

A cobertura jornalística nas eleições municipais de 1996 em Caxias do Sul

1 A hipótese de *agenda-setting*

ATÉ MEADOS DA DÉCADA de 60, a discussão existente sobre os mass media delineava as pessoas.

Nas décadas anteriores, a partir da teoria hipodérmica, quando iniciaram as primeiras pesquisas sobre a comunicação de massa, havia uma espécie de rejeição quanto aos efeitos da audiência.

O divisor de águas que passou a reformular o pensamento neste campo de pesquisa, deu-se em 1972, quando os professores de jornalismo e pesquisadores Maxwell McCombs e Donald L. Shaw publicaram um estudo¹ sobre o que os meios de comunicação impõem aos receptores e que são qualificados conforme o interesse da coletividade.

Apesar de existirem dúvidas sobre a exatidão de quando foi publicado o primeiro trabalho com o *agenda-setting*, atribui-se a esta dupla como sendo a pioneira desta área.

Através da leitura de uma obra publicada em 1922 por Walter Lippmann, *Public Opinion*, McCombs chega à origem teórica do seu trabalho.

Basicamente em que consiste a teoria da hipótese de *agenda-setting*?

A definição mais didática sobre este termo podemos atribuir a Clóvis de Barros Filho, em seu livro *Ética na Comunicação: da*

Cassiano Francisco S. de Oliveira

Mestrando em Comunicação Social
FAMECOS/PUCRS

informação ao receptor:

“As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese do agenda-setting. Trata-se de uma das formas possíveis de incidência da mídia sobre o público. É um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá.”¹²

Na opinião deste autor, a mídia acaba nos impondo uma espécie de menu coletivo das informações, impedindo que outros temas venham a ser conhecidos pelo público. Se verificarmos os resultados obtidos pela mídia, constaremos que se sobressaem os temas comuns, que são aqueles mais conhecidos pelos ditos agentes sociais. Barros Filho entende que a própria mídia acaba por menosprezar os temas menos conhecidos.

A discussão estabelecida a partir da década de 60 procurava delinear um processo de interação entre o poder da mídia e seus efeitos imediatos. As pesquisas surgidas a partir da década de 40 não davam enfoque a este tópico. Além de Lippmann, outros autores, como Robert Park, entre 1925 e 1940, se colocavam simpáticos ao tema abordado, de que os meios de comunicação definiam uma preferência temática de seus assuntos. Mas é somente em 1958, conforme Clóvis de Barros Filho, que a hipótese de agenda-setting é enunciada pela primeira vez:

“De certa forma, o jornal é o primeiro motor da fixação da agenda territorial. Ele tem grande participação na definição do que a maioria das pessoas conversarão, o que as pessoas pensarão que são os fatos e como devem lidar com os problemas.”¹³

Em 1963, Bernard Cohen menciona no estudo *The press and foreign policy* que a imprensa

não tem o que impor o pensar mas seguramente impõem sobre o que pensar.

Outros estudiosos do fenômeno contribuíram para que este processo se desenvolvesse. Foi o caso dos sociólogos Kurt e Gladys Lang que apontavam para o fato da mídia fornecer uma grande quantidade de informação que os receptores (ou espectadores, como queiram) absorvem apesar de existirem dúvidas sobre a idéia de que a imprensa tivesse grande capacidade de modificar as atitudes das pessoas. Também enunciavam que a mídia por construir, na sua essência, imagens públicas de figuras públicas, estava sugerindo aos indivíduos o que pensar e saber.

Ao referir-se a estas obras, Clóvis de Barros Filho menciona que embora fossem pioneiros no campo da pesquisa comunicacional, não representou mérito específico, visto que são citados pelo fato de terem sido antecessores da hipótese de agenda-setting.

Como foi escrito anteriormente, o primeiro estudo sobre a mesma hipótese foi publicado em 1972, pelos professores McCombs e Shaw. Esta pesquisa ocorreu no outono de 1968, durante as eleições presidenciais americanas disputadas por Nixon, Wallace e Humphrey, na localidade de Chapell Hill, Carolina do Norte e procedeu da seguinte forma:

“Entre 18 de setembro e 6 de outubro cem entrevistas foram realizadas. Para seleção destas, cem respostas com uma questão filtro foram usadas para identificar aqueles que não tinham até aqui decidido de forma definitiva como votar – presumivelmente aqueles mais abertos ou sensíveis às informações de campanha, aos indecisos.(...) Tomando emprestado a estratégia de Trenaman e McQuail, este estudo indagou a cada entrevistado para contornar os temas chaves como eles os viam, displícientemente do que os candidatos podiam estar dizendo naquele momento.”¹⁴

Além das entrevistas, foram analisados cinco jornais, dois canais de televisão e dois jornais semanais que noticiavam a campanha. A fim de estabelecer uma regulamentação de critérios, foi adotada a seguinte forma: para televisão, matérias que durassem 45 segundos ou mais; nos jornais, as matérias que apareciam em primeira página ou por fim, nas revistas o que aparecesse no início da seção da revista.

As críticas a este estudo foram basicamente calcadas na incapacidade de provar “o nexos causal entre a agenda da mídia e a agenda do público. Ou seja, não é pelo fato de que haja coincidência temática que, necessariamente, são os meios que agendam o público.”⁵

A única forma que foi tomada por McCombs e Shaw a fim de garantir este nexos foi o intervalo de duas semanas, o que foi considerado insuficiente para garantir a anterioridade dos meios. Ou seja, o período entre a coleta do material informativo e a coleta das respostas dos entrevistados. Um dos primeiros resultados a que chegaram foi a não sintonia entre as notícias sobre as campanhas apresentadas pela mídia e a campanha eleitoral em si própria.

Segundo McCombs e Shaw⁶, “este é satisfatório como um primeiro teste de hipótese de agenda-setting, mas subsequente pesquisa deve mover um largo plano social para o plano psicológico, equiparando atitudes individuais com o uso individual da mídia”.

