por programa, com duração de 10 minutos. A escolha foi por sorteio. O primeiro a participar foi Ivan Bernardo (PSTU). Na sequência, as agendas dos candidatos, cujos mais frequentes são: Cida Borghetti (PP); Buchi (PSL); Piva (PT); João Arruda (MDB), e Ratinho Jr. (PSD).

Dia 29, quarta-feira, Wille explica sobre o HGPE, que “será veiculado de 31 de agosto a 04 de outubro – as coligações com menos de 30 segundos podem dividir o

tempo ao longo da programação. Apenas 05 das 13 coligações têm direito a mais de 30 segundos em cada programa. Por isso, o Tribunal Superior Eleitoral - TSE aprovou que esse tempo seja remanejado em menos inserções.” Repete as agendas de: Cida Borghetti (PP); Piva (PT); João Arruda (MDB). E se incluem Bernardi (REDE); Rosinha (PT) e Bernardo (PSTU).

No sorteio do TRE, os candidatos tiveram a seguinte ordem no HGPE, conforme Figura 02:

Figura 02 – Ordem de veiculação dos candidatos ao governo do Paraná 2018 no HGPE, conforme sorteio do TSE



Fonte: TV Band (2018).

No último dia de análise do telejornal, dia 30 de agosto, quinta-feira, a entrevistada do dia é Priscila Ebara (PCO). Repete as agendas de: Cida Borghetti (PP); Buchi (PSL); Piva (PT); João Arruda (MDB) e Bernardi (REDE).

Conclusão

Conforme a análise do enquadramento dado pelo telejornal da TV Band Paraná sobre a disputa ao governo do Estado no período da pré-campanha eleitoral, o espaço televisivo *versus* Internet apresentou determinados limites e possibilidades.

O enquadramento dos noticiários, tal como foi apresentado, não garantiu o debate desejado, com a extensão e profundidade necessárias para o esclarecimento do eleitor. Não há de fato debate de ideias. Há um monólogo, com o candidato constringido entre o exibicionismo e a parcimônia, entre falar de tudo sem aprofundar ou eleger um tema para caracterizar sua aposta, deixando de lado o debate do que seria um programa de governo.

Na relação de força, a TV apresentou um velho formato com medida das falas, a rigidez do debate, o corte do raciocínio do candidato, o limite de descrição do perfil dos

candidatos. Formato esse demarcado pelo tempo própria da televisão. A Internet mostrou-se um complemento essencial de informações pertinentes aos cidadãos. Mas, muitas vezes, o próprio cidadão continua se utilizando da TV como fonte principal de informação, 61% da população no Paraná (Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016), conforme mostrado.

Um aspeto a ser debatido é que mesmo o telejornal dispondo de espaços para os referidos candidatos a governo, aguardando receber as matérias, das quais não foram enviaram conteúdos de suas agendas para serem divulgadas, o que possibilitaria a inserção de mais informações sobre os candidatos.

Outro destaque, que corroborou com ambos os espaços de mídia, foi o candidato Ogier Buchi (PSL), ao confundir o povo com candidatura inscrita por ele mesmo, não pelo partido, em desrespeito às leis eleitorais, e que não teve apoio de Jair Bolsonaro, presidenciável e presidente nacional do PSL, que busca a impugnação da candidatura de Buchi ao governo do Paraná. Dessa comportamento pouco republicano e, mesmo contrário às regras, circulou o *meme* do candidato Buchi com a frase-título deste artigo, conforme Figura 03.

Figura 03 – Meme de Ogier Buchi (PSL), candidato ao governo do Paraná 2018, não teve apoio de Jair Bolsonaro



Fonte: *meme* em whatsapp (2018).

Será necessário, ainda, maior espaço de debate e conteúdos críticos sobre a realidade a serem disponibilizados para os cidadãos, para conhecer a base de informação apreendida para o exercício pleno de nossa democracia.

Referências

Azevedo Junior, Aryovaldo de; Castro, Fernando Emmendoerfer de; Panke, Luciana (org.). **Eleições 2016**: análise do HPGE em capitais brasileiras. Londrina, Syntagma Editores, 2017. Disponível em: <<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/ELEICOES-2016.pdf>>. Acesso em: set. 2018.

