

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 30/06/2020
Aprovado em: 25/08/2020

Do jornalismo informativo ao de posição: a “guinada à direita” do jornal Gazeta do Povo¹

From informative model of journalism to partisan one: the “right turn of” of Gazeta do Povo newspaper

Del periodismo informativo al periodismo de posición: el “giro a la derecha” del diario Gazeta do Povo

Camilla Quesada TAVARES²

Resumo

Este artigo busca explicar o processo de reconfiguração editorial do jornal mais antigo em circulação do Paraná, a Gazeta do Povo, consolidado em 2017. Criado em 1919, o veículo é um dos mais tradicionais do estado e foi pioneiro em diversas frentes editoriais ao longo do século XX, ações que renderam prêmios e reconhecimento aos seus jornalistas. Mas, com este novo projeto, a edição impressa diária foi encerrada e uma nova linha editorial implementada. A partir disso, o jornal abdicou de uma concepção mais informativa de jornalismo e adotou uma perspectiva politicamente alinhada. De modo complementar, propomos uma reflexão acerca dessas mudanças e o que elas representam para o jornalismo. Argumentamos que o novo projeto editorial, associado ao contexto político-social, levaram a Gazeta do Povo a uma “guinada à direita”, tornando-se um veículo de posição e representante do conservadorismo brasileiro.

Palavras-chave: Reconfiguração editorial. Jornalismo de posição. Gazeta do Povo.

Abstract

This article aims to explain the process of editorial reconfiguration of the oldest newspaper in circulation in Paraná, the Gazeta do Povo, consolidated in 2017. Created in 1919, the vehicle is one of the most traditional in the state and pioneered several editorial fronts throughout the 20th century, actions that earned awards and recognition to its journalists. But with this new project, the daily print edition was closed, and a new editorial line implemented. From this, the newspaper gave up a more informative

¹ O presente texto é um recorte da tese de doutorado da autora, defendida em 2018 na Universidade Federal Fluminense (UFF). A pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Finance code: 001.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz). Coordenadora do grupo de pesquisa Comunicação, Política e Sociedade (COPS). E-mail: camilla.tavares@ufma.br. ORCID: 0000-0001-5490-6850.

conception of journalism and adopted a politically aligned perspective. In a complementary way, we propose a reflection on these changes and what they represent for journalism. We argue that the new editorial project, associated with the political-social context, led to a “right turn of” of Gazeta do Povo becoming a partisan newspaper and a representant of the conservative Brazilian’s group.

Keywords: New editorial line. Partisan journalism. Gazeta do Povo.

Resumen

Este artículo busca explicar el proceso de reconfiguración editorial del periódico más antiguo en circulación en Paraná, el diario Gazeta do Povo, hecho que se ha consolidado en 2017. Creado en 1919, es uno de los más tradicionales del estado y fue pionero en distintas frentes editoriales en todo el país durante el siglo XX, con acciones que llevaron premios y reconocimiento a sus periodistas. Sin embargo, con este nuevo proyecto, se cerró la edición impresa y fue implementada una nueva línea editorial. A partir de ahí, el diário abandonó la propuesta más informativa del periodismo y adoptó una perspectiva políticamente alineada. Además de explicar este proceso, proponemos una reflexión sobre estos cambios y lo que representan para el periodismo. Sostenemos que el nuevo proyecto editorial, asociado al contexto político-social, llevó el diario Gazeta do Povo a un “giro a la derecha”, convirtiéndose en un periodismo de posición y representante del conservadurismo brasileño.

Palabras clave: Reconfiguración editorial. Periodismo de posición. Gazeta do Povo.

Introdução

Este texto tem por objetivo explicar o processo de reconfiguração editorial do jornal paranaense Gazeta do Povo, que levou o veículo a se tornar o porta-voz do conservadorismo brasileiro. A partir de 2014 com as investigações da Operação Lava Jato ocorrendo em Curitiba, sede do jornal, a cidade ganhou expressividade nacional e o jornal passou a ser procurado não só por leitores, mas por outros veículos jornalísticos brasileiros para fornecer informações a respeito das fases da Operação. Essa projeção nacional, aliada a fatores como o antipetismo e a supervalorização da Lava Jato, fomentou um novo projeto editorial, implementado em 2017. Prestes a completar 100 anos na época, a Gazeta do Povo teve sua identidade remodelada.

O que aconteceu com a Gazeta não é uma exceção. Diversos autores (DE MATEO; BERGÉS; GARNATXE, 2010; ROBINSON, 2011; SILES; BOCZKOWISK, 2012) apontam para as mudanças que os jornais ao redor do globo tiveram que implementar para driblar a crise que afeta não só as empresas jornalísticas, mas também

a profissão em si. Essa crise possui diversas faces e é fomentada por pelo menos dois motivos: econômicos e tecnológicos (MAYER, 2009; SILES; BOCZKOWISK, 2012; USHER, 2015; WU, 2018). Com um novo ecossistema midiático, onde o jornalismo não detém o controle da informação e os cidadãos podem buscar conteúdo informativo em qualquer página da internet ou perfil em rede social, a custos mínimos, o jornalismo se viu diante de um contexto inédito e com consequências pouco experimentadas em outros momentos da história. A centralidade que o jornalismo tinha até poucos anos atrás foi sendo minada pela lógica das redes sociais, o que gerou uma perda de hegemonia e desarranjo de visibilidade do conteúdo da imprensa brasileira na rede quando comparada a outros agentes (SANTOS JUNIOR; ALBUQUERQUE, 2019).