Um outra crítica sobre esta pesquisa partiu de outros dois conceituados pesquisadores sobre os mass mídia: Melvin L. DeFleur e Sandra Ball-Rokeach. Num ensaio⁷ publicado em 1983, eles tecem críticas de cunho construtivo sobre esta pesquisa de Chappel Hill:

“Se os entrevistados tivessem sido escolhidos casualmente entre os membros da comunidade, os aposentados poderiam ter sido incluídos, bem como os não eleitores. Além disso, (...) existem

evidências muito grandes de que os eleitores decidem em quem votar logo no início da campanha. Em tais pessoas, o efeito de agendamento seria bem menor. As pessoas que esperam para fazer uma escolha apenas depois de todos os tópicos serem cuidadosamente examinados (através dos noticiários) são uma minoria e a amostra deste estudo tentou focalizar exatamente estas pessoas. Entretanto, o significado da incrível correlação ainda precisa ser determinado. Contudo, existe base suficiente para a hipótese de que foi encontrado algum tipo de efeito agenda.”⁸

Os resultados colhidos pela dupla McCombs e Shaw não os desestimulou a realizar futuras pesquisas nos moldes como o de Chapell Hill. A prova é que quatro anos depois, em 1972, os americanos novamente tinham uma nova eleição presidencial. Richard Nixon buscava a reeleição, tendo como opositor o democrata George McGovern. Nesta pesquisa, tanto McCombs quanto Shaw buscaram aperfeiçoar a pesquisa anterior, concedendo um prazo maior de pesquisa, referente ao levantamento de dados, ainda que o foco central fosse o mesmo de Chapell Hill, mas aprofundado.

Novamente uma cidade da Carolina do Norte foi eleita para sediar a pesquisa: Charlotte. Conforme DeFleur e Ball-Rokeach, três fatores acabaram por definir o nome da referida cidade. O primeiro foi o fator geográfico – estar localizada fora da influência das grandes metrópoles, estando entre Washigton e Atlanta, na Geórgia. Charlotte estava fora da influência da grande mídia. “Na verdade, havia apenas dois jornais e três canais de televisão em Charlotte. Sua população, em 1970, era de 354 mil habitantes, grande o suficiente para diversidade mas pequena o suficiente para que pudessem ser obtidas amostrada de toda a população votante”.⁹

O segundo fator colocado pela dupla de pesquisadores relaciona também o fator

geográfico. Localizada no sul dos Estados Unidos, uma das regiões menos desenvolvidas daquele país, era uma cidade bastante desenvolvida para os padrões sulistas. Ao invés de população constituída basicamente por famílias, ela apresentava, na época, uma população de migrantes vindos de outras localidades.

Por fim, o terceiro fator: ao contrário de grande parte do sul onde os democratas tradicionalmente prevalecem, em Charlotte acabou acontecendo o contrário: ganhou o candidato republicano Richard Nixon.

As principais descobertas deste estudo foram divididas em cinco tópicos. O primeiro, denominado Esclarecendo a definição, coloca em discussão por Shaw e McCombs o caminho da cognição, fazendo que a conscientização e a função de abastecimento da informações por parte da mídia sejam importante. Faz com que forneça uma explicação e uma clareza no campo teórico, justificando o processo pelo qual a mídia participa do processo pela construção da realidade a que serve a audiência. Mas esta é uma realidade de segundo plano, reconstruída pela própria mídia, onde a mesma reconstrução ocorre através da economia enunciativa da mídia, definindo o agendamento pessoal enquanto audiência.

Importante mencionar que tanto as economias enunciativas dos mass media, quanto aquilo que vai ser divulgado, não acontecem ao acaso. Existe a necessidade do veículo em atrair e prender a atenção da audiência e também a necessidade de compreender que o agendamento dos mass media e a construção do agendamento pessoal fazem parte de um complexo sistema social.

O segundo fator denomina-se fontes da informação nas agendas pessoais. Conforme levantaram os pesquisadores, as discussões interpessoais também são fontes de agendamento pessoal. A principal fonte era o noticiário da campanha conforme transmitido

pelas redes de televisão e por alguns jornais.

Mauro Wolf coloca de maneira mais aprofundada este tópico. Para ele, o procedimento padrão deste tipo de pesquisa estabelece de forma comparativa a agenda dos mass media com a agenda do público, fazendo de forma analítica uma avaliação conjunta dos meios de comunicação com o dos destinatários. Wolf destaca a citação de McCombs, publicada originariamente em 1981¹⁰, e posteriormente transcrita em seu livro Teorias da Comunicação: ¹¹

“A hipótese do agenda-setting desenvolve-se a partir de um interesse geral pelo modo como as pessoas organizam e estruturam a realidade circundante. A metáfora do agenda-setting é uma macrodescrição deste processo(...). Essa metáfora paira sobre certos pressupostos e interrogações específicos acerca do tipo de estratégias que os sujeitos utilizam ao estruturarem o seu próprio mundo. Por exemplo, a típica avaliação da agenda dos mass media – que articula os temas segundo a frequência com que são mencionados – baseia-se no pressuposto de que a frequência com que um tema ou um assunto aparece, é uma indicação importante utilizada pelos destinatários para avaliarem a sua importância.”

O terceiro fator captado por McCombs e Shaw, seqüência do tempo no processo de agendamento, remete à seguinte questão: a imprensa agenda a audiência ou a audiência agenda a imprensa?

Esta pergunta levou os pesquisadores a valorizarem o tempo, chegando ao seguinte resultado: no início da pesquisa havia menor coincidência entre a agenda da mídia e a agenda pessoal da audiência do que ao final da campanha. Conforme as premissas de DeFleur e Ball-Rokeach, os jornais parecem ter um papel claro na modelagem de agendas de eleitores durante o período estudado.

Este tópico é aprofundado por Wolf na sua já citada obra. O autor relata a pesquisa de McClure e Patterson que na mesma campanha presidencial de 1972, e publicada também em 1976,¹² comprovou que o público absorveu menos as experiências televisivas do que outros meios de comunicação como os jornais e os spots publicitários. Estes dois teóricos apontavam para uma confirmação, embora limitada, do agenda-setting. Analisando com maior profundidade, Wolf menciona que os noticiários televisivos e as notícias jornalísticas são diferentes. As primeiras têm como característica serem breves, rápidas e heterogêneas, além de estarem acumuladas num efeito temporal, ou seja, não sendo demasiadamente suficientes para o efeito do agenda-setting. Já as notícias publicadas na imprensa possuem uma eficácia mais duradoura devido à capacidade de maior absorção por parte dos receptores.

