

“DIÁRIOS SECRETOS”: UMA ANÁLISE DA VISIBILIDADE SOBRE O ESCÂNDALO NA ASSEMBLEIA DO PARANÁ NAS CAPAS DA GAZETA DO POVO¹

Clicéia Aparecida Alves²
Milian Cercal Daldegan³

Resumo

O dia 16 de março de 2010 pode ser considerado como um divisor de águas para a Assembleia do Paraná. Neste dia, o jornal Gazeta do Povo, maior impresso do Estado, publica a manchete que abalou as estruturas do legislativo: “Assembleia encobre metade de seus atos em diários suspeitos”. A partir de então, o legislativo paranaense é tema de uma série de reportagens, intitulada “Diários Secretos”, que desencadeou na descoberta de várias irregularidades. Com o objetivo de verificar, brevemente, o papel da mídia neste processo, a proposta é analisar a visibilidade do tema nas primeiras páginas do referido jornal, no período de 16 de março a 10 de outubro de 2010, início da denúncia e pós-eleições, respectivamente.

Palavras-chave: política, mídia, visibilidade

1 O agendamento político na mídia

Grande parte da realidade construída pelos cidadãos ocorre através de informações veiculadas pelos meios de comunicação. No caso das esferas políticas, esse processo pode ser considerado ainda mais acentuado, pois, de acordo com pesquisas realizadas na área de comunicação e política, existe um vácuo entre a população e os atores políticos. Nesse caso, pode-se afirmar que a mídia atua como intermediadora da relação entre ambos.

Para que os temas cheguem até os receptores existe um processo que define previamente o que será inserido na pauta das discussões. Este procedimento é definido por McCombs (2009) como a Teoria do Agendamento, que, para ele, refere-se à capacidade exercida pela mídia em selecionar os assuntos que merecem atenção do público. Mauro Wolf (2001) afirma que a noticiabilidade

¹ O presente artigo baseia-se na publicação: *O escândalo político-midiático na Assembleia do Paraná: a série Diários Secretos*, apresentado, pelas autoras, durante o IV Congresso da WAPOR, em maio de 2011, em Belo Horizonte, e também publicado na Biblioteca Virtual Paul Lazarsfeld, do Portal Opinião Pública da UFMG.

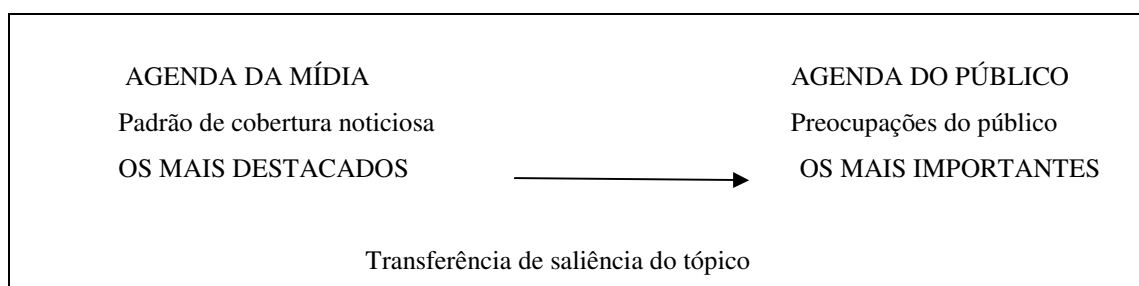
² Jornalista e aluna do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. E-mail: cliceia.alves@hotmail.com

³ Jornalista e aluna do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. E-mail: milian.daldegan@yahoo.com.br

corresponde a um conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher o que deve ou não ser notícia. Já para Sousa (2005), a noticiabilidade, a seleção e hierarquização dos fatos passam por critérios diversos como influências pessoais do jornalista, ideologias, influências da própria política editorial e social da empresa.

