

Mídia e política: a construção da candidatura de Aécio Neves como presidenciável em 2010¹

Érica Anita Baptista Silva²

Resumo: A intenção desta pesquisa foi investigar se e como o jornal Estado de Minas construiu a imagem de Aécio Neves como presidenciável em 2010. Tendo como ponto de partida os conceitos de acontecimentos e de enquadramento midiáticos, a auto-titulação de “porta voz dos mineiros” do Estado de Minas e de seu alinhamento com Aécio Neves, o objetivo foi identificar a possível construção da imagem de Aécio presidenciável na cobertura de determinados acontecimentos políticos, tendo como pano de fundo as prévias do PSDB.

Palavras-Chave: Mídia e Política 1. Eleições 2010 2. Aécio Neves 3.

1. Introdução

Em 2010, o cenário político foi marcado por disputas nas urnas, em especial, pela presidência do Brasil. Foram oito anos em que o PT esteve à frente do governo e seria uma oportunidade para que a oposição, representada notadamente pelo PSDB, chegasse, novamente, ao poder. Entretanto, o PSDB encontrava-se na difícil tarefa nomear um candidato forte o suficiente para concorrer com o candidato do então presidente Lula. A escolha do partido foi permeada por disputas internas, entre o tucano paulista José Serra e o mineiro Aécio Neves, e também externas, na mídia, ambiente em que as imagens desses foram construídas, administradas e confrontadas.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 3 (Comunicação institucional e imagem pública) do IV Encontro da Compolítica, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011.

² Jornalista e Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Pesquisadora do Grupo *Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral*, sediado na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Membro da linha de pesquisa *Narrativas midiáticas da política*, do Grupo *Mídia e Narrativas* do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC Minas. anitaerica@gmail.com

Durante o processo de escolha e definição do PSDB sobre quem seria seu candidato à presidência foram muitas as pesquisas de intenção de voto, contratadas tanto pelo partido quanto pela mídia que, buscavam entender as preferências dos eleitores. Os primeiros meses de 2010 marcaram o auge das disputas internas do PSDB. Serra e Aécio buscaram comprovar suas competências administrativas e as habilidades que os capacitariam a representar a legenda. Aécio recorreu à mídia para construir, ou dar continuidade à construção de sua imagem como presidenciável.

Assim, buscou-se investigar se e como o jornal *Estado de Minas* (EM) construiu essa imagem de Aécio como presidenciável. Vale ressaltar que a escolha do EM deve-se à sua auto-titulação de “porta voz dos mineiros” – lembrando seu *slogan* “O grande jornal dos mineiros” –, e por um possível alinhamento entre o jornal e o governo Aécio. Considerou-se o período entre os dias 27 de fevereiro e 05 de março, portador de grande valor heurístico, pois houve uma sobreposição de acontecimentos: DataFolha apontou queda de José Serra nas pesquisas de intenção de voto e crescimento de Dilma Rousseff; centenário de Tancredo Neves; e inauguração da Cidade Administrativa de Minas Gerais. Os acontecimentos tiveram como pano de fundo o contexto das prévias do PSDB. Recorreu-se a uma análise comparativa de conteúdo da cobertura de tais eventos pelos jornais *Estado de Minas* e *Folha de S. Paulo* (FSP). Considerou-se a abrangência nacional da FSP e sua importância como um dos jornais mais vendidos no Brasil.

Importante mencionar que este artigo é parte de uma dissertação e, portanto, nesta oportunidade, serão apresentados alguns momentos da investigação.

2. Campo midiático e a construção do acontecimento

De acordo com Bourdieu (1998), a sociedade é formada por um conjunto de campos sociais, relativamente independentes e o capital que gere o interior dos campos é o simbólico. Desse modo, no âmbito desta pesquisa, faz-se necessário compreender a existência do campo midiático e do campo político, com suas especificidades e suas relativas independências, mas que dialogam e se relacionam.

Por sua relação íntima com a genealogia do espaço público, o *campo dos media* apresenta processos rituais de visibilidade disseminados “pelo conjunto do tecido social

moderno”, abrangendo assim o conjunto da experiência do mundo (RODRIGUES, 1990). Assim, em razão da natureza de transparência e visibilidade, “o campo mediático, avoca a tarefa de servir de mediação dos outros campos sociais, onde estes buscam tornar público os seus interesses e discursos a fim de garantir legitimidade.”

É importante ressaltar a noção de centralidade da mídia nas sociedades contemporâneas, por estar presente em diversas esferas da atividade humana, em especial na vida política (RODRIGUES 1990). Destaca-se, ainda, sua relação com o campo político. Gomes (2004) explica que essa relação é tensa e cheia de conflitos, uma vez que são campos de naturezas distintas, mas que um campo não se sobrepõe ao outro, eles interagem. A política seria a esfera da argumentação, da racionalidade, revelando seu caráter imprevisível, a partir das negociações políticas. A mídia traz a previsibilidade e a noção de planejamento, para garantir visibilidade aos seus produtos culturais.

Gomes (2004) apresenta duas premissas que explicam essa situação. Em primeiro lugar, ele lembra que vivemos em uma democracia de massas, em que a mídia é o meio de contato entre os líderes e o público. Em segundo lugar, há também uma demanda cognitiva dos indivíduos e, assim, os meios de comunicação acabam por assumir o papel de fonte de informação política. Para o autor, isso trouxe muitas mudanças na vida política. Miguel (2002) também afirma que tratar da relação entre mídia e política não significa afirmar a sobreposição de um campo em relação ao outro, portanto, o autor lembra que é preciso reafirmar a autonomia dos campos, sem desconsiderar, porém, a interdependência entre eles.

A mídia, para Lima (2006), tem o poder de definir o que é público e, mais ainda, opera na constituição do “evento público”. Os partidos políticos, antes, participavam da construção da agenda pública e fiscalizavam o governo; são papéis que, hoje, a mídia também exerce.

Tendo em vista o objeto de estudo aqui proposto, importa destacar a ideia proposta pela agenda-*setting*³ de que a mídia constrói uma representação da realidade, ao dar destaque a determinados assuntos.

³ Tratando da capacidade da mídia em influenciar o comportamento do indivíduo propôs-se, na década de 1970, a hipótese do agenda-*setting*. Os estudos de McCombs e Shaw em 1972 avançaram no sentido de entender a influência de agendamento da mídia. São muitas as críticas à hipótese da agenda-*setting*, porém destacamos o

Assim, pesquisadores buscaram avançar na discussão recorrendo ao conceito de enquadramento, referindo-se a ele como um “segundo nível de efeitos”; passaram a examinar não a maneira como a cobertura da mídia afeta no “sobre o que” as pessoas pensam – primeiro nível de agendamento –, mas “como” o público pensa acerca desses temas – segundo nível de enquadramento.

Porto (2001, 2004) salienta a importância em diferenciar os dois principais enquadramentos da mídia: noticiosos e interpretativos. O primeiro relaciona-se com seleção e a ênfase dada pelo jornalista na organização das informações, além de se referir, também, aos padrões de apresentação dessas informações. Pode-se dizer, portanto, que seria o ângulo ou a direção da notícia.

O autor acrescenta quatro subtipos de enquadramentos dessa categoria, relacionados à cobertura de eleições: “temático”, que trata das propostas de campanha dos candidatos; “corrida de cavalos”, que dá conta do desempenho dos candidatos nas sondagens de intenção de voto; “centrado na personalidade”, relacionado à preferência da mídia por atores individuais; e “episódico”, que diz respeito ao relato dos últimos acontecimentos sem enfoques, como nos demais tipos de enquadramento.

