

**JORNAL IMPRESSO E SUA IMPORTÂNCIA PARA O REGISTRO DA  
HISTÓRIA POLÍTICA**

Cosma Ribeiro de Almeida  
Faculdades Integradas de Patos  
[cosma\\_almeida@yahoo.com.br](mailto:cosma_almeida@yahoo.com.br)

**INTRODUÇÃO**

O presente texto é resultado de uma pesquisa realizada no mestrado em Sociologia pela Universidade Federal de Campina Grande, cujo principal objetivo foi analisar a construção dos personagens políticos nas eleições municipais no ano de 2004 na cidade de Campina Grande-PB. A investigação teve como objeto para análise os meios de comunicação como a televisão, o jornal impresso, os materiais de propaganda eleitoral e os CDs de campanha com as músicas dos candidatos.

Os projetos de governo, as opiniões dos principais candidatos, as matérias jornalísticas veiculadas sobre os candidatos durante a campanha eram os fatores que pertinentes para pesquisa.

Porém, a pesquisa teve início três anos após as eleições, isto é, ela teve início em 2007. No entanto, a principal fonte de pesquisa naquele momento passou a ser o jornal impresso, uma vez que os horários de propaganda eleitoral e os materiais de campanha foram adquiridos através de terceiros.

O jornal impresso foi uma peça indispensável naquele momento, pois mesmo com os horários gratuitos de propaganda eleitoral e alguns materiais propagandísticos, a necessidade de uma narração da época da campanha (2004) foi singular para entendermos o processo que se deu o momento eleitoral na cidade. Como afirma Alberto Diniz (1986, p. 81) o jornal impresso complementa a veiculação eletrônica.

Para tanto, este veículo foi importante para a análise da constituição dos personagens políticos Veneziano Vital (PMDB) e Rômulo Gouveia (PSDB), ambos adversários na campanha eleitoral, atuando como sujeitos-atores de uma época inédita

em Campina Grande: primeira eleição de segundo turno na cidade e um espetáculo jamais visto de sua história política atual.

O Jornal da Paraíba e o Jornal Diário da Borborema foram os veículos utilizados para a análise das figuras públicas, tendo em vista a espetacularização da política que estes meios veiculavam, acreditamos ser fundamental sua utilização para uma análise de conteúdo.

### **O REGISTRO DA HISTÓRIA POLÍTICA ATRAVÉS DO JORNAL IMPRESSO**

O homem sempre teve o desejo de registrar a história através das técnicas de comunicação de sua época, seja através dos pergaminhos, papiros, desenhos e inscrições em pedras, entre outros. Isto revela a necessidade do ser humano em através da linguagem do seu tempo comunicar-se com o outro ou gravar a sua história. Neste sentido, os meios de comunicação tornaram-se imprescindíveis para a sociedade, seja o rádio, a televisão, o computador, a revista e mesmo o jornal impresso, servem para narrar ou gravar a história. Porém, é importante percebermos como o jornal impresso conseguiu sobreviver diante da revolução midiática com o surgimento de novos meios de comunicação cada vez mais modernos, tendo em vista que a internet, por exemplo, está entre os recursos midiáticos mais utilizados ou acessados na atualidade. Mas, mesmo assim, isto revela que o impresso tem uma importante função na sociedade civil, como um meio indispensável no cotidiano para veicular informações de interesse público.

O jornalismo, portanto, relata os acontecimentos da sociedade e os grava como relato histórico. Fato este que confere ao jornalismo uma importante função para gravar a história, como instrumento dela mesma. Apesar do jornalismo possuir uma técnica de edição e recorte da realidade que segue os padrões vigentes de cada empresa jornalística, os fatos relatados estão relacionados, muitas vezes, ao interesse dos indivíduos.

Percebe-se, sobremaneira, que a cultura midiática no Brasil é marcada por uma forte ligação entre a mídia e a política. Uma grande parte de políticos serem detentores de veículos de comunicação no país pode revelar um pouco esta assertiva, mas o consumo positivo deste produto também expõe que a população é cúmplice dela.

Pensando nesta vertente, é singular a importância que tem a mídia para a classe política, uma vez que a figura pública tem o desejo de lançar sua imagem para o maior número possível de pessoas. O objetivo é mostrar não só sua imagem, mas manipular através das informações que são veiculadas sobre ela.