O caso da Gazeta vai ao encontro de vários outros já identificados na literatura. No entanto, ele possui uma particularidade: as mudanças implementadas não tiveram impactos apenas na prática jornalística, mas também no modelo de jornalismo praticado na redação do veículo, o que justifica sua escolha para este trabalho. Pelo menos no que se refere às editorias consideradas integrantes do *ethos* do jornal – tal como Mundo, Ideias, Justiça, Educação e Sempre Família – e ao conteúdo veiculado na editoria República (Política), a Gazeta do Povo abdicou de um modelo informativo de jornalismo (SILVA, 1991; ALBUQUERQUE, 2010) para um mais politicamente orientado, tornando-se um veículo representante do conservadorismo brasileiro. Argumentamos, desta forma, que essa “guinada à direita” está relacionada com a reconfiguração ocorrida em 2017, sobretudo em razão do contexto político que se formou no pós-golpe de 2016 (ALBUQUERQUE, 2018). Esse é o segundo ponto que justifica o trabalho, uma vez que ainda não há pesquisas que se dediquem a historicizar as mudanças recentes adotadas pelo jornal, tampouco problematizam o viés fortemente político que surgiu dessa escolha e suas implicações para o jornalismo.

Para atingir o objetivo proposto e embasar nosso argumento, recorreremos ao método bibliográfico, documental e também a 15 entrevistas em profundidade realizadas com profissionais da Gazeta do Povo, ocorridas entre outubro de 2017 e setembro de 2018. Assim, o texto segue dividido da seguinte maneira: o próximo tópico traz um panorama histórico sobre a criação e desenvolvimento da Gazeta do Povo até 2015, quando começa o processo de reconfiguração do periódico. O tópico 3 aborda esse

período de transição e cristalização do novo modelo, que se consolida em 2017, aliado à conjuntura política. A quarta e última seção é dedicada à discussão sobre as mudanças implementadas e o que isso representa para o jornalismo e a democracia.

Gazeta do Povo: do impresso ao digital

De acordo com Oliveira Filha (2006), as diferenças nos processos de colonização refletem também no desenvolvimento da imprensa de determinada localidade. As histórias dos três principais jornais paranaenses guardam especificidades que podem ser explicadas pelas condições particulares das comunidades nas quais estão inseridos. Dos três principais jornais da história do Paraná – Gazeta do Povo, O Estado do Paraná e a Folha de Londrina –, dois são de Curitiba³. Dentre esses, a Gazeta do Povo consolidou-se como o principal periódico do estado.

Fundada em 3 de fevereiro de 1919 pelo advogado Benjamin Lins, a Gazeta é a publicação mais antiga do Estado ainda em atividade, e surgiu do reconhecimento de que Curitiba precisava de “um jornal combativo, que ‘quebrasse a unanimidade da imprensa oficiosa do jornalismo curitibano de então’”⁴. De acordo com Enólia Lins de Loyola e Silva, filha de Benjamin Lins, em entrevista concedida à Gazeta do Povo em 2 de fevereiro de 2009, seu pai lançou o jornal com objetivo de fazer oposição ao governo de Affonso Camargo. “Não havia um veículo independente na cidade, todos eram ligados a políticos e a criação da Gazeta foi uma maneira de mostrar as injustiças que aconteciam e ninguém sabia” (GAZETA DO POVO, 2009a, s/p).

A Gazeta do Povo surge se autoproclamando como um veículo independente e imparcial, conforme pode ser observado no primeiro editorial publicado:

Não temos, pois, que attender a melindres pessoas; não temos que attender a interesses particulares; o facto, uma vez que interesse à collectividade, é um dado positivo de sua vida; deve ser conhecido, divulgado, analisado, commentado, para que delle se possa retirar as

³ Para saber mais sobre a história dos três jornais, bem como da constituição da mídia paranaense, ver Oliveira Filha (2006), Fernandes e Santos (2011) e Costa (2015).

⁴ Trecho retirado da reportagem “Uma história em páginas tipografadas”, de 2 de fevereiro de 2009, integrante do especial comemorativo de 90 anos do jornal. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/uma-historia-em-paginas-tipografadas-beaefc2diq53h5as1a6xpld8u>. Acesso em: 20 jun. 2017.

utilidades que for capaz de produzir (GAZETA DO POVO, 2009a, s/p)⁵.

Apesar de o editorial de lançamento da publicação dizer que o jornal não iria apoiar nenhum candidato ao governo do estado, o texto da primeira página defendia a candidatura de Ruy Barbosa à Presidência da República: “(...) ninguém o iguala em merecimentos; ninguém é tão querido pelo povo, ninguém e tão venerado pelas multidões; ninguém tem prestado a este país tão elevados serviços, ninguém quer o Brasil com tanta intensidade e tanto carinho...” (OLIVEIRA FILHA, 2006, p. 35). A epígrafe “Diário Independente”, que vinha logo abaixo do título do jornal – como podemos verificar na figura abaixo - parece desmentida já na primeira edição.

Figura 1 – Primeira página da primeira edição da Gazeta do Povo



Fonte: Reprodução/Gazeta do Povo (2009b).