Destaca-se, aqui, os enquadramentos “corrida de cavalos” e “centrado na personalidade”. O primeiro pelo fato de a indecisão do PSDB com relação a qual seria seu candidato – Serra ou Aécio – ter se pautada muito pela divulgação, antecipada, das sondagens eleitorais. Neste enquadramento, os candidatos são apresentados como competidores entre si, de modo que as propostas políticas não são consideradas na disputa. O segundo enquadramento, “centrado na personalidade”, trata da preferência dada pela mídia aos atores individuais e, também, “de focalizar eventos a partir de dramas humanos, relegando considerações políticas e institucionais.” (PORTO, 2001:13). Os acontecimentos selecionados para a análise foram centrados na imagem de Aécio, além da carga emotiva de alguns deles.

posicionamento de Porto (2003), que reafirma a importância dos primeiros estudos acerca da hipótese de agendamento, porém critica que, em sua primeira versão, ela “desconsiderou **como** as diversas formas de apresentação da informação afetam o processo de formação da opinião pública.” (PORTO, 2003:5, grifo nosso).

Quanto ao “enquadramento interpretativo”, ele possui **certa** independência quanto às ações dos jornalistas, na medida em que permite avaliações particulares de temas ou eventos políticos por atores sociais diversos (PORTO, 2004). A independência não é total, uma vez que os enquadramentos interpretativos dos jornalistas ao produzirem a notícia também interferem. O autor ressalta que a fonte seria uma importante diferença entre os dois enquadramentos – noticioso e interpretativo. O espaço dado à fonte ou às fontes, bem como a hierarquia delas (importância/poder da fonte) interfere no enquadramento.

A teoria do *newsmaking* (WOLF, 2001) trata do jornalismo como a construção da realidade de modo que não aceita a noção de reflexo da realidade⁴. Em razão do grande fluxo de fatos que ocorrem diariamente seria impossível noticiar todos eles e é quando ocorre a seleção dos fatos que se tornarão notícias, momento em que se organiza a realidade (enquadramento). Nesse contexto, Wolf (2001) define a noticiabilidade como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar (*sic*) as notícias” (WOLF, 2001:195).

Os valores/notícia são definidos, pelo autor, como um componente da noticiabilidade. A seleção das notícias é um processo de escolha e decisões realizadas muito rapidamente. Para o autor, os valores/notícia derivam de considerações relativas: às características substantivas das notícias, referentes à importância e interesse da notícia; à disponibilidade de material, ou seja, quanto à acessibilidade e o tratamento informações; ao tempo ou espaço disponível à notícia; à imagem do público para os jornalistas; e à concorrência, que desperta a corrida pela informação exclusiva.

No âmbito desta pesquisa, é importante destacar que o contexto da análise é referente às prévias do PSDB; pode-se dizer que elas eram de interesse da mídia, uma vez que suas características cumprem os critérios de relevância jornalística, como proposto por Wolf (2001).

Para Lage (1998:16), a notícia seria um “relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou

⁴ De acordo com a *teoria do espelho*, as notícias seriam reflexos do mundo a sua volta, uma vez que os jornalistas são considerados neutros e se comportam como meros relatores dos fatos que observam, como explica Traquina (2002).

interessante”. Na conceituação de Rodrigues (1993), os fatos são selecionados pelos jornalistas por possuírem um valor/notícia e tornam-se acontecimentos jornalísticos, ou meta-acontecimentos, que o autor chama de “acontecimentos segundos”. Assim, o fato torna-se notícia quanto mais for imprevisível.

Os acontecimentos são “fabricados”, segundo Gomis (1991), com grande frequência pelas autoridades políticas. Segundo ele, o sistema político está muito interessado em produzir acontecimentos para construir e manter sua imagem na mídia.

Fontcuberta (1993) aponta características do acontecimento, como a de ser aquilo que sucede no tempo e ser singular, ou improvável. A autora estabelece alguns elementos essenciais do acontecimento jornalístico. Um deles seria a variação no sistema, que representa a ruptura da norma. Outro elemento seria que os meios de comunicação criam o acontecimento a partir da publicidade de um fato já existente. E ela destaca, ainda, a importância da atualidade.

Ressalta-se o “não-acontecimento” jornalístico, que Fontcuberta (1993) explica como sendo a “construção, produção e difusão de notícias a partir de fatos não sucedidos ou que supõem explicitamente uma não-informação ‘no sentido jornalístico’” (tradução nossa) (FONTCUBERTA, 1993:26). O não-acontecimento quebra as bases do discurso jornalístico tradicional: realidade, veracidade e atualidade. Assim, informa-se sobre algo que não aconteceu ou que não está previsto. Salienta-se que o conceito de **não-acontecimento** é importante para a compreensão do contexto da pesquisa aqui apresentada – as prévias do PSDB.

3. Campo político: Aécio Neves e as prévias

Aécio Neves da Cunha⁵ mudou-se com a família para o Rio de Janeiro e aos 21 anos, retornou a Belo Horizonte, a convite de seu avô, Tancredo Neves, para trabalhar como seu assessor na campanha pelo governo de Minas. Desde então, Aécio iniciou sua carreira

⁵ Aécio Neves da Cunha nasceu em Belo Horizonte, em 10 de março de 1960. Graduiu-se em Economia na PUC Minas. Aécio seguiu a carreira política e foi eleito deputado federal constituinte pelo PMDB em 1986. Em 1989, Aécio filiou-se ao PSDB, seu atual partido. Em 1990 e 1994 ele foi reeleito deputado federal. Em 1998, Aécio foi o deputado federal do partido mais votado em todo o país. Em 2002, Aécio foi eleito governador de Minas, em primeiro turno. Em 2006, ele foi reeleito em primeiro turno.

política. Ao longo de sua trajetória, nota-se que sua imagem pública política está em permanente processo de construção. Destaca-se, nesse sentido, a eleição municipal de Belo Horizonte, em 2008, quando Aécio (PSDB) e o ex-prefeito da capital mineira, Fernando Pimentel (PT), apoiaram o então candidato e atual prefeito Márcio Lacerda (PSB) em uma aliança informal (uma vez que os partidos não autorizaram a formalização a aliança). Na oportunidade, Aécio e Pimentel “emprestaram” a Lacerda suas imagens positivas e serviram como fiadores de sua campanha. A aliança foi amplamente noticiada na mídia local e nacional e, também, ocupou posição central no Horário Gratuito Político Eleitoral (HGPE) de Lacerda, acabando por ofuscar as aparições do candidato. Ressalta-se que o grande beneficiado em termos de imagem foi Aécio, que aproveitou a visibilidade da aliança para garantir a sua, enquanto possível candidato à presidência em 2010. Cabe mencionar, ainda, o suposto alinhamento entre a imprensa mineira e Aécio Neves, é um assunto em diversos trabalhos acadêmicos⁶, bem como na mídia de modo geral⁷.

Os anos entre a eleição presidencial de 2006 e 2010 foram importantes, pois os possíveis candidatos do PSDB, Serra e Aécio, precisavam dar visibilidade à sua imagem pública política e ressaltarem suas qualidades que os capacitariam a representarem o partido nas eleições de 2010.

Quanto à realização das prévias, vale citar o Estatuto do PSDB:

Art. 151 - Os Diretórios Nacional, Estaduais e Municipais **poderão aprovar, por proposta da respectiva Comissão Executiva**, a realização de eleições prévias para a escolha de candidatos a cargos eletivos majoritários sempre que houver mais de um candidato disputando a indicação do Partido. (grifos nossos).