### **A RELAÇÃO ENTRE A MÍDIA E A POLÍTICA**

A relação que existe entre a comunicação de massa e a política não é uma relação cuja interface surge como uma novidade na arena atual do universo político, mas é uma relação que existe há muito tempo e sempre foi uma complementaridade entre ambos – a mídia na política e a política na mídia.

É importante ressaltar que cada época funciona com um modelo diferente, este modelo é um conjunto de práticas instituídas de costumes e de habilidades que formam um padrão social, embora que os padrões em geral correspondem às épocas e respondem a circunstâncias históricas. (Wilson Gomes, 2004).

A mídia na interface com a política existe na forma de imprensa, ou seja, no sentido de veicular mensagens e informações, por sua vez ao se relacionar com a política não se constitui como um sistema isolado, mas um dos componentes do universo político.

Os meios de comunicação – rádio, televisão, jornal – acompanhados de uma série de instituições sociais dotadas de meios tecnológicos de produção, reprodução e emissão ou circulação de mensagens e produtos culturais de distribuição massiva, são compreendidos como instrumentos de difusão de mensagens. “A expressão *mass media* se monta, assim, a partir de uma concepção que não vê nessas formas da indústria da cultura e da informação a não ser os dispositivos de emissão e a capacidade de difundir conteúdos e mensagens para audiências massivas”. (GOMES, 2004, p. 48).

Para Wilson Gomes (2004) a relação entre a mídia e a política obedeceu três modelos importantes na história dessa relação. Primeiro, o autor cita esta relação com a primeira imprensa- o jornal impresso – que situava-se no século XVIII como imprensa de opinião e funcionava como instrumento da discussão pública. Antes disso, no século XVII, a imprensa era um órgão a serviço da glorificação de Luís XIV do estado absolutista. Neste primeiro momento, a imprensa de opinião surgiu, portanto, burguesa no interior da esfera civil para defender os seus interesses.

O segundo modelo corresponde a uma nova situação no interior midiático, onde as novas tecnologias firmam a imprensa na nova produção tecnológica. As novas técnicas são responsáveis neste período pelo avanço tecnológico da mídia.

Para o autor, é nesse momento que surgem as primeiras investigações sobre os efeitos dos meios de comunicação no campo político. O modelo comunicação começa a se formar, a percepção é de que os dispositivos técnicos para a comunicação de massa funcionam como instrumentos para se organizar os gostos, as disposições e a opinião pública de natureza política. Nesse contexto, os consumidores são compreendidos como um público passivo e submetido aos fluxos de mensagens provenientes da esfera política mediante os meios de comunicação.

Por fim, o terceiro modelo está relacionado ao século XX, se refere à transformação da informação num negócio cujas transações se realizam com duas novas categorias – os consumidores e os anunciantes e não mais com corporações e partidos.

Surge, no entanto, a indústria do entretenimento e da cultura para atender uma outra demanda – os consumidores do entretenimento televisivo, do rádio, do cinema. Estes se organizaram em estruturas empresariais para atender industrialmente as pessoas da nova demanda. Formou-se, assim, a chamada cultura de massa, que segundo Wilson Gomes, formou-se em forte continuidade com as artes próprias do consumo aristocrático e da burguesia.

O campo midiático pode ser descrito, portanto, como um espaço social onde se busca controlar e distribuir um recurso ou valor específico em função dos quais as práticas e representações se ordenam sistematicamente. Isto está relacionado a uma

determinada autoridade dentro do campo que comporta prestígio, reconhecimento, fama, celebridade, lugar de fala – a mídia. Como tal, este campo representa uma forma de controle e distribuição do capital simbólico deste espaço midiático.

O campo midiático enquanto sistema de relações é também um sistema que impõe um reconhecimento em função da posse de capital típico do campo social. A luta pela conquista da autoridade competente são formas que se aplicam aos indivíduos através das estratégias midiáticas. Esta luta se refere à luta pela visibilidade, pelo reconhecimento por parte do público que o assiste. Como diz Bourdieu apud Gomes (2004, p, 55) “acumular capital é fazer um nome”, um nome como marca, como conhecido.

De fato, a arena midiática não é apenas um meio de veiculação de mensagens e informações do campo político, mas setores industriais e campos sociais. Onde a comunicação e a cultura de massa deixaram de ser *meios* para se tornarem ambientes indispensáveis da política na atualidade. Passou-se, a partir disto, creditar um grande valor à comunicação de massa por parte do universo político.