Neste caso, de acordo com McCombs (2009), os profissionais envolvidos neste trabalho devem ser providos de habilidades, pois, “focam nossa atenção e influenciam nossas percepções naquelas que são as mais importantes questões do dia” (McCOMBS, 2009, p. 18). Dentro dessa perspectiva pode-se afirmar que a mídia estabelece a agenda e a reflexão públicas quando “transfere da saliência da agenda da mídia para a agenda pública” (Idem, p. 22). O quadro abaixo ilustra a definição do autor.

Quadro 1- Definição de agenda pelos *mass media*



Fonte: McCombs (2009)

2 Visibilidade midiática e os agentes políticos

Na busca pela exposição midiática, os agentes políticos e os profissionais do jornalismo estabelecem relações de interesses entre si, pois, este último detém os recursos necessários para o enquadramento favorável da notícia, objeto de desejo dos primeiros. É importante considerar que o retorno dessa exposição nem sempre é positivo, pois, os atores políticos não controlam a visibilidade da mídia, o que pode acarretar sérios riscos diante do poder exercido pelos veículos de comunicação. Nesse sentido, Weber (2006) argumenta que “com a informação jornalística, o controle é mais difuso, porquanto depende do jornalista, da edição e dos interesses da empresa” (WEBER, 2006, p. 121).

A disputa pela inserção na mídia de acordo com Rousiley Maia (2006) é um processo complexo que envolve atores “com metas, interesses e mensagens divergentes” (MAIA, 2006, p. 26), ou seja, as matérias veiculadas na mídia são resultados de conflitos entre fontes que se opõem umas às

outras. A autora afirma também que a visibilidade midiática tende a resultar no processo de prestação de contas, bem como estimular a mobilização cívica.

Dar publicidade aos atos, para Wilson Gomes (2008), é requisito fundamental para a criação de espaço para deliberação nas esferas políticas, pois, “somente quando os atos, as intenções ou os planos podem ser conhecidos, tem-se a possibilidade de gerar um processo dialógico de troca de razões com o objetivo de solucionar situações problemáticas.” (GOMES, 2008, p. 168). Por outro lado, quando se trata de questões cujas intenções se relacionem a atos de corrupção, o interesse dos envolvidos, neste tipo de ação, é mantê-las em segredo porque de outra forma para o autor a publicidade “produz um padrão para julgar os acordos.” (Idem, p. 171).

De tal sorte é possível elevarmos a mídia como a principal via de acesso aos acontecimentos nas esferas políticas, pois, é através dos veículos de comunicação que a sociedade se informa e se articula para tomar decisões. Assim, temos na mídia “a principal instância para líderes políticos divulgarem informações sobre suas atividades, buscarem adesão em campanhas eleitorais ou conquistarem suporte público no jogo político mais geral.” (MAIA, 2006, p. 15).

3 Escândalo político midiático

Conforme define Thompson (2000), o termo escândalo é empregado para descrever uma forma geral de transgressão moral; numa definição prática segundo o autor, pode-se dizer que escândalo “se refere a ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública.” (THOMPSON, 2000, p. 40). Por sua vez, Chaia (2004) enfatiza que a emergência de um escândalo depende “do grau de conhecimento público sobre as ações e acontecimentos e a transformação deste conhecimento em *making public* e *making visible*, através dos quais as ações se tornam conhecidas dos outros.” (CHAIA, 2004, p. 95). É nesse contexto que visualizamos a importância dos veículos de comunicação na divulgação dos escândalos.

Para Thompson (2000), o surgimento de um escândalo se dá somente “se o véu do sigilo for levantado e as atividades de corrupção tornarem-se conhecidas aos outros, ou se tornarem o foco de uma investigação pública.” (THOMPSON, 2000, p. 57). Uma das principais consequências da ocorrência de um escândalo está diretamente ligada à reputação dos envolvidos, que segundo o autor, trata-se de uma característica que possui um poder simbólico, componente valoroso para os aspirantes e detentores de cargos políticos.