O trecho mencionado demonstra a não obrigatoriedade execução das prévias, ou primárias no PSDB. Para a de eleição de 2010, tomando os quatro principais candidatos, as primárias ocorreram apenas no PSOL, que escolheu Plínio de Arruda Sampaio como candidato.

⁶ OLIVEIRA, Luiz A.; FERNANDES, Adélia B.; O papel da imprensa na construção do cenário político da eleição à Prefeitura Municipal de Belo Horizonte em 2008. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - **Intercom**, Natal, RN, 02 a 06 de set. 2008.

TELLES, Helcimara S.; LOURENÇO, Luís C.; STORNI, Thiago P. L. . Partidos, campanhas e voto: como o eleitor decide nas municipais. **Sociedade e Cultura**, v. 12, p. 91-116, 2009.

⁷ Cita-se o artigo “A imprensa nos trilhos”, do ombudsman da *Folha de S. Paulo*, de Marcelo Beraba, no qual há relevantes críticas sobre o posicionamento submisso da mídia em geral.

Entretanto, o PSDB deu sinais de que pretendia fazer as primárias quando consultou o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em janeiro de 2009, a respeito de qual seria a data que o órgão havia estipulado para a realização dessa eleição intrapartidária. Em resposta, o TSE informou que a data final era 30 de junho.

Aécio defendia a realização de prévias, como mostra a reportagem de Flávio Freire, intitulada “Aécio defende prévia no PSDB para 2010”, veiculada no jornal *O Globo* em 24 de janeiro de 2009. Na oportunidade, Aécio rebateu as supostas declarações do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) defendendo a não realização de prévias e demonstrando preferência pela candidatura de Serra.

As pesquisas de intenção de voto para presidente começaram a ser divulgadas ainda em 2008, no mesmo período em que as especulações sobre quem seria o candidato do PSDB também começaram a pautar as discussões na mídia. O PSDB por vezes as utilizou para “testar” quem seria o melhor candidato. Um exemplo foi a pesquisa encomendada pelo ex-deputado Ronaldo Cesar Coelho (PSDB) ao Ibope, em outubro de 2009, para verificar a eficácia de uma chapa que fosse formada por José Serra e Aécio Neves: Serra/Aécio 41% contra PT/PMDB 16%.

Champagne (1998) afirma que é ingênuo acreditar que a mídia produz os acontecimentos sozinha e de forma manipuladora. Ele lembra que as sondagens de opinião participam dessa “construção de acontecimentos”.

Em 1º de julho de 2009, o PSDB aprovou as prévias, mas não divulgou uma data para sua realização. As incertezas ainda pairavam sobre o PSDB, o que se confirma em uma propaganda do PSDB, veiculada nas emissoras abertas de TV em 03 de dezembro de 2009. Na ocasião, Serra e Aécio revezaram o espaço enfatizando suas realizações políticas; pode-se inferir que foi outra maneira de “testar” a aceitação dos possíveis candidatos.

Após meses de indecisão e de disputas internas informais, o PSDB decidiu lançar Serra como candidato tucano à presidência em 2010, sem a realização das primárias. Ressalta-se que todo o impasse sobre quem seria o candidato do PSDB à presidência em 2010 salientou a disputa entre Minas Gerais, na figura de Aécio, e São Paulo, com Serra.

4. Estado de Minas e Folha de S. Paulo

O jornal *Estado de Minas* (EM)⁸ foi criado em 1928 e, de acordo com França (1998), sua história não é marcada por grandes acontecimentos ou crises. Vários jornais surgiram no estado mineiro, porém, a maioria não permaneceu ativa; o EM destaca-se por manter uma regularidade desde a sua formação. França (1998) observa que, desde a sua formação, o EM preocupou-se em afirmar sua identidade mineira, demonstrando atenção às questões de interesse do Estado, independente de questões pessoais e partidárias. A autora alerta, porém, que “essa independência é apenas relativa” (FRANÇA, 1998:109). Para ela, “tratar-se-ia muito mais de manobras estratégicas feitas de alianças e de divórcios, atendendo, em última instância, seus próprios interesses” (FRANÇA, 1998:109). A autora cita, ainda, o ensaio de Carrato (1988) que mostra o alinhamento entre o EM e as forças no poder. Em sua análise, ela salienta como o jornal dá tratamento diferenciado e privilegiado aos candidatos apoiados pelo governo em campanhas eleitorais. A autora afirma que o EM publica apenas aquilo que não vai de encontro aos seus próprios interesses. Estes são taxados pelo jornal como “interesses dos mineiros”.

O jornal *Folha de S. Paulo* (FSP)⁹ foi uma fusão entre os jornais *Folha da Tarde* e *Folha da Manhã*, em 1º de janeiro de 1960, adquiridos pelos empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho. Ele assume a postura de oferecer um jornalismo crítico, apartidário e pluralista. A FSP apoiou o golpe de 1964 e a ditadura militar. Nessa mesma época, seu concorrente, o *Estado de S. Paulo*, sofreu intervenções e censura por ser contrário ao regime militar. Grupos de esquerda, contrários à postura da FSP, provocaram inúmeros atentados contra veículos de entrega do jornal. Já na década de 1980, a FSP alterou significativamente sua linha editorial e, conseqüentemente, sua postura política. Um dos resultados dessa transformação foi, por exemplo, o apoio do jornal ao movimento das Diretas Já.

⁸ De acordo com o *Grupo Associados*, a circulação do jornal *Estado de Minas* abrange 549 municípios e possui mais de 65 mil assinantes. O jornal tem venda diária de média de 71 mil exemplares.

⁹ Pesquisa do Instituto Verificador de Circulação (IVC), divulgada em maio de 2010, mostra que a *Folha de S. Paulo* está entre os jornais de maior circulação no país, com média diária de 289.435 mil exemplares no acumulado do ano.

5 Análise dos jornais

5.1 27 de fevereiro: Tancredo Neves

Na edição do EM do dia 27 de fevereiro, o caderno “Pensar” é dedicado exclusivamente a Tancredo Neves. Habitualmente, ele possui seis páginas, porém nesta edição ele foi publicado com 12 páginas.

O texto da capa (Figura 1) apresenta um resumo das qualidades atribuídas a Tancredo Neves no que diz respeito à sua vida pública e seu modo de fazer política. É interessante notar que, no texto, Tancredo é a figura que não se curvou ao poder, e na montagem da capa, ele se curva a Minas. Tancredo Neves é uma das imagens às quais a figura de Aécio é associada. Destaca-se, ainda, outra importante imagem: Juscelino Kubitschek, enquanto símbolo de competência administrativa.

O caderno especial do EM traz um histórico de Tancredo, com ênfase em suas habilidades políticas e sua notoriedade nacional. O enquadramento é o “centrado na personalidade”, com ênfase na “habilidade política” de Tancredo.



Figura 1 - “Estadista da liberdade”

Fonte: Jornal *Estado de Minas*, edição de 27 de fevereiro de 2010.

No mesmo dia, as páginas 5 e 6, do caderno de política do EM, trataram da indefinição existente no PSDB sobre quem seria o candidato da legenda à presidência da

República. Destaca-se que o enquadramento das duas reportagens foi o “corrida de cavalos”, prevalecendo o enfoque: “Aécio melhor candidato”.

O clima de especulação em torno de quem seria o candidato do PSDB à Presidência se fazia presente dentro do partido, entre as lideranças nacionais e mineiras, e fora dele, uma vez que o assunto foi, diversas vezes, tratado por outras legendas e na mídia.

Ressalta-se como a política utiliza a mídia para colocar suas questões na agenda pública e para formar a opinião. A mídia funciona como contato entre os líderes e instituições políticas e o público. Ou seja, o campo político recorreu ao campo midiático, estrategicamente, a fim de discutir suas questões.