Neste sentido, Wilson Gomes (2004, p, 61) destaca sobre a expressão “comunicação” três fenômenos diversos, mas relacionados na dimensão do que seja a comunicação midiática e sua potencialidade. Enfatiza o autor: O repertório de discursos, enunciados, expressões, idéias, opiniões, imagens e produtos que constituem os processos da chamada comunicação de massa ou comunicação midiática; Os meios técnicos que são empregados para tal comunicação em grande escala e alcance, que incluem o aparato tecnológico até o controle de linguagens envolvidas; Os meios institucionais (do jornalismo, do cinema, da televisão, internet) voltados para a produção da comunicação de massa.

Desta forma, esta relação da política com a mídia tem suscitado em muitos autores polêmicas negativas que caracterizam a política midiática como uma política descredenciada, pelo fato da política apresentar como espetacular. Porém, consideramos a interação da política midiática como uma nova forma de fazer política. No entanto,

acreditamos que a mídia não descredencia a prática política, ao contrário, são campos que se interpenetram numa relação mútua.

Entendermos, portanto, que a mídia é um espaço privilegiado na sociedade da informação, e em especial, por ser importante em épocas eleitorais para grande parcela da sociedade que passa a se informar mais sobre a eleição e muitas vezes decidem em quem votar.

A política neste sentido se produz através de um recurso indispensável: a imagem. Nestes termos, as técnicas comunicacionais, independentemente do meio de comunicação, fazem da figura política um recurso central da representação – promovendo o gesto, o anseio, a expressão. É como se houvesse um deslocamento da política da idéia para uma política da imagem.

No entanto, a idéia de pensar que os acontecimentos veiculados é uma necessidade da sociedade, entra em contradição quando acreditamos que tudo na campanha política é estrategicamente montado. Em consequência, pensar o jornal impresso em tempos de eleição em Campina Grande é pensar a história da rivalidade política da cidade expressa no papel. Pois, cada jornal analisado apoiava um determinado candidato. Todavia, o mais antigo veículo de comunicação mostra que apesar destas contradições e interesses seu papel principal é registrar a história.

### **AS ELEIÇÕES 2004 E SUA REPERCUSSÃO NO JORNAL IMPRESSO**

As Eleições municipais no ano de 2004 na cidade de Campina Grande-PB foram caracterizadas como guerra política, acirrada por duas facções: O “Grupo Cunha Lima” e o “Grupo Maranhão”. Desde 1998 quando José Maranhão (PMDB), atualmente Senador do estado da Paraíba e o “Grupo Cunha Lima”, que tem o governador do Estado como chefe político deste grupo, romperam a aliança partidária dos quais faziam parte, criou-se no estado paraibano uma travada luta de grupos políticos, se aliando cada qual em um partido político. O grupo do governador com o PSDB e o grupo maranhista com o PMDB.

De 1989 a 1999 na cidade de Campina Grande o então governador Cássio Cunha Lima foi a figura quem liderou as eleições para prefeito na Cidade. Seu pai, Ronaldo Cunha Lima, hoje Deputado Federal, também foi liderança no estado da Paraíba quando foi Governador, e na cidade de Campina quando também assumiu a prefeitura.

Essa trajetória e permanência política do “Grupo Cunha Lima” perdurou durante 22 anos na Cidade. O candidato Rômulo Gouveia por fazer parte deste grupo foi caracterizado, pelo grupo adversário, como o candidato do “Grupo dos 22 anos”.

Em 2004 o “Grupo Cunha Lima” lançou Rômulo Gouveia (PSDB) como principal candidato à eleição municipal. A nomeação surgiu em virtude de vários fatores: Rômulo, na época Presidente da Assembléia Legislativa pelo segundo mandato, hoje Deputado Federal, teve uma intensa trajetória política aliado a este grupo desde 1988. Mas, antes disso havia ingressado nos movimentos estudantil e comunitário.

Além disso, Rômulo Gouveia foi Vereador por dois mandatos, Presidente da Câmara de Vereadores e Deputado estadual. Esse conjunto de trabalho de gestão pública que exerceu foi motivo para que Rômulo fosse cogitado à disputa em 2004, foi considerado de imediato pelo Grupo que lhe apoiou como o “candidato da experiência” e, portanto, da vitória.