Band Jornalismo. **Debate para governo do Paraná**. Transmitido ao vivo em 16 de ago. de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=apBHDp_Ili4>. Acesso em: set. 2018.

Band Cidade 2ª edição. TV BAND. Site youtube band. **Candidatos ao governo do PR**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tpBGtm0-s5w>>. Acesso em: set. 2018.

Bande Cidade. TV Band Paraná. Assista ao TV Band. **Vídeos**. Disponível em: <<http://bandcuritiba.com.br>>. Acesso em: set. 2018.

CHAIA, Vera. **Jornalismo e política**: escândalos e relações de poder na câmara municipal de São Paulo. São Paulo: Hacker, 2004.

_____. Investigação sobre Comunicação Política no Brasil. São Paulo: **Revista Ponto e Vírgula 2**; 2007, p. 160-177. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/14306>>. Acesso: nov. 2018.

Folha de Londrina. **Abandonado pelo PSL, Ogier Bucchi promete brigar por candidatura ao governo**. Política. 20 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.folhadelondrina.com.br/politica/abandonado-pelo-psl-ogier-bucchi-promete-brigar-por-candidatura-ao-governo-1013826.html>>. Acesso em: out. 2018.

Gazeta do Povo. **Candidatos**. Eleições 2018. Disponível em: <<https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/candidatos/pr/governador/>>

_____. **Cida terá um terço do horário eleitoral**. Veja o tempo de cada candidato a governador. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/parana/cida-tera-um-terco-do-horario-eleitoral-veja-o-tempo-de-cada-candidato-a-governador-d53cgmzegeqx91uirjpbuiim1>>. Acesso em ago. 2018.

_____. **Uma análise do cenário eleitoral no Paraná, definidas as candidaturas**. Transmitido ao vivo em 6 de ago. de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5ou7qla-Gxg>>. Acesso em: ago. 2018.

_____. **Vai começar a eleição!** Conheça os candidatos a governador do Paraná. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/parana/vai-comecar-a-eleicao-conheca-os-candidatos-a-governador-do-parana-64swbu7jztakqj36mb4h6mbc8>>. Acesso em ago. 2018.

_____. **Eleições 2018:** tudo que você precise saber para votar em 2108. Disponível em: <<https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/parana/>>. Acesso em: ago. 2018.

IBGE Cidades. **Paraná.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/panorama>>. Acesso em ago. 2018.

Imagens TV Band Cidade 2a. Edição. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tpBGtm0-s5w>>. Acesso em: 20 de set 2018.

IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Social. **Cadernos Estatísticos do Estado do Paraná.** Agosto de 2018. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=19>>. Acesso em ago. 2018.

PANKE, Luciana; CERVI, Emerson. **Análise da comunicação eleitoral:** uma proposta metodológica para os estudos do HPGE. Revista Contemporânea: comunicação e cultura, vol.09, n.03, setembro-dezembro 2011. PosCom, UFBA. Disponível em: <<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/publicacoes/686873-558.pdf>>. Acesso em: ago. 2018.

Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016. Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República. Brasília: Secom, 2016.

Disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book_PBM_2016.pdf>. Acesso em: set. 2018.

Politize! O que pode ser feito nas eleições? Veja 5 permissões e 5 proibições na pré-campanha! Disponível em: <<https://www.politize.com.br/pre-campanha-permissoes-e-proibicoes/>>. Acesso em: ago. 2018.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio Albino (Org.). **Comunicação e política:** conceitos e abordagens. Salvador: EDUFBA, 2004.

TREIN, Sérgio Roberto. Porto Alegre: Uma Eleição em que o Povo Ganhou, mas perdeu. In: **Eleições 2016:** análise do HPGE em capitais brasileiras. Londrina, Syntagma Editores, 2017. Disponível em: <<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/ELEICÕES-2016.pdf>>. Acesso em: set. 2018.

2

Tribunal Superior Eleitoral. **Calendário das atividades internas.** Resolução n. 23.556 de 18 de dezembro de 2017. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235562017.html>>. Acesso em out. 2018.

_____. TSE publica as normas para as eleições 2018. 18 abril de 2018. Disponível em: <<https://marketingpoliticohoje.com.br/tse-regulamentacao-normas-eleicoes-2018/>>. Acesso em: out. 2018.