Mauro Wolf entende tratar-se de uma integração entre o que o agenda-setting aborda e outras correntes de pesquisa a partir da "análise se estender às pressões e condições produtivas-profissionais que vinculam a feitura dos textos difundidos pela comunicação de massa."¹³

Há um outro trabalho mais aprofundado, realizado também por Patterson e McClure em 1976, sobre o impacto da televisão sobre os conhecimentos dos eleitores. Neste estudo, os autores afirmam que temas principais envolvendo as eleições são relegados a segundo plano e os temas folclóricos, assim como os embates entre candidatos, acabam sendo preferidos pela mídia, quando não a monopolizando como um único assunto:

"A informação televisiva cotidiana fornece, portanto, uma situação de aprendizagem impossível: o público é assediado por informações fragmentárias, totalmente inaptas para constituírem um quadro cognitivo adequado às opções que o eleitorado é chamado a fazer."¹⁴

Agendamento e características pessoais é o quarto fator originário desta pesquisa. Neste caso, McCombs e Shaw perceberam, pelas entrevistas realizadas, que alguns eleitores tendiam a repetir o agendamento da mídia mais seguidamente que outros. Eles viram três fatores básicos para que isto se concretizasse: nível de interesse dos eleitores no conteúdo, nível de incerteza que os assuntos revelam e o esforço requerido para localizar uma informação relevante.

Os dois primeiros fatores foram agrupados num conceito formulado pela dupla de pesquisadores que se denominou necessidade de informação. Este termo significa uma necessidade de informação transformada em um fator de personalidade que leve o indivíduo à mídia. "Uma hipótese simples pode ser formada então, de que quanto maior esta necessidade, maior a atenção. Esta, por sua vez, levaria a um aumento da influência do agendamento."¹⁵

No mesmo estudo de Charlotte, os dados obtidos confirmaram que quando os fatores de incerteza e relevância são medidos em diversas formas, os diferentes níveis de necessidade se interligam, conforme os níveis de exposição, à mídia e à força do agendamento.

Por fim, avaliando o papel do agendamento político, trata de acrescentar ao relacionamento entre Estado e mídia, através do agendamento, uma parte do processo de comunicação pelo qual os indivíduos desenvolvem e compartilham significados políticos.

Conforme avaliam DeFleur e Ball-Rokeach:

"Ao mesmo tempo, o agendamento não define a mídia como transmissora passiva da informação que transmite notícias sobre eventos políticos, candidatos e tópicos, aos eleitores. A mídia é formadora de significados de suas próprias convicções. Ela é o agente ativo

que seleciona, mostra, interpreta e enfatiza e até, possivelmente distorce o fluxo de informação sobre os eventos políticos de um lado do sistema e os eleitores, sedentos de informação do outro lado do sistema. A imprensa injeta seu próprio significado nas suas reportagens antes de apresentá-las à audiência. Seus consumidores, por sua vez, desenvolvem entre si, várias interpretações compartilhadas (cultura popular) sobre a campanha, os candidatos e os tópicos em questão. Além disso os principais tomadores de decisão são descritos como consumidores desta realidade construída socialmente. As criações da imprensa se tornam para eles fontes importantes de informação, sobre a qual eles baseiam, em níveis não especificados, suas posições políticas e a sua política. Em outras palavras, a imprensa também molda a cultura política da elite.”¹⁶

Caso o papel da imprensa estiver certo, o poder de dominação é impressionante. No entanto, “se a imprensa realmente tem este poder, de moldar os dois lados do processo político, ainda precisa ser constatado.”¹⁷

A discussão entre o sistema da mídia e o sistema político é o principal tema da difusão massiva.

No já citado estudo de Clóvis de Barros Filho sobre agenda-setting, ele remete à “pré-canalização das informações”. Este fenômeno objetiva num primeiro momento, o “agendamento dos consumidores de produtos políticos (onde a informação política mediaticizada ocupa lugar de destaque”.¹⁸

Assim, adotando este tema, conclui que :

“Se o trabalho propriamente político se confunde com a imposição de uma representação legítima do mundo social ideal dentro de um mercado de oferta política onde o consumo se confunde

com a adesão, a mediatização deste ou daquele ‘fato político’ é a vitrina de que necessita o produto político para ser adquirido.”¹⁹

Através de um processo sistemático, utilizando idéias de David Easton, o autor estabelece a seguinte relação: o universo social transmite ao sistema político demandas e apoios que são filtrados, classificados e ordenados para impedir o engarrafamento das demandas, no caso, partidos políticos e associações representativas de classe.

Este processo é descrito da seguinte forma por Clóvis de Barros Filho:

“As demandas, previamente filtradas, são endereçadas à ‘caixa negra’, onde são transformadas em decisões e ações políticas. Essas últimas poderão ou não ser transformadas em produtos informativos, ou seja, poderão ou não ser canalizadas pelos meios de difusão. Essa canalização tem incidência direta sobre o sistema político porque o retorno (feedback) de uma decisão política mediaticizada é completamente distinto do retorno de uma decisão não canalizada pelos meios. O feedback de uma decisão política dependerá sempre da sua absorção pelo sistema informativo.”²⁰

Analisando estes mecanismos como detalhes, percebemos porque o papel da mídia no mundo contemporâneo é tão presente e também justifica sua estratégia perante a sociedade e perante o Estado. Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach relacionaram sete pontos de variáveis dependentes e independentes no processo de agendamento:

1. Eleitores apresentam aumento nos padrões do uso da comunicação de massa no decorrer das campanhas.
2. Estes padrões de aumento de exposição ao conteúdo da mídia apresentam

variações entre os diferentes tipos de eleitores, definidas por características pessoais distintas e diferentes categorias sociais.

3. Cada tipo de mídia (jornais, televisão) tem um papel diferente, como fonte da informação, nos vários tipos de eleitores.

4. O aumento da exposição à mídia durante a campanha parece aumentar o interesse sobre a política entre os eleitores e ajuda a definir as saliências da campanha para os eleitores.

5. Devido ao aumento do uso da mídia, e à saliência, há um aumento na comunicação interpessoal sobre a política durante a campanha.

6. O aumento da exposição à mídia e à comunicação interpessoal leva a um aumento da necessidade de informação e orientação sobre política, durante a campanha, a qual, por sua vez, estimula a mais exposição da mídia e a mais comunicação interpessoal.