O “Grupo Maranhão” por sua vez apoiou Veneziano Vital (PMDB). Veneziano iniciou sua trajetória política em 1996, quando se candidatou a vereador pela primeira vez, sendo eleito novamente para o mesmo cargo em 2000. Mas, o conhecimento sobre a vida política começou cedo antes de ser vereador pela primeira vez, quando se envolvia nas produções de campanha e freqüentava comícios do pai, Vital do Rego, candidato a prefeito de Campina Grande em 1982.

A campanha se apresentava como duas imagens, evidentemente um modelo tradicional de campanhas eleitorais no Brasil: tinha-se por um lado um candidato que representava um grupo *tradicional*, mas, sobretudo emblemático; e por outro, um candidato que representava a *surpresa*, o *novo*, aquele que surgiu com o discurso da inovação da administração política na Cidade.

A partir deste momento, Campina Grande começou a viver uma festa de disputa eleitoral, tudo era motivo de conflito veiculado nas matérias jornalísticas, no radiojornalismo, nos debates, nas Entrevistas, no Horário Gratuito. Permaneceu uma nítida luta de facções políticas, “chefiadas” por duas Coligações: a “Coligação O Povo Quer” (PSB, PC do B, do PAN e do PT do B) do candidato Veneziano Vital, e a “Coligação Democrática Campinense” (PMN, PMS, PSL, PRP e alguns petistas) do candidato Rômulo Gouveia. O espaço das mídias tornou-se palco das disputas de poder, dentre estes meios o jornal impresso, ocupou um importante papel.

Os jornais mostravam o IBOPE de cada candidato, as pesquisas de opinião, um e outro candidato estavam com vitória garantida dependendo do jornal que lhe apoiava: o Jornal da Paraíba veiculava matérias afirmando que Rômulo estava vitorioso nas pesquisas realizadas, no Jornal Correio as matérias afirmavam que Veneziano seria o novo Prefeito. “A produção da notícia é entendido como um processo caracterizado por uma constante tensão: um cabo-de-guerra disputado por forças desiguais, mas também por uma contínua negociação entre estas forças”. (GANS apud ALBUQUERQUE, 1998, p. 14).

No primeiro turno, com 45,73% o que correspondeu a 89.730 votos, Rômulo ficou na frente de Veneziano que atingiu 42,26% o que correspondeu a 82.917 votos. Campina Grande, no entanto, vivenciou pela primeira vez uma eleição de segundo turno. Os outros candidatos, por vezes, atingiram públicos menores: Cozete Barbosa teve 9,58 % dos votos, isto é, 18,798 votos; Lígia Moura com 1,72%, o que obedece a 3.380 votos; e José Araújo com 0,71%, apenas com 1387 votos.

As atividades de campanha no segundo turno aumentaram: a Cidade ganhou “ares” de luta pelo poder. A concorrência ganhou dimensão considerável a ponto de cogitar o discurso do “grupo do bem” e do “grupo do mal”. O “grupo do mal” era característica da candidatura de Rômulo Gouveia, e conseqüentemente o “grupo do bem” à candidatura de Veneziano Vital, segundo afirmação da própria população nas ruas. Além disso, uma denominação mais significativa e nítida na Cidade separavam estes grupos: o “grupo verde” e o “grupo laranja”, relacionados respectivamente aos

candidatos Rômulo e Veneziano. “Mitos políticos tradicionais como o da *conspiração* e o do *salvador* está presente historicamente na cultura política brasileira”. (GIRARDET, 1987, p. 184)

A disputa entre os candidatos à Prefeito na cidade de Campina Grande – PB nas eleições 2004 foi marcada como uma das campanhas eleitorais mais importantes na história política recente da cidade. Dois fatores contribuíram para esta importância: jamais dois candidatos que disputaram a Prefeitura tiveram tanta *força de imagem*, a ponto de gerarem idéias e opiniões dividindo a cidade em dois grupos; depois, porque os principais candidatos estavam sendo apoiados por dois grandes grupos políticos rivais, cada qual com seu discurso forte e específico. A concorrência ganhou amplitude e despertou fascinação quando os dois candidatos mais importantes – Rômulo Gouveia e Veneziano Vital – despertaram o gosto público e conseguiram separar a sociedade campinense em duas grandes caravanas: o grupo verde e o grupo laranja, respectivamente, onde a população de Campina Grande ficou dividida em duas grandes coligações.