O paradoxo entre independência e imparcialidade se mostra bastante presente ao longo da história do jornal. Por um lado, a Gazeta do Povo admite que a postura do

⁵ Trecho do editorial publicado na edição do dia 3 de fevereiro de 1919, retirado da matéria “Uma história em páginas tipografadas”, de 2 de fevereiro de 2009, integrante do especial comemorativo de 90 anos do jornal. A grafia original foi mantida. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/uma-historia-em-paginas-tipografadas-beafc2diq53h5as1a6xpld8u>. Acesso em: 20 jun. 2017.

veículo, já naquela época, não era de neutralidade, mas de apoio a um determinado grupo político, apesar de independente. Ou seja, desde a época de seus fundadores até a gestão de Francisco Cunha Pereira Filho, a Gazeta do Povo reconhece que tem uma posição, mas acredita que desempenha o seu papel de forma independente. Por outro lado, verifica-se uma contradição na postura do periódico quando se trata das censuras impostas pela ditadura militar:

A tomada do poder pelos militares foi noticiada pela Gazeta do Povo sem alarde. O clima era de retomada da tranquilidade após a ameaça que os subversivos causavam à ordem. “Nunca tivemos problemas com a Ditadura porque o jornal era imparcial”, diz Edmundo Lemanski. A linha editorial definida por Cunha Pereira Filho, baseada na legalidade, não confrontava o poder vigente. “Não tivemos censor, só tínhamos observação sobre o que podia ou não publicar”, lembra Dilmir Archegas (OLIVEIRA, 2009, s/p)⁶.

As declarações dos ex-dirigentes da Gazeta evidenciam a posição do jornal no que se refere à ditadura militar, o que coloca em dúvida, mais uma vez, a independência do veículo. Para além da discussão sobre a posição política, a Gazeta do Povo se consolidou como o maior diário paranaense neste um século de existência. Na década de 1920, a redação da Gazeta do Povo ficava localizada no centro de Curitiba, na Rua XV, entre a Avenida Marechal Floriano e a Rua Monsenhor Celso. Em frente à porta havia uma pedra de mármore escuro onde eram colocadas as notícias de última hora. Logo a pedra foi batizada de “Pedra da Gazeta” e se tornou um ponto de encontro para se discutir os assuntos do dia.

De acordo com informações disponíveis no site do próprio jornal⁷, o primeiro número da Gazeta circulou com seis páginas, nenhuma fotografia e com aproximadamente 50% do espaço ocupado por publicidade. O capital necessário para o lançamento da publicação veio de dezenas de famílias locais, ricas e importantes, que compraram cotas para montar a gráfica, segundo pronunciamento de Plácido e Silva, diretor do jornal, em julho de 1949 (OLIVEIRA FILHA, 2006). A edição comemorativa

⁶ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/missao/investimento-em-tecnologia-na-mudanca-de-maos-beat8rit18saarlwjfdd02w5q>. Acesso em: 9 jan 2018.

⁷ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/primeira-edicao-beal0f9mkg967etxugqkrq15a>. Acesso em: 8 out 2017.

de aniversário de 73 anos da Gazeta traz os detalhes sobre o nascimento do periódico, demonstrando que os fundadores buscaram apoio das classes conservadoras do Paraná, formadas principalmente pelos proprietários dos engenhos de erva-mate e das indústrias da madeira (OLIVEIRA FILHA, 2006). Essa fonte histórica evidencia que a Gazeta do Povo possui uma proximidade com a elite conservadora desde sua fundação, apesar de ter adotado um modelo de jornalismo considerado “de qualidade”, seguindo a tendência observada em veículos nacionais, como veremos mais adiante.

A Gazeta consolidou sua participação no mercado editorial de Curitiba desenvolvendo um jornalismo com características locais e de prestação de serviços (OLIVEIRA FILHA, 2006; SANTOS, 2011). Por questões financeiras e crises internas, em 1962 o veículo é adquirido pelos empresários Francisco Cunha Pereira Filho e Edmundo Lemanski, fundadores do atual Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), maior conglomerado de mídia do Paraná. A nova gestão levou dez anos para conseguir o equilíbrio financeiro do jornal e realizou investimentos que levaram a Gazeta do Povo a ser pioneira em diversas áreas (OLIVEIRA FILHA, 2006).

Em 1969, a editora começou a operar numa nova rotativa, a primeira *offset* de grande porte instalada na região Sul do país. Em 1973 os primeiros computadores chegaram à redação para fotocomposição e, em agosto daquele ano, o jornal publicou a primeira foto colorida do periódico, uma novidade na imprensa paranaense da época (OLIVEIRA FILHA, 2006). Ainda em 1973, a Gazeta lança dois suplementos importantes: a Gazetinha, dedicado ao público infantil; e o Viver Bem, voltado ao público feminino (SANTOS, 2011). É também neste ano que o grupo adquire a TV Paranaense e o Canal 12, de Curitiba; e nos anos de 1980, o grupo já tinha mais sete emissoras de televisão, cobrindo todas as regiões do estado (OLIVEIRA FILHA, 2006), o que acabou fortalecendo ainda mais a principal publicação impressa.

Na década de 1980, o GRPCOM assume o Diário da Tarde, o jornal mais antigo em circulação do Paraná na época, fundado em 1899; e em 1999, o Jornal de Londrina passa a integrar o grupo. Em meados da década de 1990, a Gazeta inova mais uma vez: em 1995 torna-se o parque redacional e gráfico mais moderno da região Sul do país e o segundo jornal brasileiro a disponibilizar parte de suas matérias na internet (SANTOS, 2011). Ainda na década de 1990, o jornal passa pela primeira integração de sua redação

com a internet – de modo bastante incipiente comparado a hoje –, o que ficou conhecido como a “Reforma de Navarra”, já que esse processo foi liderado por profissionais espanhóis (SANTOS, 2011). A produção de conteúdo próprio para o site começou nos anos 2000, com a equipe da Gazeta do Povo Online.