7. A influência do agendamento nas diferentes categorias de eleitores é, portanto, um produto de exposição, tipo de mídia, interesse, saliência, necessidade de informação e comunicação interpessoal."²¹

A importância da hipótese de agenda-setting está em superar teorias que definem a comunicação social como algo incontrolável, manipulador e redutor do homem.

O agendamento aborda formas clássicas como o Estado, os eleitores, as questões políticas, bem como o papel da imprensa neste contexto. Teorias calcadas na psicologia social e na sociologia acabaram por submeter o papel do jornalismo a uma ortodoxia discutível, a um processo hermético, não levando em conta a dinâmica da comunicação.

2 Um estudo de caso: eleição para prefeito de 1996 em Caxias do Sul – RS

O assunto escolhido para aplicação da hipótese de agenda-setting foi a eleição para prefeito em Caxias do Sul no ano de 1996, e que teve Pepe Vargas, da Frente Popular – formada pelo Partido dos Trabalhadores (PT); Partido Popular Socialista (PPS); Partido Socialista Brasileiro (PSB) e Partido Comunista do Brasil (PC do B) – eleito com 90.792 votos (49,04%) do total de 185.126 eleitores.²²

Em segundo lugar ficou Germano Rigotto da Frente Democrática integrada pelos seguintes partidos políticos: Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB); Partido da Frente Liberal (PFL), Partido Liberal (PL) e Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). O candidato alcançou 86.763 votos válidos correspondendo a 46,87 por cento do eleitorado.

Situada a 122 quilômetros de Porto Alegre, Caxias do Sul possui em torno de 350 mil habitantes. Está localizada na Encosta Superior do Nordeste e colonizada basicamente por imigrantes italianos. A cidade tem no seu pólo metal-mecânico a mola propulsora de sua economia. Mas também o comércio e a agroindústria fazem parte deste panorama, embora em escala menor.

Além da disputa acirrada entre os dois candidatos citados, a eleição contribuiu para o agendamento dos meios de comunicação no Estado e também fora dele, já que as duas candidaturas representavam ideologicamente forças tradicionalmente rivais na política: Vargas pelo PT e Rigotto pelo PMDB. Importante ressaltar que os dois candidatos disputaram a eleição no primeiro turno tendo dois outros adversários: Luis Carlos Festuggatto pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e Mario Grazziotin pela Unidade Popular Progressista (composta pelo Partido Democrático Trabalhista – PDT – e Partido Popular Progressista – PPB).

Um outro detalhe explorado pelos meios de comunicação foi o grau de parentesco dos dois candidatos (são primos).

Outra coincidência: tanto Pepe Vargas quanto Germano Rigotto disputaram eleições para a prefeitura de Caxias do Sul. Rigotto em 1988 e Vargas em 1992. Ambos não ganharam nas respectivas vezes em que disputaram.

A extrema polarização do eleitorado foi o fator principal do agendamento por parte da mídia e que durante a realização desta pesquisa foi comprovada. Como exemplo, citamos a matéria publicada pelo jornal local Pioneiro no dia 25 de outubro, quando os dois candidatos já estavam em plena campanha para o segundo turno.

No caso, tratava-se de uma entrevista sobre pesquisas eleitorais²³ e o entrevistado era João Inácio Pires Lucas, mestre em Ciências Políticas pela UFRGS e professor da universidade local (Universidade de Caxias do Sul), com a tese *A Oligarquização dos Partidos: Organização Interna do PT e do PMDB no Rio Grande do Sul*.

A matéria ocupava um grande destaque naquela edição – página inteira. Mas o que chama a atenção é o fato do jornal ter procurado uma pessoa com formação acadêmica a fim de opinar sobre a política local. Eis um trecho:

“ ‘Diria que Caxias é uma cidade atípica’, adianta o professor, referindo-se ao grau de politização da comunidade. Em 1976 e 1989, a UFRGS efetuou duas pesquisas em cidades de porte semelhante pelo Brasil e constatou um alto índice de conscientização em Caxias. ‘Existe uma grande sofisticação política nas pessoas a ponto delas elaborarem opiniões sobre a conjuntura nacional e estadual, e trazê-las para nível local’, justifica”²⁴

Para o professor é importante a identificação das categorias sociais para determinar o objeto final de uma pesquisa a fim de conhecer as

tendências do eleitorado:

“Se a eleição fosse distrital, Pepe teria ganho em muitos distritos. Mas não podemos dizer que ele é o candidato dos pobres.”²⁵

João Inácio Pires Lucas aponta três tendências existentes no processo eleitoral que determinam qual seja o quadro político: o interesse local, a pessoa do candidato e a polarização do pleito, embora não represente novidade, lembra Pires Lucas, ao dizer que na época do bipartidarismo a polarização já acontecera de forma semelhante à que se desenhava naquele instante. Enquanto o PT assumia um discurso progressista e populista, o PMDB enveredava para o perfil conservador.

Ao avaliar a situação do eleitor, o cientista político não esquece de um detalhe:

“ ‘Não existe esquerdização do eleitorado, nem direitização’ argumenta, ao afirmar que a única homogeneidade possível é a tendência histórica. Já que o eleitor não constrói por conta própria as relações conjunturais, entram em jogo os meios de comunicação, incapazes de fazer sozinhos a transmissão da relação. (grifo do redator). ‘Os partidos são fundamentais, ainda mais que em uma eleição municipal as necessidades são mais reais’, esclarece.”²⁶

O grifo na declaração do professor de Ciências Políticas traz novamente à discussão do que já foi escrito anteriormente, envolvendo o eleitorado, os meios de comunicação de massa e o Estado.

Após esta introdução, iniciamos agora a descrição do processo da pesquisa sobre a hipótese da agenda-setting nas eleições para prefeito na cidade de Caxias do Sul.

Estrategicamente, a eleição era importante para os dois partidos políticos que disputam a hegemonia no cenário político do Rio Grande

do Sul: o PT e o PMDB.

Foram analisados dois jornais diários, sendo um de circulação regional – Pioneiro, pertencente a RBS – e outro de circulação estadual, sediado em Porto Alegre – Correio do Povo. Foi sugerida a análise também do jornal Correio Riograndense. A não inclusão deste veículo deve-se à dificuldade em encontrar grande parte dos exemplares editados à época das eleições.