Os meios de comunicação desempenham papel crucial no que diz respeito à divulgação de escândalos, pois, detém o poder de torná-lo público e através da visibilidade midiática possibilita a desaprovação de transgressões pelos não participantes. Essa desaprovação só se consolida, de acordo com Thompson, com a expressão dos não participantes e, para tanto, é preciso que os mesmos sejam ouvidos pelos outros. Uma vez divulgado, o escândalo pode se propagar rapidamente e tornar inviável seu controle, já que os veículos de comunicação podem fazer com que a informação circule de forma que transcenda o tempo e o espaço de sua ocorrência.

4 Os “Diários Secretos”

No dia 16 de março de 2010, o jornal Gazeta do Povo, impresso de maior circulação no Estado, surge com uma manchete que certamente abalou as estruturas do legislativo: “Assembleia encobre metade de seus atos em diários suspeitos”.

Figura 1: O escândalo



Fonte: Gazeta do Povo

A reportagem produzida pelo jornal, em conjunto com a RPC TV, afiliada da Rede Globo no estado, descobriu um tratamento obscuro aos diários oficiais da Casa – documentos essenciais para dar mais transparência aos atos dos parlamentares paranaenses. Os jornalistas Kátia Brembatti, Karlos Kohlbach e James Alberti tiveram acesso a mais de 700 diários editados entre 1998 e 2009 e por dois anos cruzaram o conteúdo das publicações. Durante a pesquisa eles descobriram a edição de diários avulsos da Assembleia, documentos expedidos sem numeração ou ordem cronológica, o que dificultava a fiscalização e a promoção da transparência. Do total analisado, 57% dos diários

foram expedidos dessa forma, o que, de acordo com a reportagem, tornava no mínimo duvidosa a administração de um orçamento anual no valor de R\$ 319 milhões.

A primeira denúncia revelou a existência de duas mulheres que fizeram parte da folha de pagamento da Assembleia (informação contida numa relação de funcionários divulgada em 2009), mas que nunca frequentaram a Casa e muito menos receberam os salários. Os pagamentos efetuados nas contas abertas em nome das duas mulheres somam R\$ 1,6 milhão, entre 2004 e 2009. Segundo a reportagem, ambas sobreviviam com o programa “Bolsa Família” e com a ajuda da igreja que frequentavam; os salários depositados variavam entre R\$ 12 mil e R\$ 35 mil mensais. A reportagem ainda afirmava que o esquema de desvio de recursos com a contratação de laranjas só era possível devido à desordem dos diários oficiais, que eram arquivados em caixas de papelão e não eram informatizados.

Após a revelação do esquema de nomeações e demissões de funcionários laranjas, publicadas nos diários avulsos da Assembleia, a Gazeta do Povo continuou investigando o legislativo e novas fraudes foram descobertas. Abib Miguel, então diretor-geral da Assembleia, montou uma rede de apadrinhados como funcionários da Casa sendo que vários deles não trabalhavam no local. Logo, “Bibinho”, como era conhecido, pediu afastamento do cargo, por conta das denúncias e, na sequência, o diretor administrativo José Ari Nassiff também pediu afastamento do cargo.

Dias depois, o diretor de pessoal da Assembleia, Cláudio Marques da Silva, também se afastou da função e na sequência a Justiça acatou o pedido do Ministério Público e bloqueou os bens dos envolvidos. Em seguida, o presidente da mesa diretora da Assembleia, deputado Nelson Justus (DEM), teve o nome vinculado ao escândalo diante da denúncia de também formar uma rede de apadrinhados políticos na Assembleia. Uma das evidências era a sociedade do deputado com a filha de Abib Miguel em uma rádio de Guaratuba (PR), base eleitoral do parlamentar. A emissora não constava na declaração de Justus à Justiça Eleitoral.

A partir desta sequência de fatos, funcionários comissionados foram exonerados, o Ministério Público pediu o bloqueio de R\$ 23 milhões em bens dos diretores afastados e em 24 de abril, uma operação, denominada “Ectoplasma I”, comandada pelo Gaeco atuou com a prisão do então diretor geral mais nove pessoas. Apesar dos pedidos de cassação contra Justus e Curi e das manifestações públicas pela ética e transparência os dois permaneceram em seus cargos e ainda se reelegeram nas últimas eleições.