Nestes 98 anos de existência, a Gazeta do Povo enfrentou diversas mudanças no que tange o jornalismo. Surgiu já no período da imprensa comercial (SODRÉ, 1999), mas anterior ao chamado processo de modernização do jornalismo brasileiro (RIBEIRO, 2003; ALBUQUERQUE, 2010). A partir da década de 1950, os veículos da imprensa, iniciado pelo Diário Carioca, começaram a implementar normas, valores e técnicas oriundas do jornalismo americano (SILVA, 1991; CHALABY, 1996), movimento compreendido como autoritário por Albuquerque (2010).

No novo modelo, além do *lead*, pirâmide invertida e normatização técnica, o jornalismo é visto como uma ferramenta de vigilância do poder e que faz valer os direitos do cidadão (TRAQUINA, 2005), a partir da defesa da liberdade de imprensa e da objetividade no tratamento dos fatos. Esta última característica é o que embasou toda a reconfiguração do jornalismo no Brasil, a partir dos anos de 1950: a separação entre fato e opinião e a maneira de reportar os acontecimentos para o público (RIBEIRO, 2003). A nova forma de fazer jornalismo se espalhou pelas redações país afora, inclusive na Gazeta do Povo, que seguiu as tendências e práticas observadas nos veículos nacionais. Isso passou a mudar a partir de meados da década de 2010, quando optou por seguir um outro caminho, como veremos a seguir.

O período de transição, o contexto político e a cristalização do novo modelo

Embora pioneira na distribuição de conteúdo jornalístico na internet, foi a partir de 2015 que a Gazeta do Povo passou a implementar mudanças que viriam a ser consolidadas em 2017, de acordo com uma das fontes entrevistadas para esta pesquisa, que ocupava um dos cargos de chefia do periódico na época⁸. Em novembro de 2015, a Gazeta anunciou mudanças para se adaptar às “novas exigências do público” e buscar “novas formas de chegar ao leitor”, já indicando a presença cada vez mais constante na

⁸ Todas as entrevistas serão trabalhadas preservando a identidade do/da profissional.

internet. Além disso, mudou o formato do jornal impresso: enquanto os demais periódicos substituíam o formato *standard* para tabloide, a Gazeta do Povo apostou no formato *berliner*⁹. A justificativa para a escolha, segundo o veículo, era para possibilitar maior espaço de leitura, medida embasada segundo uma pesquisa qualitativa realizada com leitores do jornal, que aprovaram a alteração (GAZETA DO POVO, 2015)¹⁰.

A partir do dia 1º de dezembro de 2015, os leitores passaram a receber o jornal no novo formato. Pela nova proposta, os assinantes receberiam a edição de fim de semana até às 8h da manhã do sábado, contendo um conteúdo mais analítico e opinativo. “É mais análise, com um time de 17 colunistas e artigos de opinião relacionados aos temas do momento e às tendências em todas as áreas de cobertura” (GAZETA DO POVO, 2015, s/p), enquanto as notícias factuais seriam concentradas no site. Neste período já era possível identificar um sutil indicativo de que a opinião passaria a ser tão importante quanto a informação para a Gazeta do Povo, uma vez que o jornal preferiu priorizar esse tipo de conteúdo na sua publicação impressa.

O ponto de virada no projeto editorial da Gazeta do Povo se dá justamente no momento em que a cidade de Curitiba passa a ter certa projeção nacional em decorrência dos acontecimentos políticos, como veremos a seguir. Uma das mudanças mais significativas desse período é que o veículo deixa de circular na versão impressa em papel jornal e passa por uma total reconfiguração de sua identidade, no *mobile first*. Toda essa transformação é resultado de forças externas evidenciadas por diversos fatores, entre eles, o avanço tecnológico e o modelo de negócio que sustenta os jornais, baseado na publicidade. Em 2016, a Gazeta do Povo ocupava a 27ª posição entre os 82 jornais com maior circulação impressa do Brasil auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC)¹¹. A circulação média diária era de 26.664 exemplares impressos pagos, e a digital representava 6.576 – contra 4.938 identificadas em 2015. Somados esses números, a Gazeta do Povo tinha uma média geral de circulação diária de 33.240 edições em 2016,

⁹ O *berliner* possui em média 315 x 470 mm, enquanto o *standard* possui 600 x 750 mm – quase o dobro do tamanho.

¹⁰ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-jeito-de-consumir-informacao-mudou-e-a-gazeta-tambem-cictf9cre1r5y0j8mz0nhedgx>. Acesso em: 9 jan. 2018.

¹¹ Os dados foram disponibilizados à autora pela entidade, após solicitação em setembro de 2019.

o que a colocava na 26^a. posição geral entre todos os veículos auditados pelo IVC naquele ano.

Desde então, a Gazeta vem aumentando sua participação na internet, seja a partir da circulação paga ou de acessos no site. Segundo informações disponíveis no site institucional da Gazeta do Povo Jornais, o veículo é o quarto mais acessado no Brasil entre os *quality papers*¹², conforme monitoramento realizado pela *comScore My Metrix*, em 2018. Em junho de 2020, o site contabilizava 17,3 milhões de visitantes únicos – contra 10,3 milhões em outubro de 2017 e 7,4 milhões constatados em março daquele ano; e 58 milhões de páginas vistas mensalmente – bem superior às 35,8 milhões constatadas em 2017. Outro dado interessante é que o grupo informa que 87% da audiência vêm de fora do Paraná, apesar de mais de 1,6 milhão de visitantes únicos serem da grande Curitiba. De acordo com nosso monitoramento, este número caiu quando comparado a 2017, onde a audiência de Curitiba representava 1,9 milhão de visitantes únicos. Ou seja, a Gazeta do Povo tem perdido audiência local, mas ganhado leitores de outros estados brasileiros.