Quanto aos dias analisados – conhecido como frame temporal – vai do início da campanha eleitoral, no dia 02 de agosto, até o dia seguinte ao término do segundo turno: 16 de novembro. Importante mencionar que o Pioneiro não circula aos domingos, por isso a sua edição de sábado tem incluída a data do dia seguinte.

Já no início da pesquisa percebemos um certo descompasso entre as duas publicações: o Pioneiro anuncia na capa em chamada de 3 linhas e matéria de 1 col x 13,5cm mais 4 fotos e 1 box, o início da campanha em Caxias do Sul. Enquanto o Correio do Povo publica somente no dia 18 de agosto uma matéria sobre a eleição de Caxias: “Caxias faz hoje eleição simulada”, ocupando 1 col x 8,5 cm.

No dia seguinte, 04 de agosto, Pioneiro publica com destaque o caderno Eleições 96 de quatro páginas, com um perfil dos quatro candidatos a prefeito. A capa do caderno estampa o seguinte título: “Estes guris não estão para brincadeira”. Além do título, a fotografia dos quatro quando criança. Mas a matéria interna “Inicia a temporada de caça ao voto” é um preâmbulo de agendamento em torno das eleições:

“A 60 dias da maior eleição para prefeito da história do município, as campanhas começam a esquentar. A disputa voto a voto, a possibilidade de realização do segundo turno e a votação eletrônica são ingredientes que motivam quatro candidatos.(...) Eles agora lutam para conquistar o eleitorado. A tendência,

apostam unânimes, é de que o término dos Jogos Olímpicos de Atlanta e o início da propaganda gratuita no rádio e televisão irão direcionar as atenções da população para 3 de outubro.”²⁷

A edição seguinte do Pioneiro, 9 de agosto, traz na sua capa uma chamada sobre as eleições: “População demonstra desinteresse”. A matéria interna publicada na capa do caderno Eleições 96 publica resultado de pesquisa do Ibope, realizada em fins de junho nas cidades de Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Lajeado e Gramado. O resultado de Caxias do Sul afirmava que “60% dos 400 entrevistados em Caxias disseram que possuem nenhum ou pouco interesse. Apenas 16% responderam que têm muito interesse, e outros 21% médio.”²⁸

No dia 17 de agosto, Pioneiro publica o resultado da pesquisa realizada pelo Ibope. A manchete de capa: Rigotto segue na frente em Caxias do Sul. Na página 6 com 1 col x 17cm e o título é Ibope aponta liderança de Rigotto. O resultado é 38% para Rigotto, 31% para Pepe, 4% para Mario Grazziotin e 2% para Festugatto. Mas o que nos chamou a atenção não foi propriamente esta matéria e sim uma matéria minoritária – ocupando 3 col x 3,5cm – publicada na mesma página 6, tendo o título “Caxiense dá nota 5,6 para governo Britto”. Era o resultado de uma outra pesquisa realizada pelo Ibope entre os dias 13 e 14 de agosto – portanto durante o período de propaganda eleitoral. Além do título, onde a nota mediana para o governador Antônio Britto – pertencente ao mesmo partido do candidato Germano Rigotto (PMDB), uma constatação: aumenta o número de pessoas muito ou medianamente interessadas na eleição: 54% contra 37% da pesquisa anterior realizada pelo mesmo Ibope.

Após esta edição, o jornal Pioneiro publica na sua edição de 31 de agosto a terceira pesquisa do Ibope. A manchete de 2 col x 14,5 cm anuncia: “Nova pesquisa dá empate de Rigotto e Pepe”. Na reportagem publicada

no caderno Eleições 96, "Ibope aponta empate entre Pepe e Rigotto" – ocupando 2 col x 12,5 cm da respectiva edição, a colocação é a seguinte: em primeiro lugar, empatados com 38% cada um, Pepe e Rigotto. Em terceiro lugar, Mario Grazziotin com 3% e em quarto Luis Carlos Festugatto com 2%. Comparado com a pesquisa anterior, Rigotto estabilizou e Pepe subiu 6 pontos percentuais. A reportagem também menciona uma outra pesquisa também realizada pelo Ibope junto ao eleitorado que aponta um interesse maior pela eleição: 56% de 400 pessoas entrevistadas afirmaram ter muito ou médio interesse pelo pleito.

Na mesma edição uma outra matéria "Ibope aponta como será segundo turno" revela que Pepe Vargas venceria Rigotto por 44% contra 41%.

Decorrido um mês de campanha eleitoral no município de Caxias do Sul, este era o panorama político. Enquanto que o jornal Pioneiro publicava estas duas pesquisas, o outro jornal, Correio do Povo, nos dias analisados nada publicou nos mesmos dias do Pioneiro. É um sinal que a eleição ainda não entrou num estágio adiantado de agendamento, limitando-se à cidade e à região.

O Correio do Povo vai publicar as primeiras matérias– entre os dias analisados– na edição de 7 de setembro. "Comício de Rigotto acaba com pancadaria e tiros" é publicada na página 2, ocupando 1 col x 5 cm. O texto era sobre um incidente ocorrido num bairro de Caxias do Sul, onde um ocupante de uma moto, com a bandeira do PT teria disparado dois tiros e um simpatizante do candidato Rigotto foi ferido por uma facada atribuída a um petista. A mesma notícia foi veiculada na edição do Pioneiro de segunda-feira, 9 de setembro.

A outra matéria publicada pelo Correio com o mesmo espaço e na mesma página era sobre militantes do PT de Porto Alegre que organizaram uma caravana rumo a Caxias do

Sul com a finalidade de reforçar a campanha local.

No dia 13 de setembro, Pioneiro traz como chamada de capa: "Pesquisa acirra disputa entre Pepe e Rigotto". No caderno Eleições 96²⁹ trazia matéria sobre debate ocorrido no dia anterior (quinta-feira) quando foi divulgada a quarta pesquisa do Ibope, onde Pepe Vargas ultrapassou Rigotto.

Finalmente, no dia 15 de setembro, o Correio do Povo publica a primeira matéria em destaque sobre as eleições de Caxias do Sul. Nem Pepe, nem Rigotto, mas algo que interessa a ambos: a divisão do PPB entre apoiar o PDT ou apoiar Pepe Vargas. A matéria "PPB vai ser decisivo em Caxias" ocupou 3 col x 4,5cm e foi publicada na página 2.