Na mesma data, a *Folha de S. Paulo*, divulgou a reportagem com o título “Serra vai a Belo Horizonte cortejar Aécio”, de Catia Seabra, que mostra como as fontes ouvidas/consultadas defendem a chapa Serra/Aécio. O título destaca como Aécio foi pressionado pelo próprio Serra para aceitar ser vice: “Serra vai a Belo Horizonte cortejar Aécio”. Não foram encontradas reportagens com referências a Tancredo Neves na FSP.

5.2 28 de fevereiro: mineiridade

Na edição do *Estado de Minas*, do dia 28 de fevereiro de 2010, o texto de Baptista Almeida, "Presente ou futuro, eis uma solução", na página 2, trata das futuras visitas de Serra a Belo Horizonte — por ocasião da inauguração da Cidade Administrativa e pelo aniversário de Aécio Neves em 10 de março — caracterizando-as como a abertura da “temporada de caça ao vice”. Destaca-se como enquadramento “corrida de cavalos”: “Aécio melhor candidato”.

Entretanto, a imagem identificada é a de que Aécio é diferente de Serra. Aécio também é apresentado como um político mais conciliador e que consegue manter boas relações com outros políticos e partidos, mesmo os opositores. Percebe-se o chamado “mito da mineiridade”.

Arruda (1999) buscou entender a mineiridade fazendo conexões entre mito e identidade. Segundo ela, o mito fornece material para a construção das identidades culturais. Tendo como objeto de estudos as reflexões acerca da identidade cultural dos mineiros e o processo de formação do mito da mineiridade, a autora buscou localizar nas formas de agir, tanto local quanto nacional, dos mineiros, baseando-se em obras literárias e outros relatos

como os de viajantes, dentre outros. O contexto foi a transição da sociedade mineira que passou do rural para o urbano, condicionando a “tessitura do mito da mineiridade.”

No caso de Aécio Neves, esse mito da mineiridade foi associado à sua imagem como herança herdada de seu avô. Aécio passou alguns anos de sua juventude no Rio de Janeiro e atribuir-lhe características mineiras também é uma forma de evitar quaisquer críticas a uma possível descaracterização de sua mineiridade.

São recorrentes as expressões que caracterizam a mineiridade de Aécio, como a de ser um político conciliador e que busca a união nacional, de ações inovadoras e bom administrador, e a imagem de Minas como um Estado relevantes para as decisões nacionais, como se pode notar na passagem: “De olho no futuro, Aécio passou a buscar a convergência com partidos e segmentos mais modernos da sociedade” (ALMEIDA, 2010:2).

5.3 01 de março: pesquisa de intenção de voto

O jornal *Folha de S. Paulo* repercutiu a pesquisa do DataFolha — dois artigos, uma matéria e uma coluna — mostrando a “surpresa” dos tucanos com a queda de José Serra e como isso serviria como mais um instrumento para forçar Aécio a aceitar concorrer como vice. Serra foi, então, pressionado para que assumisse a sua candidatura à presidência o quanto antes. É interessante notar que, ainda sim, Aécio não é cotado, pelo PSDB nacional, como uma possibilidade de ser candidato no lugar de Serra.

O texto de Fernando de Barros e Silva, no artigo intitulado “Águas de março”, apresenta sua opinião sobre o cenário político com base no resultado da pesquisa aponta que Dilma surpreendeu ao conseguir se aproximar de Serra.

Hoje, no entanto, o mais provável é que aceite enfrentar o desafio da disputa sem a certeza prévia de que contará com o mineiro em sua chapa. Não há dúvida de que Aécio agora será muito pressionado pelos tucanos. **Mas quem precisa dizer a que veio antes** que as águas **de março** fechem o verão é o governador de São Paulo. (SILVA, 2010c, grifos nossos).

A pesquisa também é repercutida no artigo de Valdo Cruz, “Riscos da soberba”. O texto trata da possibilidade de Michel Temer, presidente do PMDB, ser vice de Dilma. O nome de Aécio é citado como possibilidade no caso de uma desistência de Serra. Sendo, aliás, visto como um candidato de peso frente ao PT.

Na coluna “Toda Mídia”, de Nelson de Sá, no caderno Brasil, Serra aponta três fatores que justificam a importância do apoio de Aécio.

De José Serra, para Tales Faria, do IG: “Aécio Neves tem um papel fundamental, nas eleições, por três razões igualmente importantes: **é uma das grandes lideranças do país; faz um governo muito competente; Minas Gerais é estado-chave não só por ter o segundo colégio eleitoral, mas porque é um ponto de equilíbrio na federação**”. (SÁ, 2010, grifos nossos).

Dos três fatores, importa-nos ressaltar o último que mostra Minas Gerais como um estado “ponto de equilíbrio na federação”, o que justifica, ainda mais, a importância dada pelo jornal EM em associar a imagem de Aécio Neves à de seu avô, que é conhecido como um político conciliador (mineiridade) e por transferir essa qualidade ao Estado mineiro.

Neste mesmo dia, o texto de Alessandra Melo, na página 2 do EM, menciona o avanço de Dilma nas pesquisas de intenção de voto e critica o atraso de Serra em se declarar como candidato tucano.

A ministra Dilma já está hoje tecnicamente empatada com seu “provável” adversário, o governador de São Paulo, José Serra (PSDB), e com tendência de alta, diferentemente do **indeciso tucano**. (MELO, 2010:2, grifos nossos).

5.4 02 de março: jogo político e segundo clichê

No dia 2 de março, no jornal EM, o texto da chamada da capa especula sobre a possibilidade de Aécio formar chapa com Ciro, após ele ter recusado ser vice de Serra.



Figura 2 – “O enigmático jogo do PSDB para a sucessão e Lula”
Fonte: Jornal *Estado de Minas*, edição de 02 de março de 2010

Na reportagem referente, intitulada “Tucanos em busca de uma definição”, de Patrícia Aranha, o texto trata do lançamento do selo comemorativo do centenário de nascimento de Tancredo Neves. Observou-se a presença tanto do “enquadramento centrado na

personalidade”, com ênfase na “habilidade política” de Aécio, quanto o “enquadramento corrida de cavalos”, avaliando a performance do político mineiro: “Aécio melhor candidato”.

É significativo observar como o evento foi relegado a segundo plano e o realce foi dado às especulações em torno de quem seria o candidato do PSDB. A reportagem trata da queda de Serra na pesquisa de intenção de voto e, também, da possibilidade de Aécio ser uma segunda opção do PSDB. Aécio afirmou não querer ser um “plano B” dos tucanos e também não queria ser responsabilizado caso Serra perdesse a eleição.

Ao final da reportagem destaca-se em trecho bem ilustrativo que mostra não apenas a tentativa do EM em sustentar a candidatura de Aécio, mas, sobretudo, a presença da astúcia, da dissimulação, como parte do jogo político próprio aos mineiros; ao seu “estilo mineiro de fazer política”. Nota-se, aí, com clareza, a presença do enquadramento “centrado na personalidade”, na habilidade política.

Na intimidade, o governador mineiro começou a admitir a possibilidade de compor a chapa puro sangue. **Conhecedores do estilo mineiro de fazer política acreditam que possa ser o sinal de que as declarações não passam de cortina de fumaça para encobrir a intenção de encabeçar a chapa.** A presença do deputado federal Ciro Gomes (PSB-CE) na quinta-feira em Belo Horizonte seria mais um sinal de que Aécio poderá assumir a candidatura, tendo Ciro como candidato a vice-presidente. (ARANHA, 2010b:3, grifos nossos).