De forma complementar, o perfil do público também mudou. Se até o final da primeira década dos anos 2000 o público que mais acessava o site era composto de jovens, hoje essa concentração se dá na faixa dos 35 a 54 anos (46% do público), seguidos de jovens adultos – entre 18 e 24 anos – (27%) e em terceiro estão as pessoas com faixa etária entre 25 e 34 anos (26%). A maior parte possui ensino superior completo (55%), é casada (60%) e integrante das classes A/B (83%)¹³.

O que justifica toda essa mudança e ganho de expressividade online? Nosso argumento é de que o contexto político, impulsionado especialmente pela Operação Lava Jato e o discurso do combate à corrupção, fomentou a “guinada à direita” da Gazeta do Povo e fidelizou leitores que se identificam como conservadores. Vejamos, o Paraná integra a segunda região com maior número de veículos de mídia brasileiros, com três grupos midiáticos principais (PINTO, 2017), mas que nunca haviam ultrapassado a barreira do sistema estadual de mídia. Isso mudou a partir de 2014, quando começaram

¹² Conceito utilizado pelo próprio jornal.

¹³ Dados disponíveis em: <http://gazetadopovojornais.com.br/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

as investigações da Operação Lava Jato, sediada em Curitiba. Uma parte do centro de decisão política foi deslocada de Brasília para um estado do Sul do país, que por conta disso passou a ganhar expressividade no cenário nacional, nos âmbitos midiático e político. Já naquela época era possível perceber a importância que a Gazeta do Povo dava para leitores de fora do Paraná. Segundo o diretor de redação da época, Leonardo Mendes Júnior, durante o anúncio do novo projeto editorial, “a internet eliminou as fronteiras. Pessoas que moram em outros estados e países nos leem cada vez mais. Há muitos leitores interessados no que o jornal tem a dizer, independentemente das ligações com o Paraná”¹⁴.

Sendo a Gazeta do Povo o único jornal de grande circulação do estado, ligado a um grupo de mídia que inclui emissoras de TV afiliadas à Rede Globo, ela dedicou um repórter exclusivo para cobrir a Operação e assim conseguiu ampliar ainda mais sua audiência. De acordo com um dos entrevistados, as equipes foram se transformando para atender essa demanda, já que “muita gente acabava vindo pedir informação daqui porque sabia que a gente tava (sic) por aqui, que era um jornal sério, um jornal com qualidade de conteúdo” (repórter da Gazeta do Povo, em entrevista à autora, 2018).

O objetivo final do veículo é conseguir assinantes e não apenas audiência, por isso a opção de direcionar o conteúdo para um público mais segmentado, que compartilha dos mesmos princípios que o grupo. Assim, a Gazeta angaria um público conservador que quer ver suas visões reforçadas e legitimadas pela mídia. Em entrevista à Rafael Moro Martins, do *The Intercept Brasil*, Guilherme Döring Cunha Pereira, atual presidente do GRPCOM, admite que essa é, também, uma estratégia de mercado.

[O conservadorismo adotado pela Gazeta] tem uma ressonância com parte importante da população brasileira, que não encontrava outros veículos com idêntico posicionamento. (...) A gente percebeu que isso é uma riqueza também do ponto de vista estratégico, e montou toda uma estratégia em que o posicionamento [conservador] adquiriu status especial. Ele é um direcionador estratégico muito importante (CUNHA, 2018, s/p apud MARTINS, 2018, s/p).

¹⁴Excerto da fala transcrita do então diretor da redação da Gazeta do Povo, Leonardo Mendes Jr., durante o evento de lançamento do novo projeto editorial. Vídeo disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/nova-gazeta-do-povo>. Acesso em: 9 jun. 2017.

O novo perfil do público da Gazeta do Povo reflete no tipo de conteúdo que é oferecido a ele. Desde que anunciou a mudança editorial, matérias nacionais passaram a figurar com maior frequência entre as publicações e a economia e política parecem assumir o posto de carro-chefe do veículo, junto com o espaço destinado à opinião. Isso pode ser verificado não só a partir das notícias, mas também pelo perfil dos novos colunistas anunciados nesta nova fase da Gazeta: o economista Ricardo Amorin; Rodrigo Constantino, colunista político; Lúcio Vaz, correspondente em Brasília; Teco Medina, que falava sobre investimentos e Leandro Narloch, do Blog Politicamente Incorreto – estes dois últimos já não fazem mais parte do time de colunistas, atualmente. Além desses, outros profissionais foram contratados, como Madeleine Lackso; Flávio Augusto da Silva, fundador da rede *Wise Up* e proprietário do time de futebol *Orlando City*; o economista Pedro Menezes; o consultor político Pedro Fernando Nery; o jornalista Guilherme Fiuza; e Alexandre Garcia, após deixar a Rede Globo. O perfil do público somado ao dos principais colunistas já fornece um indicativo da linha editorial que a Gazeta assumiu após a reestruturação.

Apesar de ao longo de sua história a Gazeta do Povo tentar refletir o “gosto médio” da elite curitibana, ela era reconhecida pelas suas campanhas “em defesa dos interesses do Paraná”. No quesito político, a administração do jornal é marcada por uma postura política de extrema cautela e atrelamento ao poder, seja ele local, estadual ou federal (OLIVEIRA FILHA, 2006). Desde a modernização do jornal, ocorrida na década de 1960, o periódico evitou por muito tempo o debate político, a fim de evitar confrontos.