Enquanto o Correio começava a dar uma maior atenção à eleição de Caxias, ainda que timidamente, Pioneiro publicava matérias com o cotidiano da disputa entre Rigotto e Pepe Vargas.

Na edição de 20 de setembro, Pioneiro publica a manchete: "Sucessão em Caxias ganha o Brasil". Na capa do caderno Eleições 96, em destaque o título "Temas nacionais centralizam o debate", e ocupando 3 col x 7,5 cm a matéria descrevia com ar de ufanismo:

"O primeiro debate promovido pela Rádio Gaúcha com candidatos à prefeitura de um município do interior alterou a estratégia dos quatro concorrentes à chefia do Executivo de Caxias do Sul, ontem à tarde. Pepe Vargas (Frente Popular), Germano Rigotto (Frente Democrática), Mário Grazziotin (Unidade Popular Progressista) e Luis Carlos Festugatto (PTB) abordaram temas sobre a economia nacional, investimentos do governo federal no Estado e desemprego para mostrar as diferenças entre seus projetos de administração municipal."³⁰

Independente do debate ter sido promovido

por uma rádio pertencente ao mesmo grupo que controla o jornal Pioneiro, podemos afirmar que o agendamento em torno da eleição municipal passa para uma esfera mais ampla, já que este debate ocorre fora do município, mais precisamente na capital do Estado, e, como aponta a matéria, afronta temas ligados à esfera nacional. Na mesma edição, é publicada uma outra reportagem no mesmo tom: a visita de Michel Temer (PMDB) e Tarso Genro (PT), que no dia anterior estiveram na cidade para apoiar os dois candidatos à prefeitura. O espaço ocupado por esta matéria é de 2 col x 13,5cm mais duas fotos.

Na edição de 27 de setembro os dois jornais analisados publicam – pela primeira vez no frame temporal – matérias em ambas as capas. O Correio do Povo destaca o índice de 43,1% dos votos para Pepe Vargas e de 35,2% para Rigotto. A pesquisa realizada pelo centro de pesquisa do próprio jornal ocupa 3 col x 3,5cm mais um box de 2 col x 4,5cm. O Pioneiro, por sua vez, destaca um tema comunitário: a segurança. “Eleitor de Caxias pede prioridade à segurança”. Na capa do caderno Eleições 96, tendo como título “Segurança é a prioridade para o eleitor” e ocupando 3 col x 12,5 cm mais 2 boxes e uma foto, a matéria destaca pesquisa realizada pelo Ibope entre 600 pessoas nos dias 21 a 23 de setembro. Conforme a matéria, dos 600 entrevistados, 32 por cento foram assaltados. No mesmo caderno, na página 3, uma matéria sobre os candidatos intensificando comícios com a aproximação do dia da eleição.

O primeiro editorial sobre as eleições no frame temporal da pesquisa é publicado na edição do Pioneiro de 28 e 29 de setembro.

O editorial Segurança municipal (1 col x 9 cm) faz considerações à matéria publicada no dia anterior sobre a insegurança. Uma outra matéria “É hora da cartada final” aborda os preparativos finais envolvendo os quatro candidatos para a eleição de 3 de outubro. A edição posterior ao dia da eleição – 4 de

outubro – destaca o segundo turno em Caxias do Sul. O Pioneiro publica em manchete este histórico momento político. Em manchete na capa “Caxias terá segundo turno” com 3 col x 8 cm e internamente abrindo três páginas do caderno Eleições 96 – capa com título igual à manchete e uma página para o candidato Pepe Vargas: “Pepe vê situação confortável”, 1 col x 28cm e uma para o candidato Germano Rigotto: “Rigotto projeta vantagem”, com 4 col x 7 cm. Também o editorial “Civismo” – 1 col x 15cm – destaca as eleições e elogiando eleitores: “O eleitorado caxiense, como de todos os gaúchos, confirmou que está maduro para a prática democrática”.

O Correio do Povo não abre tanto espaço para a disputa, mas anuncia na capa o segundo turno e num caderno especial sobre eleições destaca na página 5 : “Caxias vive disputa acirrada” com 4 col x 8cm e duas fotos.

A partir de agora, com a eleição de Raul Pont para a prefeitura de Porto Alegre, o jornal passa a dar maior destaque tanto para Caxias do Sul quanto para Pelotas, cidades onde irão ocorrer segundo turno.

A edição de 5 e 6 de outubro continua destacando a eleição municipal. O Pioneiro estampa na capa: “PMDB elege a maior bancada”. Também o editorial “Tradição cívica” enaltece o fator segundo turno. Além disto, a matéria sobre as eleições: “Apuração confirma vantagem de Pepe” , e duas entrevistas realizadas com ambos os candidatos: “Rigotto aposta na vantagem dos votos” e “Pepe Vargas não mudará estratégia”, ambas de página inteira. O Correio do Povo também é objetivo: “Pepe e Rigotto partem para a decisão”, é manchete da editoria de política com 1 col x 7,5cm e 2 col x 3cm mais duas fotos dos candidatos com familiares.

Definido o segundo turno, iniciam a fase de articulação de ambos os candidatos em busca de apoio político. Será basicamente este assunto predominante nas edições posteriores à eleição do primeiro turno (11, 12 e 13 de

outubro).

No dia 18 de outubro, o jornal Pioneiro destaca importantes fatos sobre o segundo turno: a divisão do PTB em apoiar Pepe Vargas (“Segundo turno racha PTB caxiense”) e o apoio de Brizola a Pepe: “Brizola torce para vitória de Pepe”. Paradoxalmente o mesmo jornal publica na página 10 “Circunstância impede união PT/PDT” sobre as dificuldades de aliança dos dois partidos. Enquanto que em Caxias tendem a se apoiarem, em Pelotas são adversários. Correio do Povo publica a manchete de capa com o resultado da sua primeira pesquisa após o primeiro turno: “Pepe lidera em Caxias do Sul”, com 49,9% contra 39,7% pró Rigotto.

Na edição de fim de semana, 19 e 20 de outubro, Pioneiro publica resultado da pesquisa do Ibope: “Pepe larga na frente no 2º turno”, ocupando página inteira. Pepe lidera com 52% contra 37% a favor de Rigotto. Também traz publicadas duas matérias envolvendo apoio aos dois candidatos.