5 O escândalo da assembleia nas capas da gazeta

Este trabalho tem como objetivo analisar um banco de dados, produzido para o estudo do espaço ocupado nas primeiras páginas do jornal Gazeta do Povo, jornal de maior tiragem no Estado do Paraná, tomando como objeto o escândalo político na Assembleia Legislativa paranaense, retratado pela série de reportagens “Diários Secretos”, do referido jornal. O recorte temporal escolhido para esta pesquisa quantitativa refere-se ao período de 16 de março de 2010, início da veiculação da série “Diários Secretos”, até 10 de outubro de 2010, período pós-eleições, em que a nova bancada do Legislativo paranaense já estava definida.

Por meio desta análise, foi possível verificar como ocorreu a seleção de notícias nesse período, qual o espaço ocupado pelos assuntos referentes ao escândalo nas primeiras páginas e se houve alguma peculiaridade no tratamento do veículo dentro do período analisado. Para facilitar a coleta e para uma melhor visualização do objeto, optou-se por escolher algumas palavras-chave, classificadas em: “Diários Secretos”, por ser o nome da série criada pelo jornal em questão; “Assembleia Legislativa”, alvo dos escândalos; “Nelson Justus” ou “Justus”, por ser o presidente da mesa diretora, deputado envolvido no escândalo; e “Alexandre Curi” ou “Curi”, deputado também envolvido e primeiro-secretário da mesa diretora do Legislativo paranaense.

Para a coleta dos dados foi utilizado um livro de códigos, adaptado para este trabalho, e que vem sendo utilizado como metodologia de análise de conteúdo por grupos de pesquisa da Universidade Federal do Paraná e da Universidade Estadual de Ponta Grossa⁴. A escolha pela análise das primeiras páginas foi feita pelo fato de que a capa, em um grande jornal, possui muito mais visibilidade, mesmo que passe pelos mesmos padrões de tratamento que o restante do jornal. A capa chama a atenção do leitor, é a vitrine do que de mais importante o jornal tem a tratar em determinada edição.

Na classificação dos dados foram utilizadas variáveis como: data da publicação; número de entradas; formato; posição na página; tamanho; abrangência; elemento selecionador; presença de palavra-chave na entrada; e, por fim, valência (levando em conta seu valor positivo e negativo). Mas, nem todas estas variáveis foram incluídas neste trabalho.

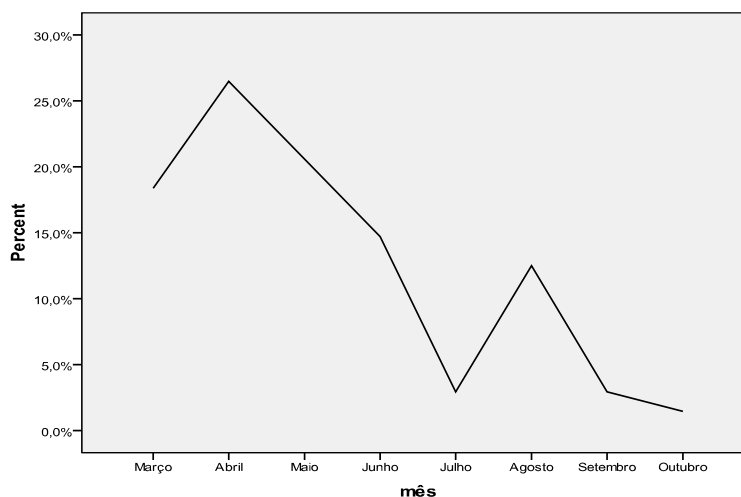
Na sequência, serão apresentados os dados coletados e que ilustram como se deu a presença do tema “escândalo na Assembleia Legislativa do Paraná” nas capas da Gazeta do Povo, do período de

⁴ Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública, da Universidade Federal do Paraná, e Grupo de Pesquisa em Mídia Política e Atores Sociais, da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

16 de março a 10 de outubro de 2010. Ao todo foram pesquisadas 209 edições e coletadas 136 entradas.