Isso não quer dizer que a Gazeta não investia em grandes investigações jornalísticas que envolviam o poder. Em parceria com a RPCTV, a série *Diários Secretos* ganhou visibilidade nacional após os jornalistas Karlos Kohlbach, Katia Brembatti, James Alberti e Gabriel Tabatcheik desvendarem um esquema de desvio de dinheiro da Assembleia Legislativa do Paraná que, segundo estimativas do Ministério Público (MP), ultrapassava os R\$ 100 milhões. Ao todo foram dois anos de apuração, investigando informações de 724 diários oficiais da Assembleia, publicados entre 1998 e 2009. A série rendeu aos jornalistas envolvidos o Prêmio Esso e o Prêmio Embratel/Tim Lopes de Jornalismo. Atualmente, a Gazeta adota uma linha editorial conservadora, defendendo abertamente determinados posicionamentos e ações políticas, como o *impeachment* da

ex-presidente Dilma Rousseff (PT) e a defesa incondicional da Lava Jato e do ex-juiz e ex-ministro da Justiça e Segurança Pública de Jair Bolsonaro (sem partido), Sergio Moro.

O objetivo de atingir um público nacional e não apenas regional, aliado ao fato de o jornalismo não ter mais o domínio exclusivo da informação, parece fazer o conteúdo da Gazeta do Povo caminhar para um jornalismo de nicho (STROUD, 2011) da ala fortemente conservadora da sociedade brasileira. Se até poucos anos atrás o Paraná ficava de fora do eixo central da mídia, alguns acontecimentos recentes na política trouxeram ao estado – e, conseqüentemente, aos seus veículos jornalísticos – uma expressividade pouco experimentada anteriormente.

A cristalização das mudanças editoriais de 2017 se materializa nas convicções particulares do grupo, que se tornaram a linha editorial do veículo. Ao todo são 28 textos que apresentam ao leitor as concepções e opinião acerca de determinados temas, o que guia a produção jornalística. A figura a seguir traz todos os temas aos quais a Gazeta do Povo se manifesta publicamente.

Figura 2 – Convicções da Gazeta do Povo

GAZETA DO POVO | 📰 | 🌐 | 🕒

NOSSAS CONVICÇÕES

Índice

1. [O poder da razão e do diálogo](#)

Homem, dignidade, ética e família

2. [A dignidade da pessoa humana](#)

3. [O alcance da noção de dignidade da pessoa humana](#)

4. [Defesa da vida desde a concepção](#)

5. [Ética e a vocação para a excelência](#)

6. [O valor da família](#)

7. [A importância do casamento](#)

8. [A valorização da mulher](#)

Sociedade, bem comum e princípio da subsidiariedade

9. [A finalidade da sociedade e o bem comum](#)

10. [O princípio da subsidiariedade: menos Estado e mais cidadã](#)

11. [Os responsáveis pelo bem comum](#)

12. [As empresas, sua finalidade e o bem comum](#)

13. [O valor da comunicação](#)

Democracia, liberdades, o Estado, sua finalidade e limites

14. [O valor da democracia](#)

15. [O Estado de Direito](#)

16. [Cultura democrática](#)

17. [A finalidade do Estado e do governo](#)

18. [Os limites da ação do Estado](#)

19. [O que é o princípio da proporcionalidade](#)

20. [Proporcionalidade e liberdade profissional](#)

21. [O Estado laico](#)

22. [Liberdade de expressão](#)

23. [A legislação sobre o casamento](#)

24. [Livre iniciativa](#)

25. [Ações afirmativas](#)

26. [Fortalecimento do modelo federativo](#)

27. [O significado da representação política](#)

28. [Voto distrital misto](#)

Fonte: Reprodução/Gazeta do Povo (2018).

Em cada um dos artigos é revelada a posição do grupo a respeito do tema que trata, bem como uma explicação do porquê da Gazeta defender tal opinião. Oficialmente, o grupo se coloca como centro-direita¹⁵, e alinha um discurso que é muito bem recebido pelos grupos antipetistas. Ao apresentar as convicções, o veículo acredita estar construindo uma relação de confiança com o leitor, que de antemão já sabe, teoricamente, o que guia a produção jornalística. No cenário de polarização política, onde a capital de um estado como o Paraná passa a integrar o centro de decisão do Judiciário brasileiro, a Gazeta do Povo explora o contexto a seu favor. Ao enfrentar uma crise econômica, busca soluções para ampliar o número de assinantes e reduzir custos, acabando com a edição impressa, focando no digital e fechando o parque gráfico.

A onda antipetista (ALVES, 2017) favorece o posicionamento do grupo, que opta por direcionar o discurso para essa parcela da população. Ao fazer isso, deixa de lado a forte influência paranaense e procura se colocar como concorrente direto dos principais jornais do subsistema de referência nacional (PINTO, 2017), como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo, com a particularidade de oferecer uma interpretação da realidade a partir de uma leitura fortemente conservadora.

Conclusões: As mudanças implementadas e as implicações para o jornalismo

Este texto teve por objetivo historicizar e explicar a última mudança editorial pela qual passou o então jornal Gazeta do Povo, o mais antigo em atividade do Paraná. Ainda há uma escassez de trabalhos que se dediquem a compreender as transformações implementadas no referido jornal, que se tornou uma das mais expressivas vozes do conservadorismo brasileiro, e um dos veículos mais acessados pelos leitores na rede. Essa reconfiguração editorial levou a uma maior produção jornalística voltada ao cenário nacional e também mais editorializada, um modelo de jornalismo que remete ao início do século XX, no Brasil, e se distancia do padrão adotado pelas redações país afora.