Um problema da maioria das cidades – a saúde – é matéria em que se mostra os principais problemas que o novo prefeito terá de enfrentar. “Saúde desafia o próximo prefeito”, matéria de página inteira, aborda a questão da saúde no município e traz dois boxes com a proposta dos dois candidatos na área. Foi publicada na página 6 do Pioneiro de 25 de outubro. Na mesma edição saiu entrevista com o cientista político a qual nos referimos no início deste capítulo. A edição do dia seguinte do mesmo jornal traz em destaque o resultado da pesquisa do Ibope, em que aponta empate técnico entre Rigotto e Pepe Vargas. O resultado de 47% contra 44% de Rigotto acirra cada vez mais a disputa entre os dois candidatos, é a essência da matéria, publicada na página 10.

A edição de 2 e 3 de novembro do Pioneiro traz como manchete o resultado da pesquisa entre Pepe Vargas e Germano Rigotto: “Aumenta para sete pontos a diferença de

Pepe sobre Rigotto”. Na mesma edição, o resultado da pesquisa em página inteira.

Das edições pesquisadas neste período, tanto do Correio do Povo quanto do Pioneiro, o destaque maior foi a cobertura do segundo jornal no também segundo debate realizado fora de Caxias do Sul. Desta vez, o jornal deu amplo destaque: o total de 6 páginas e a cobertura de 4 repórteres, além do fotógrafo. A edição de 8 de novembro traz como manchete: “Debate esquenta campanha” com 2 col x 3 cm. O caderno Eleições 96 estampa na capa: “O primeiro duelo do segundo turno” com 4 col x 7 cm. Nas páginas 2 e 3, “Os principais trechos do confronto” com 4 col x 25 cm mais duas fotos e mais dois boxes. Na página 4 “O Ambiente dos Bastidores” em 1 col x 24 cm mais um box de 1 x 21 cm e 3 fotos. Por fim na contracapa com 2 col x 8,5 cm e quatro fotos além de um artigo do editor – chefe do Pioneiro “Caxias ganha com o debate”, elogiando o nível do debate.

No dia seguinte, o Pioneiro traz nova manchete de capa: “Pesquisa revela empate técnico”: 46% para Pepe contra 44% para Rigotto. Além de destacar o resultado em página inteira, uma outra matéria destaca a presença de duas personalidades em Caxias do Sul: o senador José Fogaça e o deputado Paulo Paim, ambos atuando como cabos eleitorais, respectivamente para Rigotto e Pepe. O Correio do Povo também veicula este fato, mas não coloca em destaque.

No dia da eleição, a manchete do Pioneiro resume o espírito da eleição: “A eleição do século” em 2 col x 7 cm mais um box de 2 col x 7cm, onde é publicado resultado das últimas pesquisas. Na página 6, o editorial “A palavra final das urnas” destaca em 2 col x 17 cm as eleições para segundo turno em todo o Brasil. O caderno Eleições 96 é todo dedicado à disputa entre Rigotto e Pepe. Na página 2, a matéria “A hora da decisão” com 2 col x 10cm, enquanto na página 3 a matéria “Última chance para conquistar os votos” com 4 col x 9 cm mais duas fotos. Nas duas páginas

seguintes, um ensaio fotográfico da campanha e que ocupa toda a página. Por fim, na contracapa, o artigo do editor - chefe, Claudio Thomas, intitulado "Primos brigam por Caxias do Sul", em 4 col x 4cm mais foto.

Enquanto o Pioneiro se concentrava na eleição local, o outro jornal analisado se concentrava nas eleições de Pelotas também. O destaque ficou para Caxias, na página 2, com a manchete: "Briga nas ruas e cartórios de Caxias" com 1 col x 7,5cm e 2 col x 2,5cm mais duas fotos. Outras duas matérias pequenas compunham o noticiário sobre a campanha: "O dia esperado por Pepe e Rigotto" e "Panfletos causam nova polêmica", ambas de 1 col x 2,5cm.

Na última edição, tanto Pioneiro quanto Correio do Povo estamparam as eleições nas suas capas. O segundo publicou: "PT vence em Caxias e PDT ganha em Pelotas" com 1 col x 9,5 cm e mais dois boxes. Na página 6, a manchete é "Líderes ao lado de Pepe na vitória" com 1 col x 8 cm e 2 col x 3 cm mais duas fotos. Embaixo a matéria "Cidade viveu festa democrática" com 2 col x 6,5 cm.

O Pioneiro destacou a vitória de Pepe Vargas. Na capa, em foto inteira, o prefeito eleito olhando para a cidade que vai governar nos próximos quatro anos e a seguinte manchete: "Estrela de Pepe brilha em Caxias". Na página 12, o editorial "As lições do segundo turno" destacava os prefeitos eleitos nas cidades onde ocorreram segundo turno, incluindo Pelotas e, é claro, Caxias do Sul. Mas foi no caderno Eleições 96 que o jornal deu ampla cobertura à eleição. Das oito páginas da publicação, sete foram dedicadas à eleição e à vitória de Pepe Vargas. Na capa, a matéria é "Pepe festeja antes da apuração" em 2 col x 15,5cm e uma foto. A página 2 "Pepe projetou a vitória no início do dia" em 1 x 24 cm mais uma foto. Nas páginas 4 e 5, uma matéria ocupando duas páginas intitulada: "Tudo terminou em festa. E lágrimas", composta por 2 col x 16,5cm mais 4 fotos. Na mesma página 5 "Rigotto admite que o sonho

caiu por terra" em 2 col x 15,5cm. A página 6 traz "O salto do caçula da família Vargas" composta por 2 col x 25cm mais 3 fotos. Por fim o "Estilo Pepe de governar Caxias" em 2 col x 20,5cm e uma foto. Abaixo, um box de 3 x 13 cm. Na contra-capas, a charge do personagem Radicci, saudando Pepe Vargas e mais um artigo do editor - chefe: "Caxias vive tempo de mudanças".

3 Conclusão

A pesquisa sobre a hipótese de agenda-setting e sua aplicação empírica foi válida principalmente para ter-se uma noção clara de como esta teoria, que foi estudada exaustivamente durante o período de aula e também no tempo que antecedeu a feitura desta monografia, tem sua função clara na conjuntura dos mass média.