Porém, mesmo o candidato Rômulo Gouveia sendo apoiado pelo Governador e todo o seu grupo político, ambos “defendendo a bandeira da experiência e do trabalho”, não foi suficiente para superar o discurso da mudança e a figura “inovadora” que surgia para a população naquela ocasião – o candidato Veneziano Vital. Com 701 votos de diferença Veneziano Vital venceu a Eleição com 101 mil e 900 votos, contra 101 mil e 109 votos do candidato Rômulo Gouveia.

Assim, a espetacularização da política e do poder no momento eleitoral, só ganha força com o alento da mídia, uma vez que esta torna-se ferramenta singular em épocas de eleição na sociedade. Reside, portanto, sua importância no papel não só de informar, mas de registrar o passado.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Para a realização da análise do tempo da política, os meios de comunicação mostram-se como instrumentos de suma importância para a pesquisa. O levantamento de dados só foi possível graças ao jornal impresso, apesar da censura política, principalmente em épocas que antecederam as eleições.

Percebe-se, que a mídia expunha o espetáculo político que tecia a sociedade na época da campanha, em que os jornais impressos também noticiavam de forma teatralizada a disputa acirrada dos principais candidatos Veneziano Vital e Rômulo Gouveia.

Sendo assim, embora a prática do jornalismo atenda a interesses particulares das empresas de comunicação, ela continua exercendo o papel fundamental de registrar os momentos pelos quais passa a sociedade, contribuindo para o registro da história político-social e econômico de sua época.

## **NOTAS**

<sup>1</sup> De 1983 a 1988, Rômulo foi assessor da Secretaria de Educação e Cultura da Prefeitura de Campina Grande, no Departamento de Cultura e Recreação. De 1989 a 1990, foi Coordenador Regional da Merenda Escolar no 3º Núcleo Regional de Educação do Estado da Paraíba. De 1990 a 1991, foi Diretor do Departamento do Patrimônio Histórico da Prefeitura de Campina Grande. De 1991 a 1992, foi Superintendente Regional da CEHAP – Companhia Estadual de Habitação Popular em Campina Grande. De 1993 a 1998, foi vereador em Campina Grande por dois mandatos tendo sido Presidente da Câmara em dois biênios, durante esse período 1995/96 – 1997/98. Em 1998, disputou mandato de Deputado Estadual, tendo sido o mais votado em Campina Grande. Renunciou ao mandato de Vereador para assumir a Câmara Estadual de fevereiro/1999 até janeiro de 2007 por dois mandatos. Sendo 2000 a 2002 se licenciou da Assembléia Legislativa para assumir a Secretaria de Coordenação Política da Prefeitura de Campina Grande e de 2003 a 2007 exerceu o cargo de Presidente da Assembléia Legislativa por dois mandatos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALMEIDA, Cosma Ribeiro. **Arte, Mídia e Política: a construção dos personagens políticos nas eleições 2004 na cidade de Campina Grande-PB.** (Dissertação de Mestrado). UFCG. Campina Grande, 2008.

AUGÉ. Marc. Os dois ritos e seus mitos: a política como ritual. In: **Por uma antropologia dos mundos contemporâneos.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BALANDIER, Georges. **O poder em cena.** Coleção Pensamento Político, nº. 46  
Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. **Ritual e símbolo na política.** Cadernos CERU, Série  
2, Nº 7, 1996.

\_\_\_\_\_. **Chuva de papéis:** ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil.  
Rio de Janeiro: Relume Dumará: Núcleo de Antropologia Política, 1998.

CANELA RUBIM, Antônio Albino. **Comunicação e política.** São Paulo: Hacker,  
2000.

CHAUÍ, Marilena. **Política e cultura democráticas:** o público e o privado entram em  
questão. Revista Universidade e Sociedade. Ano 1, nº 2, novembro de 1991.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político.** São Paulo: Contexto, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOMES, Wilson da Silva. **Duas premissas para a compreensão da Política  
Espetáculo.** In: Neto, Antônio Fausto e Pinto, Milton José (Org.) O Indivíduo e as  
Mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

\_\_\_\_\_. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São  
Paulo: Paulus, 2004.

MAGALHÃES, Nara Maria Lúcia. **O povo sabe votar:** uma visão antropológica.  
Petrópolis: vozes, 1998.

MIGUEL, Luís Felipe. **Política e mídia no Brasil:** episódios da história recente.  
Brasília: Plano, 2002.

\_\_\_\_\_. **Mídia e opinião pública.** IN: AVELAR, Lúcia & CINTRA, Antônio  
Octávio. (Orgs.) 2 ed. Rio de Janeiro: Unesp, 2007.