A atuação política do jornalismo é um tema discutido por diversos pesquisadores brasileiros (FERNANDES, 2015; ATHANÁSIO, 2017; PESSOA, 2020), mas as

¹⁵ “Consagra a liberdade, mas deixa espaço para a ação subsidiária do Estado” Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opinia0/nossas-conviccoes/os-limites-da-acao-do-estado-er9ppbc0ob4ioe2zgv37gwaac/>. Acesso em: 23 out. 2018.

consequências dela é algo pouco explorado, especialmente no cenário pós-golpe de 2016 (ALBUQUERQUE, 2018). Do ponto de vista econômico parece uma decisão acertada, pois pelos relatos dos profissionais, junto às informações disponibilizadas no site institucional do veículo, tem dado o retorno esperado. Já do ponto de vista jornalístico, essas mudanças são bastante questionáveis. Salvo exceções, a Gazeta do Povo se tornou um veículo que noticia temas controversos balizados a partir da sua opinião sobre eles e não pensando em oferecer interpretações equilibradas e plurais para que o leitor tire suas conclusões. Mesmo quando se trata de um veículo com posições políticas abertamente declaradas – como os blogs –, alguns jornalistas defendem que uma cobertura baseada em fatos ainda é possível (GUAZINA, 2013).

Isso ficou evidente com o peso que a opinião passou a ter no veículo, e que inevitavelmente contamina também a cobertura feita pela redação. De acordo com um de nossos entrevistados, o próprio diretor de redação afirmou na época do *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff que “a partir de agora, a Gazeta do Povo vai ter um muro poroso entre a opinião e a informação” (repórter, em entrevista à autora, 2017). Ainda, segundo ele, “até então a gente tinha liberdade pra falar, ouvir pessoas contra, pessoas a favor; [mas] a partir desse muro poroso você tinha que colocar nas reportagens o que a Gazeta do Povo defendia em seu editorial”. Ou seja, mesmo antes de o veículo lançar o novo projeto, declaradamente conservador, os posicionamentos particulares já se misturavam entre as peças opinativas e informativas.

A partir do novo projeto, os colunistas – de direita – também indicavam a estratégia do grupo de falar para um público segmentado. A única voz dissonante era a do jornalista Rogério Galindo, que acabou demitido após a eleição de Jair Bolsonaro, em outubro de 2018. A demissão se deu em função das duras críticas feitas à maneira como a imprensa brasileira de modo geral, e a Gazeta em particular, fez à cobertura das candidaturas daquele pleito, entre elas atribuindo aos veículos jornalísticos a responsabilidade pela eleição do então candidato do PSL. Galindo afirmou em entrevista a Rafael Moro, do *The Intercept Brasil*, que ficou claro para ele que a Gazeta bancava qualquer candidatura desde que fosse para evitar a volta do petismo, mesmo que de forma “envergonhada”.

Durante a campanha, foi o veículo paranaense que mais publicou sobre a eleição presidencial no Facebook, oferecendo maior visibilidade a Bolsonaro quando comparado a Lula e Fernanda Haddad (PT) (CAVASSANA; SINDERSKI, 2019). O veículo não só bancou a candidatura, defendendo-a em editorial¹⁶, como também se tornou porta-voz do bolsonarismo – pelo menos até a saída do então ministro Sérgio Moro.

Assim, a concepção da atual produção jornalística da Gazeta do Povo se aproxima muito mais dos chamados “blogs sujos” – da esquerda progressista (GUAZINA, 2013), do que dos veículos jornalísticos tradicionais. Naqueles espaços, o jornalismo é declaradamente de posição, visto como um exercício não vinculado necessariamente ao padrão de objetividade e neutralidade, valores constantemente reivindicados pelas empresas de comunicação como sinônimos de credibilidade. Os “blogs sujos” são lugares para uma produção editorializada, na visão dos próprios jornalistas que atuam neles (GUAZINA, 2013).

Deste modo, a Gazeta do Povo se distancia de um modelo *catch-all*, generalista, e passa a se dedicar a uma cobertura segmentada e de nicho (STOUD, 2011; LYCARIÃO; MAGALHÃES; ALBUQUERQUE, 2018). Argumentamos, por fim, que esse reposicionamento editorial está relacionado à judicialização da política a partir da Operação Lava Jato (ENGELMAN, 2016; SALGADO, 2018), que oportunizou um terreno fértil para a reverberação de determinados discursos e posicionamentos. Mais do que ser bolsonarista, a Gazeta do Povo se aproxima de ser um veículo *morista* e *lavajatista*. Esse é um ponto que procuraremos explorar com maior profundidade em trabalhos futuros.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. A Comunicação Política depois do Golpe – Notas para uma agenda de pesquisa. **Revista Compólitica**, v. 8, n. 2, p. 171-205, 2018.

¹⁶ O veículo lançou dois editoriais endossando a candidatura de Bolsonaro como antídoto à possível volta do PT ao poder. O do dia 09/10/2018 era intitulado “A ameaça do PT à democracia é real”. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/editoriais/a-ameaca-do-pt-a-democracia-e-real-3gjzutrxxk9ekzcbixwb5bxesf/>. Acesso em: 9 jun. 2020. O editorial do dia 27/10/2018, data do segundo turno, tinha como título “Uma chance para consertar o estrago”, referindo-se aos anos de governos petistas. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/editoriais/uma-chance-para-consertar-o-estrago-8az7hffc56pplmv1gn7u4c184/>. Acesso em: 9 jun. 2020.