A página 3, referente à chamada apresentada anteriormente, está sob o selo “Eleições” e é interessante notar que a reportagem principal trata da solenidade que lançou o selo comemorativo do centenário de nascimento de Tancredo Neves. O evento serviu como pano de fundo para mais especulações sobre a chapa tucana. Aqui se percebe os dois enquadramentos: “corrida de cavalos” – “Aécio melhor candidato”; e “centrado na personalidade” – “habilidade política”.

Cabe destacar, conforme compreendido por Pires (2002), que há o “tempo da política” e o “tempo da mídia”, na medida em que o tempo midiático é acelerado e menos dado à “costura de acordos”, mais demoradas. “[...] há que se considerar que no jornalismo não se trabalha com essa lógica da política. Intenções não são notícias” (PIRES, 2002:107), o que explica as cobranças da mídia por definições de Aécio.

5.5 03 de março: “Minas a reboque, não!”

Champagne (1998) chama a atenção para a importância da capa como lugar estratégico e, portanto, de disputa por aqueles que buscam visibilidade. O autor alerta, entretanto, que dada a importância da capa, muitos jornalistas (jornalistas e empresa como um todo) acabam, nela, tomando posição sobre um determinado fato. E por estar em um espaço de grande visibilidade, esse fato toma proporções maiores.

No dia 3 de março, o jornal EM publicou um editorial de capa, intitulado “Minas a reboque, não!”, defendendo a candidatura de Aécio à presidência e repudiando o convite feito a ele para ser vice na chapa com Serra. Nota-se, aí, a presença tanto do “enquadramento corrido de cavalos” – “Aécio melhor candidato” – quanto do “enquadramento centrado na personalidade” – “político de alta linhagem de Minas”.

O EM se diz representante dos mineiros e isso fica evidente no editorial. Ainda que seja um posicionamento do jornal em apoiar a candidatura de Aécio, o texto foi construído de forma a ser a opinião dos mineiros. O editorial ocupou posição de destaque na capa, dada a sua importância.

Em três momentos, o editorial referiu-se, diretamente, aos mineiros nessa categoria de porta-voz: “[...] É com esse sentimento que os mineiros repelem a arrogância de lideranças políticas [...] Também incomoda os mineiros [...] os mineiros estão, porém, seguros [...]”.

Nele, Aécio Neves é apresentado como um líder reconhecido nacionalmente e como o “mais bem avaliado entre os governadores da última safra de gestores públicos”, além de ser chamado, no editorial, de “político de alta linhagem de Minas”. Essas características, segundo o editorial, não permitem que Aécio aceite o “papel subalterno que lhe oferecem” de vice de José Serra.

EDITORIAL

Minas a reboque, não!

Indignação. É com esse sentimento que os mineiros repelem a arrogância de lideranças políticas que, temerosas do fracasso a que foram levados por seus próprios erros de avaliação, pretendem dispor do sucesso e do reconhecimento nacional construído pelo governador Aécio Neves. Pior. Fazem parecer obrigação do líder mineiro, a quem há pouco negaram espaço e voz, cumprir papel secundário, apenas para injetar ânimo e simpatia à chapa que insistem ser liderada pelo governador de São Paulo, José Serra, competente e líder das pesquisas de intenção de votos até então.

Atarantados com o crescimento da candidatura da ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, percebem agora os comandantes do PSDB, maior partido de oposição, pelo menos dois erros que a experiência dos mineiros pretendeu evitar. Deveriam ter mantido acesa, embora educada e democrática, a disputa interna, como proposto por Aécio. Já que essa estratégia foi rejeitada, que pelo menos colocassem na rua a candidatura de Serra e dessem a ela capacidade de aglutinar outras forças políticas, como fez o Palácio do Planalto com a sua escolhida, muito antes de o PT confirmar a opção do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Na política, a hesitação cobra caro, mais ainda numa disputa que promete ser das mais difíceis. Não há como negar que a postura vacilante do próprio candidato, até hoje não lançado, de atrair aliados tem adubado a ascensão da pouco conhecida candidata oficial. O que é inaceitável é que o comando tucano e outras lideranças da oposição queiram pagar esse preço com o sacrifício da trajetória de Aécio Neves. Assim como não será justo tributar-lhe culpa em caso de derrota de uma chapa em que terá sido apenas vice, também incomoda os mineiros uma pergunta à arrogância: se o mais bem avaliado entre os governadores da última safra de gestores públicos é capaz de vitaminar uma chapa insossa e em queda livre, por que Aécio não é o candidato a presidente?

Perplexos ante mais essa demonstração de arrogância que esconde amorismo e inabilidade, os mineiros estão, porém, seguros de que o governador – político de alta linhagem de Minas – vai rejeitar papel subalterno que lhe oferecem. Ele sabe que, a reboque das composições que a mantiveram fora do poder central nos últimos 18 anos, Minas desta vez precisa dizer não.

Figura 4 – “Minas a reboque, não!”

Fonte: Jornal *Estado de Minas*, edição de 03 de março de 2010.

José Serra, por sua vez, é reconhecido como um político competente e que ocupou a liderança nas pesquisas de intenção de voto, porém ele é visto como um político com pouca vitalidade e aceitação, uma vez que Aécio foi convidado a ser vice “apenas para injetar ânimo e simpatia à chapa que insistem ser liderada pelo governador de São Paulo, José Serra, competente e líder das pesquisas de intenção de votos até então”.

O editorial foi veiculado na capa das duas edições do dia. É importante dizer que, ao longo da pesquisa, foram identificadas mudanças da primeira para a segunda edição, o que no jornalismo é entendido como mudança de clichê. De acordo com Rabaça e Barbosa (1987:528) deve-se entender por segundo clichê a edição extraordinária de um jornal, tirada logo após a primeira com modificações em uma ou mais páginas, para inclusão de notícia

importante sobre fatos ocorridos durante ou depois da impressão da edição original. Alguns jornais (como o caso do EM) imprimem, no cabeçalho das páginas modificadas a expressão “2º clichê” ou “2ª edição”. Vale ressaltar, ainda, que nos casos observados, notou-se que não se tratava de inclusão de outra notícia ou alguma informação adicional; as mudanças acarretaram na produção de novos sentidos.

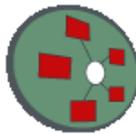
O artigo de Elio Gaspari, na FSP, intitulado “Serra joga parado, mas quer preferência”, critica a forma como Serra e o PSDB estavam lidando com a candidatura do paulista à presidência. Serra não tinha postura de candidato, no sentido de iniciar sua campanha como fez a candidata do PT e, por outro lado, não deixava o caminho livre para outro tucano que demonstrasse interesse, como o caso de Aécio. Dessa forma, o artigo mostra que Serra estava atrasando sua campanha, o que favoreceu Dilma Rousseff.

5.6 04 de março: Aécio ≠ Serra

O dia 4 de março é a data em que se comemora o nascimento de Tancredo Neves e, também, marcou a inauguração da Cidade Administrativa que, por iniciativa da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, foi batizada com o nome de Tancredo Neves.

Cabe ressaltar que, nesse dia, a editoria de política do *Estado de Minas*, que habitualmente tem seis páginas, ocupou onze páginas. (seis páginas de matérias e cinco de anúncios de página inteira). Os textos foram organizados sob três selos: *Eleições*, *Tancredo Neves* e *Governo*. Nessa oportunidade, os dois enquadramentos foram encontrados a partir da ênfase nas ideias: “Aécio melhor presidente”, “eficiência administrativa” e “habilidade política”.