O primeiro gráfico mostra a evolução do número de entradas ao longo dos meses. O que se pode perceber é que do início da divulgação da série de reportagens, em março, até o mês de abril, houve um crescimento no número de entradas. A partir de abril começa um decréscimo dessas entradas e em julho quase não tem veiculação do tema. Vale lembrar que o mês de julho é o período de recesso da Assembleia. Em agosto, verifica-se novamente um aumento do número de entradas e, em seguida, outro decréscimo. Agosto é o período em que se inicia a campanha eleitoral.

Gráfico 1 – Formato de entrada por período



Fonte: Autoras

A tabela 1 mostra um panorama geral do número de entradas, categorizadas pelo seu formato em: manchete, chamada e outros. Chegou-se a esta categorização pelo agrupamento dos valores da variável formato, inicialmente classificada pelo livro de códigos em: manchete com foto, manchete sem foto, chamada com foto, chamada sem foto, fotolegenda, chamada-título. Ao agrupar tais valores, criou-se nova variável categórica, chamada de “formato-agrupado” e que possui os valores: manchete, chamada e outros. A partir desta nova variável, foi possível observar os valores percentuais de cada categoria.

Tabela 1. Tipo do formato de entrada

Tipo	Frequência	Percentual
Manchete	45	33,1%
Chamada	68	50,0%
Outros	23	16,9%
Total	136	100,0%

Fonte: Autoras

Dentro do total de entradas de capa, 33,1% eram manchetes, um número bem significativo, ainda mais pelo fato de se tratar de um único tema. Pode-se arriscar dizer que o tema teve destaque no período analisado, pois, a manchete é o elemento de maior visibilidade em uma primeira página de jornal.

A tabela 2 mostra a frequência de aparições de manchetes, mas, por períodos determinados. Optou-se em dividir o banco de dados em dois períodos, o primeiro de 16 de março a 30 de junho de 2010, meses anteriores ao recesso dos deputados na Assembleia e período anterior ao início da campanha eleitoral de 2010. O segundo período, de 01 de julho a 10 de outubro de 2010, engloba o recesso no Legislativo e o início das campanhas eleitorais.

Voltando a tabela 2, verifica-se que das entradas encontradas no primeiro período, 35,8% eram manchetes. O que daria, em média, uma manchete a cada duas edições. Já no segundo período, visivelmente ocorre uma diminuição das entradas, apenas 27 entradas, e dentre estas, seis manchetes, que somam 22,2% do número de casos.

Tabela 2. Formato da entrada por período

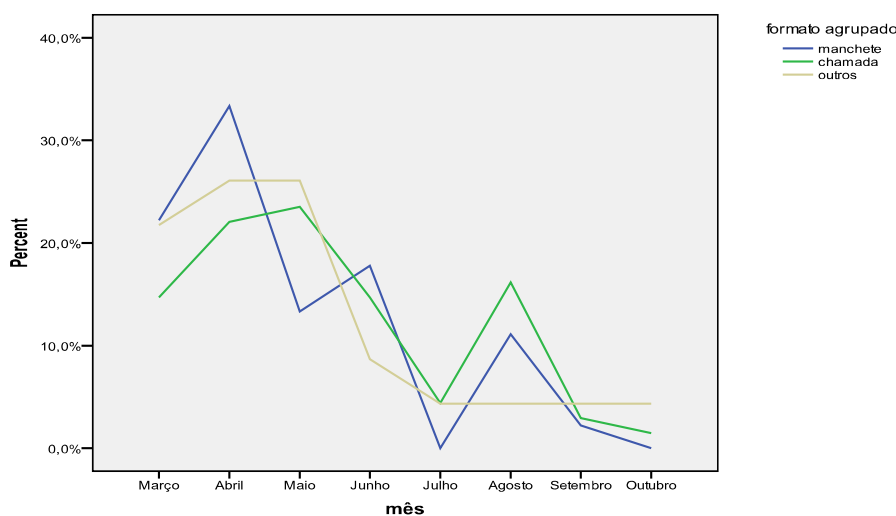
		Frequência	Percentual
(mar a jun)	Manchete	39	35,8%
	Chamada	51	46,8%
	Outros	19	17,4%
	Total	109	100,0%
(jul a out)	Manchete	6	22,2%
	Chamada	17	63,0%
	Outros	4	14,8%
	Total	27	100,0%

Fonte: Autoras

O intuito de dividir o banco era o de observar se havia alguma diferença significativa no tratamento do tema, já que era início de período eleitoral e que dois dos deputados citados no escândalo disputavam reeleição.