ALBUQUERQUE, Afonso de. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. **Revista Alceu**, v. 10, n. 20, p. 100-115, 2010.

ALVES, Marcelo Santos. Campanha “não oficial”: A Rede Antipetista na eleição de 2014. **Revista Fronteiras**, v. 19, p. 102-119, 2017.

ATHANÁSIO, Ester. A corrupção na opinião do jornal: o discurso dos editoriais da Folha de S. Paulo e da Gazeta do Povo sobre a Lava Jato. **Temática**, ano XIII, n. 8, p. 126-145, 2017.

CAVASSANA, Fernanda; SINDERSKI, Rafaela. Cobertura jornalística eleitoral em redes sociais on-line: As eleições de 2018 nas páginas de portais paranaenses. **Agenda Política**, v. 7, n. 2, p. 6-30, 2019.

CHALABY, Jean K. Journalism as an anglo-american invention: a comparison of the development of french and anglo-american journalism, 1830s-1920s. **European Journal of Communication**, v. 11, n. 3, p. 303-326, 1996.

COSTA, Osmani Ferreira da. **Televisão e política**: uma história dos canais e redes de TV no Paraná (1954-1985). Londrina: Eduel, 2015.

DE MATEO, Rosario; BERGÉS, Laura; GARNATXE, Anna. Crisis, what crisis? The media: business and journalism in times of crisis. **tripleC**, v. 8, n. 2, p. 251-274, 2010.

ENGELMANN, Fabiano. Julgar a política, condenar a democracia? Justiça e crise no Brasil. **Revista Conjuntura Austral**, v.7, n. 37, p.09-16, 2016.

FERNANDES, Carla Montuori. Da mídia impressa à audiovisual: o agendamento intermediático do escândalo da Petrobras no Jornal Nacional. **Líbero**, v. 18, n. 35, p. 111-122, 2015.

GAZETA DO POVO. “Meu pai foi severo, mas generoso”. Especial 90 anos, 2009a.

GAZETA DO POVO. Primeira edição. Especial 90 anos, 02/02/2009b. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/primeira-edicao-beal0f9mkg967etxugqkrq15a/>. Acesso em: 27 ago. 2020

GAZETA DO POVO. O jeito de consumir informação mudou. E a Gazeta também. 21/11/2015. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-jeito-de-consumir-informacao-mudou-e-a-gazeta-tambem-cictf9cre1r5y0j8mz0nhedgx/>. Acesso em: 27 ago. 2020

GUAZINA, Liziane. Jornalismo que tem lado: o caso dos blogueiros brasileiros “progressistas”. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 2, p. 68-88, 2013.

LYCARIÃO, Diógenes; MAGALHÃES, Eleonora; ALBUQUERQUE, Afonso de. Noticiário “objetivo” em liquidação: a decadência do padrão “catch-all” na mídia comercial. **Famecos**, v. 25, n. 2, p. 1-19, 2018.

MARTINS, Rafael Moro. Como a Gazeta do Povo, do Paraná, deu uma guinada à direita e virou porta-voz do Brasil de Bolsonaro. **The Intercept Brasil**, 10 de dezembro de 2018.

Disponível em: <https://theintercept.com/2018/12/09/gazeta-do-povo-guinada-direita-bolsonaro/>. Acesso em: 30 jun. 2020.

MEYER, Philip. **The vanishing newspaper: saving journalism in the information age.** 2 ed. Columbia: University of Missouri Press, 2009.

OLIVEIRA, Élide. Investimento em tecnologia na mudança de mãos. In: *Gazeta do Povo, Especial 90 anos*, 2009.

OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida. **Olhares sobre uma cobertura: a eleição de 2002 para o governo do Paraná em três jornais locais.** 2006. 330 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio do Sinos, 2006.

PESSOA, Camila Mont'Alverne Barreto de Paula. **Imprensa como agente interessado na reforma política: um estudo sobre a cobertura noticiosa e editorial de Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo (1989-2017).** 2020. 262 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020.

PINTO, Pâmela Araujo. **Brasil e as suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul.** Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. *Estudos Históricos*, n. 31, p. 147-160, 2003.

ROBINSON, Sue. Convergence crises: news work and news space in the digitally transforming newsroom. *Journal of Communication*, v. 61, p. 1122-1141, 2011.

SALGADO, Eneida Desiree. Populismo judicial, moralismo e o desprezo à Constituição: a democracia entre velhos e novos inimigos. *Revista Brasileira de Estudos Políticos*, n. 117, p. 193-217, 2018.

SANTOS JUNIOR, Marcelo Alves dos; ALBUQUERQUE, Afonso de. Perda da hegemonia da imprensa - a disputa pela visibilidade na eleição de 2018. *Lumina*, v. 13, n. 3, p. 5-24, 2019.

SILES, Ignacio; BOCZKOWSKI, Pablo. Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media & Society*, v. 14, n. 8, p. 1375-1394, 2012.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora.** A influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

STOUD, Natalie Jomini. **Niche news: the politics of news choice.** New York: Oxford University Press, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

USHER, Nikki. Newsroom moves and the newspaper crisis evaluated: space, place, and cultural meaning. **Media, Culture & Society**, v. 37, n. 7, p. 1005-1021, 2015.

WU, Shangyuan. Uncovering alternative 'journalism crisis' narratives in Singapore and Hong Kong: When state influences interact with Western liberal ideals in a changing media landscape. **Journalism**, v. 19, n. 9-10, p. 1291–1307, 2018.