Destaca-se a página 2, do EM, o artigo de Baptista Almeida, “As diferenças dos candidatos”, que trata de duas importantes imagens. Uma delas é a associação à imagem de Tancredo Neves, ou seja, Aécio é sempre lembrado pela figura de seu avô. A segunda imagem, já mencionada no título, é Aécio diferente Serra quando, nas palavras do editor, outros políticos como Michel Temer do PMDB e dois tucanos, cujos nomes não são mencionados, falam dessa diferença e elevam as qualidades de Aécio. Cabe mencionar que se encontrou o “enquadramento corrida de cavalos”: “Aécio melhor candidato”.



Ainda no EM, a segunda edição sofreu significativas alterações. A reportagem principal da página 4, que antes era sobre os preparativos da inauguração da Cidade Administrativa, agora é a repercussão do editorial; “Em defesa dos interesses de Minas” (ARANHA, 2010a, grifos nossos). A reportagem “Festa para 6 mil convidados” foi transferida para a página 11. Vale mencionar, também, a mudança de selo que na primeira edição era “Governo” e na segunda “Eleições”. Assim, a matéria de repercussão do editorial ganhou mais destaque na 2ª edição e foi associada ao tema “Eleições”, confirmando que se tratava de uma questão eleitoral, ou seja, da candidatura de Aécio Neves.



Figura 5 – Primeiro clichê: Página 4 do EM
Fonte: Jornal *Estado de Minas*, 1ª edição de 04 de março de 2010.



Figura 6 – Segundo clichê: Página 4 do EM
Fonte: Jornal *Estado de Minas*, 2ª edição de 04 de março de 2010.

Aqui, se fará um salto para o dia 05 de março, apenas para mostrar outra repercussão sobre o editorial do EM que foi divulgado na coluna Painel, de Renata Lo Prete, na FSP. Lê-se em uma das notas:

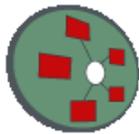
Primeira-irmã. É quase consenso no PSDB que Aécio Neves não soube de antemão do editorial do "Estado de Minas" desancando a candidatura presidencial de Serra e a hipótese de o mineiro aceitar a vice. Nove entre dez tucanos, porém, completam o diagnóstico com uma ressalva: "**Mas a Andréa Neves soube**". (LO PRETE, 2010, grifos nossos).

No mesmo dia, o jornal FSP procurou mostrar que não havia dúvidas de que Serra seria candidato à presidência e que Aécio não aceitaria ser vice, e, menos ainda, que pretendia se lançar como candidato no lugar de Serra.

5.7 05 de março: "Aécio presidente"

No dia seguinte à inauguração da Cidade Administrativa, o jornal mineiro apresentou como manchete de primeira página "O recado de Minas". Destaca-se o olho da manchete da primeira edição, "Por três vezes, convidados constrangem o governador José Serra ao interromper solenidade de inauguração da Cidade Administrativa aos gritos de 'Aécio presidente'". O jornal mineiro dedicou sete páginas para falar da inauguração da nova sede do governo e todos os acontecimentos que envolveram o evento, sob o selo Cidade Administrativa.

Destaca-se a página 3, da primeira edição, a reportagem de Lucas Figueiredo (2010a): "O jeito mineiro de ser" (Figura 7). Mais uma vez, a segunda edição traz significativas alterações. A reportagem (Figura 8), também de Lucas Figueiredo (2010b) ganhou outro título, "A voz das Gerais". O primeiro título sugere-nos uma alusão a Aécio e ao seu "jeito mineiro de ser". Ao passo que o segundo, mais incisivo, apresenta "a voz das gerais": "Aécio presidente".



IV Encontro da Compolítica, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011

Governador de São Paulo ouve apelo da multidão que pediu "Aécio presidente" e, pressionado, prefere escapar das perguntas da imprensa. Inauguração mostra a força política do estado

O JEITO MINEIRO DE SER



Governador Aécio Neves recebe José Serra, Nelson Fregoso, José Alencar, Gilmar Mendes e Francisco Azeiteiro, entre outros autoridades, na inauguração da Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves

Nota Positiva
N
o aniversário de hoje, há pelo menos dezesseis anos, o atual governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais em um momento de sua visita ao Rio de Janeiro, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser.

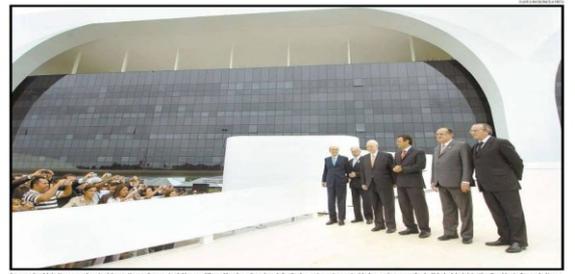
OPINIÃO
A chegada de Aécio Neves ao Rio de Janeiro, em um momento de sua visita ao Rio de Janeiro, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser.

REACÃO
A chegada de Aécio Neves ao Rio de Janeiro, em um momento de sua visita ao Rio de Janeiro, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser.

Figura 7 – Primeiro clichê: “O jeito mineiro de ser”
Fonte: Jornal *Estado de Minas*, 1ª edição de 05 de março de 2010.

Aos gritos de “Aécio presidente”, multidão constrange Serra, entre outras pressões tuacas de ter governador de Minas como vice e reforça pressão para que paulista assuma que é candidato

A VOZ DAS GERAIS



Governador Aécio Neves recebe José Serra, Nelson Fregoso, José Alencar, Gilmar Mendes e Francisco Azeiteiro, entre outros autoridades, na inauguração da Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves

Nota Positiva
N
o aniversário de hoje, há pelo menos dezesseis anos, o atual governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais em um momento de sua visita ao Rio de Janeiro, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser.

OPINIÃO
A chegada de Aécio Neves ao Rio de Janeiro, em um momento de sua visita ao Rio de Janeiro, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser.

REACÃO
A chegada de Aécio Neves ao Rio de Janeiro, em um momento de sua visita ao Rio de Janeiro, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser. O governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, quando se apresentou ao governador do Estado de Minas Gerais, fez uma referência ao seu jeito mineiro de ser.

Figura 8 – Segundo clichê: “A voz das Gerais”
Fonte: Jornal *Estado de Minas*, 2ª edição de 05 de março de 2010.

A FSP também noticiou a inauguração da Cidade Administrativa em alguns momentos da edição. Na capa da edição São Paulo e, também, na edição Nacional¹⁰, a chamada sobre o evento traz o seguinte título: “PSDB trata Serra como candidato, mas coro pede Aécio presidente”. Logo abaixo, uma chamada para o artigo de Fernando de Barros e Silva: “Governador de SP teve que pagar seu primeiro pedágio na visita a Minas”.

No caderno opinião, o artigo de Fernando de Barros e Silva, “Ó, Minas Gerais”, relata dos gritos da plateia – “Aécio presidente!” – e como Serra ficou constrangido com a situação. Nota-se que o enquadramento aqui é “corrida de cavalos”: “Aécio melhor candidato.”

Por fim, o editorial da *Folha de S. Paulo*, “Serra ou não Serra”, critica a cena política brasileira em que o “nível” dos candidatos, em especial do PSDB, é posto em xeque, como diz uma frase do texto, “Qualquer que seja o desfecho desse aborrecido drama de bastidores,

¹⁰ O jornal *Folha de S. Paulo* veicula, diariamente, duas edições: uma nacional e outra local, esta direcionada a São Paulo.

a cada dia se reduz a estatura dos personagens que o compõem”. Ao final do editorial, são feitas críticas tanto aos tucanos, como ao PT, “De um lado, surge uma candidata inventada pelo cesarismo presidencial; de outro, ambições pessoais se desfazem em picuinhas e sussurros, sem nada de significativo a apresentar para a população”.