Na sequência, o gráfico 2 mostra a variação dos formatos de entrada ao longo do período. O que se observa com relação às manchetes é que existe uma elevação do número de casos nos meses de abril, junho e agosto. Para as chamadas ocorre um crescimento gradual no número de casos de abril para maio, depois um decréscimo e outra elevação em agosto.

Gráfico 2 – Variação dos formatos de entrada por período



Fonte: Autoras

Comparando os dois formatos, os picos são identificados nos meses de abril e agosto, meses caracterizados, respectivamente, como o início da veiculação da série “Diários Secretos” e início da campanha eleitoral de 2010. Esta relação pode remeter a algum tipo de análise mais aprofundada das causas dessas elevações dos elementos citados nestes dois meses em especial.

A seguir, a tabela 3 exhibe um panorama geral de como os textos foram classificados de acordo com seu tamanho. Como se pode avaliar a maioria das entradas fica concentrada no tamanho pequeno.

Tabela 3. Tamanho agrupado dos textos

Tamanho	Frequência	Percentual
Pequeno	93	68,4%
Médio	36	26,5%
Grande	7	5,1%
Total	136	100,0%

Fonte: Autoras

Para se chegar a esta categorização do tamanho foi necessário fazer o agrupamento dos valores da variável tamanho. Assim, criou-se a nova variável categórica, chamada de “tamanho-agrupado”.

Assim, como na análise do formato de entrada, também se optou em avaliar se havia diferenças entre os dois períodos em que o banco foi dividido. A próxima tabela mostra se houve esta diferença significativa.

Tabela 4. Tamanho agrupado dos textos por período

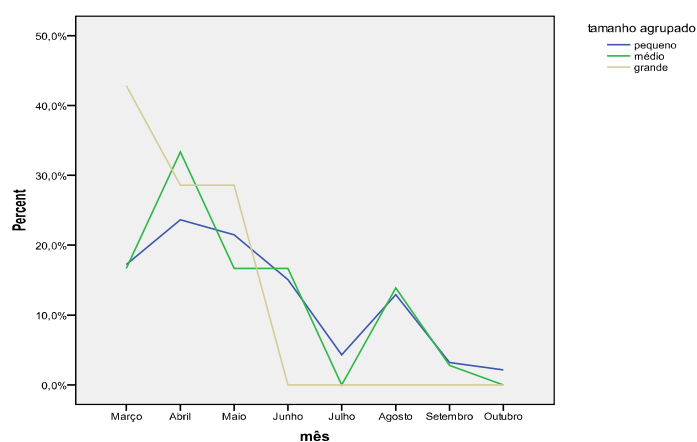
Período		Frequência	Percentual
(mar a jun)	Pequeno	72	66,1%
	Médio	30	27,5%
	Grande	7	6,4%
	Total	109	100,0%
(jul a out)	Pequeno	21	77,8%
	Médio	6	22,2%
	Total	27	100,0%

Fonte: Autoras

O que se verificou, em relação aos períodos, é que no segundo período, houve uma tendência ao aumento dos textos de tamanho pequeno e a não incidência de textos de tamanho grande. O que poderia ser relacionado com o fato de que, como foi especificado anteriormente, com relação aos formatos, foram poucas as manchetes neste mesmo período. E, no geral, manchetes tendem a ocupar espaços maiores.

O gráfico seguinte demonstra a variação entre os tamanhos ao longo dos meses avaliados. Verifica-se o ápice de textos de tamanho grande no mês de março e na sequência seu decréscimo, com uma estabilização de abril a maio, e seu desaparecimento a partir do mês de junho.