Abordando especificamente o processo empírico da pesquisa, notamos que esta eleição teve seu agendamento consolidado a partir do segundo turno, quando a principal disputa, de Porto Alegre, encerrou com a vitória do candidato Raul Pont (PT). A partir deste instante, o Correio do Povo passou a destacar com maior espaço a disputa que representava duas forças da política estadual.

Quanto ao jornal local, Pioneiro, conduziu o processo de agendamento desde o início da campanha, refletindo o clima de disputa acirrada que se delineava na cidade. O retrospecto dos dois candidatos também foi favorável e ajudou na condução dos debates. De um lado, Germano Rigotto, ex-líder do governo Fernando Henrique (embora de partido diferente), e de outro, Pepe Vargas, um dos deputados estaduais mais votados em 1994. Sem contar os percalços de ambos na disputa da prefeitura de Caxias do Sul: uma derrota para cada.

A estratégia do Pioneiro não se deu somente na esfera local. Respalçado pela empresa que o gerencia (RBS), o jornal levou a eleição

municipal para fora da cidade. Mais precisamente, quando fez a cobertura dos dois debates na rádio Gaúcha, em Porto Alegre, fazendo com que a eleição local alcançasse a hipótese de agenda-setting.

O que regeu os debates e por conseguinte a essência das matérias foram os prós e contras dos problemas nacionais relacionados no campo local. O fato de Germano Rigotto ter participado do governo de Fernando Henrique Cardoso foi o principal argumento utilizado por Pepe Vargas para desafiá-lo. Este, por sua vez, utilizou este argumento para defender-se dos ataques e enaltecer as idéias que defende.

Por outro lado, nas matérias analisadas, notamos pouca veiculação de problemas locais. A maioria das mesmas matérias trazia notícias sobre o cotidiano dos candidatos tal como: o que visitou, o que fez, etc. Problemas como saúde, educação, habitação, finanças, quase não alcançaram espaço nos dois jornais analisados.

Mesmo assim, podemos afirmar que a realização desta pesquisa alcançou os principais objetivos. O agendamento das eleições municipais de Caxias do Sul teve repercussão na mídia não somente no Estado, mas também no centro do país. Um fator peculiar que contribui, a nosso ver, para a composição deste quadro, foi o grau de parentesco entre Pepe Vargas e Germano Rigotto ■

Notas

- 1 McCombs, Maxwell and Shaw, Donald. "The agenda-setting function of mass-media". *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36. Nº 2, 1972, p. 176-187.
- 2 Barros Filho, Clóvis. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo, Editora Moderna, 1996. p. 169.
- 3 Idem. Op. cit. p. 175.
- 4 McCombs, Maxwell et Shaw, Donald. Op. cit. p. 178.
- 5 Barros Filho, Clóvis. Op. cit. p. 178.
- 6 McCombs, Maxwell et Shaw, Donald. Op. cit. p. 184.
- 7 DeFleur, Melvin et Ball-Rokeach, Sandra. "The agenda-setting function of press: telling us what to think about". In: *Milestones in mass communication reseach*. New York, Langman, 1983.
- 8 Idem. Idem. p. 322.
- 9 DeFleur, Melvin et Ball-Rokeach, Sandra. Op. cit. p. 335.
- 10 McCombs, Maxwell. "Setting the agenda for agenda-setting reseach: an assesment of the priority ideas and problems". In: Whilhoit G. (ed), *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 2. Sage, Berverly Hills. p 211.
- 11 Wolf, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 4ª edição, 1995. p. 148.
- 12 McClure, R. et Patterson, T. "Print vs Network News". In: *Journal of Communications*, vol. 26, nº2, p. 23-28.
- 13 Wolf, Mauro. Op. cit. p. 134.
- 14 Wolf, Mauro. Op. cit. p. 134.
- 15 De Fleur, Melvin and Ball-Rokeach, Sandra. Op. cit. p. 347.
- 16 DeFleur, Melvin et Ball-Rokeach, Sandra. Op. cit. p. 349.
- 17 Idem. Op. cit.p. 349.
- 18 Barros Filho, Clóvis. Op. cit.p. 191.
- 19 Idem. p. 191.
- 20 Barros Filho, Clóvis. Op. cit. p. 191
- 21 DeFleur, Melvin et Ball-Rokeach, Sandra. Op. cit. p. 349.
- 22 Estes dados foram extraídos do jornal *Pioneiro*, um dos utilizados para o estudo de caso.
- 23 Borba e Albuquerque, Dhynarte de. "Pesquisas eleitorais têm idoneidade". *Pioneiro*. Caxias do Sul, Ano 48, nº 6.516. 25 de outubro de 1996. p. 10.

- 24 Borba e Albuquerque, Dhynarte de. Op. cit. p. 10.
- 25 João Inácio Pires Lucas. Depoimento a Dhynarte de Borba e Alburqueque. Op. cit. p. 10
- 26 Borba e Albuquerque, Dhynarte de. Op. cit. p. 10.
- 27 Martini, Rafael. "Inicia temporada de caça ao voto". Caxias do Sul, Pioneiro – Caderno Eleições 96. Ano 48, nº6.445. p. 2.
- 28 "Interesse pela eleição é baixo". Caxias do Sul, Pioneiro – Caderno Eleições 96. Ano 48, nº 6.450. p. 1.
- 29 Importante ressaltar que este caderno não teve uma publicação regular durante a campanha. Algumas das edições analisadas não continham o caderno, mas sim as matérias publicadas normalmente com outras editorias.
- 30 Martini, Rafael. "Temas nacionais centralizam debate". Caxias do Sul, Pioneiro – Caderno Eleições 96. Ano 48, nº 6.486. p.1.

Referências

- BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na comunicação – da informação ao receptor*. São Paulo, Editora Moderna, 1996.
- DEFLEUR, Melvin et BALL-ROKEACH, Sandra. "The agenda-setting function of the press: Telling us what to think about". In: *Milestones in Mass Communication Reseach*, New York, Langman, 1983.p. 327- 352.
- McCOMBS, Mawxell E. et SHAW, Donald. "The agenda-setting function of mass media". In: *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36, Nº 2, Summer, 1972, p. 176-187.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1995.