Considerações Finais

Esta pesquisa teve como ponto de partida o processo de escolha de quem seria o candidato do PSDB à presidência da República em 2010 e, mais especificamente, teve como contexto as prévias entre José Serra e Aécio Neves. A questão inicial foi se e como o jornal *Estado de Minas* construiu a imagem pública política de Aécio Neves como presidenciável em 2010.

A partir da análise de determinados acontecimentos, verificou-se que o jornal mineiro trabalhou na construção da imagem pública política de Aécio Neves como presidenciável em 2010. Identificou-se que essa construção foi feita a partir dos enquadramentos “interpretativo” e “noticioso”, tal como formulado por Porto (2001, 2004). O “enquadramento interpretativo”, que permitiu a seleção do *corpus* da análise, uma vez que ele é marcado pelo espaço dado às fontes, sua hierarquia (importância/poder da fonte).

Destaca-se, também, o enquadramento noticioso, mais especificamente, a presença recorrente dos enquadramentos “corrida de cavalos” e “centrado na personalidade”. O “enquadramento corrida de cavalos” relacionou-se à apresentação de Aécio e Serra enquanto competidores entre si. Já o “enquadramento centrado na personalidade” tratou dos momentos em que houve preferência do jornal por atores individuais, no caso, Aécio Neves.

A partir dos enquadramentos foi possível identificar imagens às quais Aécio foi associado e que traduzem a intencionalidade de interpretação dos enquadramentos: a) eficiência administrativa, a partir da Cidade Administrativa e retomando a figura de Juscelino Kubitschek; b) Aécio \neq Serra, sendo Aécio melhor candidato; e c) habilidade política, quando associado a Tancredo Neves e à mineiridade.

Explicita-se, também, que o EM construiu a imagem de Aécio como presidenciável recorrendo ao discurso da mineiridade. Ele é tido como um político conciliador, que busca a união nacional, que tem habilidade de diálogo e que propõe ações inovadoras, por exemplo.

A figura emblemática de Tancredo Neves, como personificação do mito da mineiridade, foi recorrente no período analisado e notou-se que houve a associação, por diversas vezes, entre Tancredo e Aécio, este enquanto herdeiro das habilidades políticas do avô.

As mudanças de clichê (ou como o EM denomina: 1ª e 2ª edição) são habituais nos jornais, uma vez que se pretende alterar ou acrescentar alguma informação de última hora. Porém, o que vimos foi a utilização desse recurso para mudança de **sentido** no *Estado de Minas*. As mudanças de clichê permitiram ao jornal aperfeiçoar seu discurso político em favor de Aécio.

Questionou-se, logo de início, o possível alinhamento entre o jornal EM Aécio Neves, como já apontado em diversos trabalhos acadêmicos. Ao menos, no caso aqui analisado, isso foi confirmado a partir de das estratégias utilizadas pelo jornal mineiro, identificadas anteriormente, que favoreceram a construção de uma imagem positiva de Aécio.

Cabe destacar a importância da reconstrução da narrativa jornalística (CARVALHO, 2010) dos dois jornais, dia a dia, que permitiu comprovar a sobreposição de acontecimentos. Mais ainda, ficaram evidentes as rotinas de produção jornalística e os modos operatórios da mídia. Nesse sentido, assinala-se a recorrência como importante recurso que confere importância, ou seja, a repetição de temas ou pessoas permitiu elevar o grau de importância delas. Como exemplo, pode-se citar o dia 05 de março em que o *Estado de Minas* dedicou nove páginas à inauguração da Cidade Administrativa, além do destaque na capa.

A reconstrução da narrativa possibilitou, ainda, a identificação das vozes, sejam as diretas, como as fontes ouvidas, ou aquelas que aparecem sob a forma de personagens (não coincidindo, necessariamente, com as fontes), como foi o caso das vozes de Tancredo Neves e Juscelino Kubitschek, que participaram da construção da imagem de Aécio enquanto político habilidoso e eficiente administrador.

Do ponto de vista metodológico, destaca-se importância da análise comparativa dois jornais, na medida em que ela revela as estratégias enunciativas a partir do contraste.

Notou-se que o jornal *Estado de Minas* posicionou-se enquanto “porta-voz” dos mineiros e como ator político. O jornal falava em nome de Minas (destacando seu *slogan*: “O grande jornal dos mineiros”) e, mais ainda, pode-se dizer que, em muitas oportunidades, os textos pareceram ser direcionados ao PSDB; evidenciando, também, seu posicionamento

enquanto ator político; principalmente quando se observa que ele deixa de apenas cumprir sua função primeira de noticiar e acaba influenciando no jogo político.

Talvez a maior evidência desse posicionamento tenha sido o editorial “Minas a reboque, não!” veiculado na capa da edição de 03 de março de 2010. Nesse momento, o jornal produz um discurso político na tentativa de entrar no jogo político e influenciar, apresentando Aécio como um líder político reconhecido nacionalmente, respondendo com um “não” ao convite para que Aécio fosse vice de Serra e atacando as lideranças do PSDB que se opuseram a realizar as prévias, em defesa da candidatura de Serra.

Sobre isso, ressalta-se que o campo político tem seus limites e, aqui, ficou claro que um deles é a visibilidade. Dessa forma, Aécio criou suas próprias estratégias. Ou seja, os acontecimentos, como as homenagens ao centenário de Tancredo Neves e a inauguração da Cidade Administrativa, foram arquitetados muito antes do período analisado, de modo que confluíssem nas páginas dos jornais (aproveitando-se, ainda, de seu alinhamento com o EM) no mesmo período dando mais visibilidade à sua imagem.

O PSDB, por sua vez, também tem suas estratégias, especialmente quando usou a mídia como “balão de ensaio” para “testar” seus pré-candidatos e realizar, nesse espaço, as prévias sem envolver diretamente, ou comprometer o partido. Os testes foram realizados na medida em que os próprios pré-candidatos se envolveram em uma disputa pela imposição da imagem e a mídia repercutiu essa disputa. Salienta-se, portanto, que as prévias foram midiáticas, ou seja, não ocorreram, de fato, no interior do PSDB. Vale mencionar, também, que as primárias foram, também, de interesse da mídia enquanto fonte para produção de notícias. As prévias foram, portanto, um não-acontecimento (FONTCUBERTA, 1993).

A investigação comprovou, portanto, o entrelaçamento entre os campos político e midiático. Ainda que sejam campos distintos (BOURDIEU, 1998) e que a relação entre eles seja conflituosa (GOMES, 2004) percebe-se sua clara aproximação, especialmente quando jornal se torna ator político e quando os acontecimentos mostraram-se criados pelo campo político para ganharem visibilidade na mídia.