Gráfico 3 – Variação dos tamanhos das entradas por períodos



Fonte: Autoras

Já os textos caracterizados como médios têm dois picos de crescimento, o primeiro em abril e o segundo em agosto, além de nenhuma ocorrência em julho. Para os textos pequenos também houve um significativo crescimento no mês de abril e agosto. Como analisado anteriormente (gráfico 2), quando se falava em variação do formato de entradas ao longo do tempo, percebe-se novamente a ocorrência de picos para tamanhos médios e pequenos nos meses de abril e agosto.

Partindo para outro tipo de relação, o que se procurou verificar foi a presença ou ausência de palavras-chave nos textos encontrados. O que se observou foi o predomínio da palavra-chave “Nelson Justus” na maioria das entradas de primeira página (tabela a seguir).

Tabela 5. Presença Nelson Justus

		Formato agrupado			Total
		manchete	chamada	outros	
Nelson Justus	ausência	23	39	14	76
		51,1%	57,4%	60,9%	55,9%
	presença	22	29	9	60
		48,9%	42,6%	39,1%	44,1%
Total	Total	45	68	23	136
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

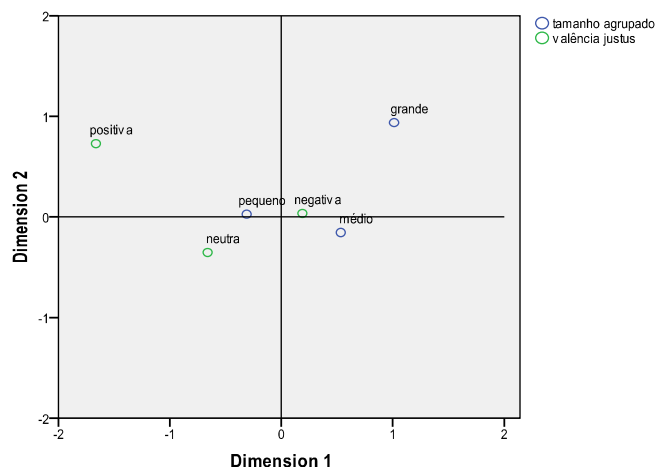
Fonte: Autoras

Verificou-se que das 136 entradas coletadas, 44,1% fazia referência à palavra-chave indicada, um número bem significativo pensando no total. Além disso, do total das manchetes, a palavra-chave “Nelson Justus” teve 48,9% de presença em textos de maior impacto nas capas.

Ainda aproveitando a palavra-chave “Nelson Justus”, o que se pode avaliar é a força da relação entre a variável tamanho agrupado⁵ (classificada em três categorias: grande, médio e pequeno) e a variável valência (classificada em positiva, negativa, neutra e equilibrada) indicada no gráfico abaixo por sua proximidade e distância.

⁵ O tamanho agrupado, usado nesta relação, foi o resultado da categorização do tamanho em cm² de todos os textos coletados.

Gráfico 4. Relação entre tamanho e valência Justus



Fonte: Autoras

O que se observou, no gráfico acima, é que houve uma correspondência mais forte entre valência negativa e tamanho médio. Houve também proximidade entre valência neutra e tamanho pequeno. Pode-se dizer que textos que indicam valência negativa à palavra-chave “Nelson Justus” estão relacionados a textos de tamanho médio e textos que indicam valência neutra a textos de tamanho pequeno.

Outras variáveis encontradas nos textos coletados foram os elementos selecionadores. Sendo que destes, foram observados somente os que obtiveram ocorrência: poder de elite, magnitude, relevância, sequência e agenda da comunicação. Vale ressaltar que existem 10 tipos de elementos selecionadores presentes no livro de códigos utilizado para esta pesquisa e que estas variáveis representam os elementos escolhidos pelos jornalistas, por meio de critérios de noticiabilidade, para compor uma primeira página. Estes elementos foram adaptados dos primeiros estudos de Galtung e Ruge, que elaboraram 12 critérios que auxiliavam os jornalistas na escolha do que iria ou não virar notícia.

A tabela abaixo mostra quais elementos selecionadores foram recorrentes nesta pesquisa. O que se pôde perceber foi uma concentração dos elementos ‘magnitude’ e ‘relevância’, 23,5% e

24,9%, respectivamente, devido à importância que o tema tem perante a opinião pública, pois sinalizam notícias significativas e relevantes ao público de determinado veículo.

Tabela 6. Elementos selecionadores

Elementos selecionadores	N	Percentual (%)
Poder de elite E1	20	3,9
Magnitude E7	122	23,5
Relevância E8	129	24,9
Sequência E9	119	22,9
Agenda da Comunicação E10	129	24,8
Total	519	100,00

Fonte: Autoras

Houve também uma concentração em ‘sequência’ e ‘agenda da comunicação’, variáveis que representam, respectivamente, a continuidade do assunto em cada edição, como é o caso da cobertura do escândalo, e de notícias que retratam o próprio veículo, servindo ao conjunto de interesses da própria organização.

6 Considerações finais

O objetivo deste *paper*, além de trazer para a discussão o fato que abalou as estruturas do legislativo paranaense, foi proporcionar, a partir dos dados coletados, uma prévia do espaço ocupado pela denúncia nas primeiras páginas do veículo impresso de maior circulação no Paraná, o jornal Gazeta do Povo.

Alguns cruzamentos simples foram observados, assim, foi possível traçar algumas observações pertinentes e que remetem ao um estudo mais complexo dos dados coletados. No período analisado, 209 edições foram avaliadas e destas, foram encontradas 136 chamadas referentes ao tema em questão. Das 136 entradas, 33,1% era de manchetes, número considerável em se tratando de um único tema e por ser elemento de muita visibilidade para a primeira página do jornal.

Ao dividir o banco em dois períodos (de 16 de março a 30 de junho e de 01 de julho a 10 de outubro), puderam-se avaliar diferenças significativas nos números expostos, pois, o número de

entradas diminuiu bastante no segundo período. Com isso, algumas hipóteses surgem e, certamente, serão avaliadas como: ou a redução no número de entradas ocorreu porque o assunto pode ter perdido o impacto ao longo dos meses; ou o assunto pode ter sido substituído pela cobertura eleitoral.

Os dados apresentados ainda não são suficientes para demonstrar a visibilidade do assunto, mas já servem para abrir novos questionamentos e direcionam a outros desdobramentos para análise deste banco de dados. O que este trabalho objetivou abordar foi um panorama geral da presença deste objeto de estudo, o escândalo dos “Diários Secretos” nas capas do maior jornal paranaense, abrindo espaço para novas discussões e investigações sobre o assunto. É importante ressaltar que este estudo vem abrir precedente para novas pesquisas referentes a um acontecimento que ainda está curso, pois, o escândalo na Assembleia do Paraná provoca desdobramentos até a atualidade. Sendo assim, este artigo limitou-se à análise descritiva dos dados coletados.

7 Referências

CERVI, Emerson Urizzi. **Análise de dados categóricos aplicada à Ciência Política**. Curitiba, 2010.

CERVI, Emerson Urizzi. **Métodos Quantitativos aplicados à Ciência Social**. Curitiba, 2009.

DAVIS, James A. **Levantamento de dados em sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

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

Diários Secretos. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidapublica/diariossecretos> > Acesso em: 25 fev. 2011.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

MAIA, Rousiley. Mídia e vida pública: modos de abordagem. In: **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Orgs. Rousiley Maia, Maria Céres Pimenta Spínola Castro. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006 (pp. 11-46).

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia.** Trad.: Pedrinho A. Guareshi. Petrópolis: Vozes, 2002.

WEBER, Maria Helena. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: **Mídia, esfera pública e identidades coletivas.** Orgs. Rousiley Maia, Maria Céres Pimenta Spínola Castro. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006 (pp. 117-151).

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 2001.