Referências

- ALMEIDA, Baptista. O desabafo que vem de Minas. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 05 mar. 2010a. Caderno política, p.2.
- ALMEIDA, Baptista. As diferenças dos candidatos. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 04 mar. 2010b. Caderno política, p.2.
- ALMEIDA, Baptista. Presente ou futuro, eis uma solução. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 28 fev. 2010c. Caderno política, p.2.
- ALMEIDA, Daniela. Festa para 6 mil convidados. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 04 mar. 2010. Caderno política, p.4.
- ARANHA, Patrícia. Em defesa dos interesses de Minas. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 04 mar. 2010a. Caderno política, p.4., 2ª edição.
- ARANHA, Patrícia. Tucanos em busca de uma definição. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 02 mar. 2010b, Caderno política, p.3.
- ARRUDA, Maria Armanda do Nascimento. **Mitologia da mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- AZEVEDO, Fernando Antonio. Os Jornais Paulistas e a Eleição de 2000. In: VASCONCELOS, Rejane de Carvalho. (Org.). **A Produção Política nas Campanhas Eleitorais**. Campinas: Pontes Editora, 2003.
- BIROLI, Flavia. Representações do golpe de 1964 e da ditadura na mídia. Sentidos e silenciamentos na atribuição de papéis à imprensa, 1984-2004. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 25, n. 41, p. 269-291, jan./jun. 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 2ªed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. Trad. Fernando Tomaz (português de Portugal).
- CARRATO, Ângela. **Imprensa e poder político: o jornalismo no processo de transformação social**. Belo Horizonte, 1988. (ensaio).
- CARVALHO, Carlos Alberto de. Premissas para o tratamento teórico-metodológico do acontecimento apanhado pela trama noticiosa. In: BRAGA, José Luiz Braga; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz Claudio.(Orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010. – (Coleção comunicação) “Livro da Compós 2010”. Coedição Paulus/Compós.
- CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político**. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- CRUZ, Valdo. Riscos da soberba. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 fev. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0103201004.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.
- FOLHA DE S. PAULO. Aécio Neves. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, s.d.. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2010/eleicoes/fichadecandidatos/senador/aecio_neves.shtml>. Acesso em: 15 set. 2010.
- FOLHA DE S. PAULO. História da Folha. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, s.d.. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_folha.htm>. Acesso em: 20 abr. 2010.
- FOLHA DE S. PAULO. Serra ou não Serra. [Editorial] **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 mar. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0503201001.htm>>. Acesso em: 31 mar. 2010.
- FONTCUBERTA, Mar de. **La notícia: pistas para perceber el mundo**. Barcelona/Buenos Aires/Mexico: Ediciones Paidós, 1993.
- FRANÇA, Vera Veiga. **Jornalismo e vida social**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- GOVERNO DE MINAS GERAIS. **Aécio Neves**. Disponível em: <<http://www.mg.gov.br/governomg/comunidade/governomg/aecio-neves/5794>>. Acesso em: 20 abr. 2010.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1998.
- LIMA, Venício. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006.
- LO PRETE, Renata. Primeira-irmã. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 mar. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0503201001.htm>>. Acesso em: 01 abr. 2010.
- LOPES, Kerison. **CPI Carcerária: governo Aécio censura ação da imprensa**. 22 fev. 2008. Disponível em: <http://www.pcdob.org.br/noticia.php?id_noticia=30897&id_secao=1>. Acesso em: 27 set. 2010.
- MAAKAROUN, Bertha. Muita emoção na despedida. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 05 mar. 2010a. Caderno política, p.4.
- MAAKAROUN, Bertha. Muita emoção na despedida. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 05 mar. 2010b. Caderno política, p.4, 2ª edição.
- MAAKAROUN, Bertha. PSDB continua sem definição. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 27 fev. 2010c. Caderno política, p.5.
- MACHADO, Carlos; MIGUEL, Luís Felipe. Variações das coligações para prefeito no Brasil (2000 a 2008). In: 33º Encontro Anual da **ANPOCS**, Caxambu, MG, 2009.
- MELLO, Alessandra; PRATES, Maria Clara. **Aécio faz balanço de governo em tom de provocação. Portal Uai**, Belo Horizonte, 26 mar. 2010. Disponível em: <http://www.uai.com.br/htmls/app/noticia173/2010/03/26/noticia_politica,i=153118/AECIO+FAZ+BALANCO+DE+GOVERNO+EM+TOM+DE+PROVOCACAO.shtml>. Acesso em: 15 out. 2010.
- MELO, Alessandra. Que se discutam apenas os méritos. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 01 mar. 2010. Caderno política, p.2.
- MICHAELIS 2000: **Moderno dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Reader's Digest; São Paulo: Melhoramentos, 2000. Vol.2. p.1782.
- MIGUEL, Luis Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o congresso brasileiro. **Revista Sociologia & Política**, Curitiba, n.20, p.115-134, 2003.
- MIGUEL, Luis Felipe. *Os meios comunicação e a prática política*. **Lua Nova**, São Paulo, n. 55-56, 2002, p. 155-184.
- MIGUEL, Luis Felipe. Discurso e ética política. In: MIGUEL, Luis Felipe. **Mito e discurso político**. São Paulo: Unicamp/Imprensa Oficial, 2000.
- OLIVEIRA, Luiz Ademir de. **A disputa política na TV**. 1999. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), Rio de Janeiro.
- PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA. **Estatuto do PSDB**. 2007. Disponível em: <https://www2.psdb.org.br/wp-content/uploads/2010/04/Estatuto_sexta_edicao.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2010.
- PIRES, Teresinha Maria de C. C. **Figurações do Real: mídia e política na cena mineira**. 2002. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro.
- PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: EDUFBA/Unesp, 2004. p.74-104.
- PORTO, Mauro P. A Pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: Propondo um enfoque integrado. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - **Intercom**, Belo Horizonte, Brasil, 02 a 06 de set. 2003.

PORTO, M. P. A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo. **Cadernos do CEAM (UnB)**, Brasília, vol.II, n.6, 2001, p.11-32.

PRIMO, Alex. **Para a Folha de São Paulo o jornal do futuro é pouco inovador**. 24 mai. 2010. Disponível em: <http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2010/05/24/para_a_folha_de_sao_paulo_o_jornal_do_fu/>. Acesso em: 11 jul. 2010.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

SÁ, Nelson. Toda Mídia. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 01 mar. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0103201005.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.

SEABRA, Cátia. Serra vai a Belo Horizonte cortejar Aécio. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 27 fev. 2010b. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2702201014.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.

SEABRA, Cátia. CRUZ, Valdo. PSDB “lança” Serra candidato; platéia em Minas pede Aécio. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 mar. 2010a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0503201002.htm>> Acesso em: 01 abr. 2010.

SEABRA, Cátia. CRUZ, Valdo. Serra diz que é candidato e convida Aécio para ser vice. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 04 mar. 2010b. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0403201018.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.

SEABRA, Cátia. CRUZ, Valdo. Convite a adversários causa mal-estar entre Serra e Aécio. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 02 mar. 2010c. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0203201002.htm>>. Acesso em: 31 mar. 2010.

SERAPIÃO, Fernando. Ao mirar no futuro, Aécio acertou o passado. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 04 mar. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0403201017.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.

SILVA, Fernando de Barros. Ó, Minas Gerais. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 mar. 2010a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0503201003.htm>> Acesso em: 01 abr. 2010.

SILVA, Fernando de Barros. Aécio: prós e contras. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 02 mar. 2010b. Caderno opinião. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0203201003.htm> Acesso em: 31 mar. 2010.

SILVA, Fernando de Barros. Águas de março. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 fev. 2010c. Caderno Opinião. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0103201003.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.

SIMÕES, Alexandre. CAPELLA, Alex. Dossiê contra Serra foi tramado no Estado de Minas. **Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 21 out. 2010. Disponível em: <<http://www.hojeemdia.com.br/cmlink/hoje-em-dia/noticias/politica/briga-entre-tucanos-e-raz-o-do-dossie-1.190261>>. Acesso em: 19 dez. 2010.

[s.n.] Frases. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 04 mar. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0403201003.htm>> Acesso em: 31 mar. 2010.

[s.n.] José Serra. **Portal Terra**, São Paulo, [s.d.]. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes/candidatos/serra.html>>. Acesso em: 02 set. 2010.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: **Jornalismo. Revista de Comunicação e Linguagens**. n°8, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens: Lisboa. 1988.

Tudo sobre a Folha. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/>>. Acesso em: 05 ago. 2010.

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