



LORENA MIGUEL  
JOÃO FERES JUNIOR  
EDUARDO OLIVEIRA  
ANAILY MAFRA  
INGRID PIMENTEL  
RENATA NASCIMENTO

PARA ALÉM DAS VALÊNCIAS: OS TERMOS DEPRECIATIVOS E OS  
ENQUADRAMENTOS USADOS NA COBERTURA DA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE  
2010

Artigo apresentado ao **Grupo de Trabalho de Mídias e Eleições** no V Congresso da Compolítica, realizado em Curitiba/PR, entre os dias 8 e 10 de maio de 2013.

ISSN 2236-6490

MAIO 2013

# V Congresso da COMPOLÍTICA

## **Para além das valências: os termos depreciativos e os enquadramentos usados na cobertura da eleição presidencial de 2010**

Autora: Lorena Miguel<sup>1</sup>,

Coautores: João Feres Junior<sup>2</sup>, Eduardo Oliveira<sup>3</sup>, Anaily Mafra<sup>4</sup>, Ingrid Pimentel<sup>5</sup>,

Renata Nascimento<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Ciência Política do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (IESP-UERJ); Graduada em Licenciatura em História pela Universidade Federal Fluminense (UFF); lorenamsmiguel@gmail.com

<sup>2</sup> Professor de Ciência Política do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (IESP-UERJ); Doutor pela City University of New York, Graduate Center; jferes@iesp.uerj.br

<sup>3</sup> Graduando em Ciência Política no sétimo período na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO); dududefigueiredo@hotmail.com

<sup>4</sup> Graduanda em Ciência Política no sétimo período na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO); anaily\_mafra@hotmail.com

<sup>5</sup> Graduanda em Ciência Política no sexto período na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO); ingridperegrini@hotmail.com

<sup>6</sup> Graduanda em Ciência Política no sexto período na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO); renascimento.s@hotmail.com

## **1. Introdução**

A relação entre mídia e política é tema de trabalhos da Ciência Política e dos estudos de comunicação. Nos Estados Unidos, onde a área de estudos de mídia remonta sua origem à primeira metade do século XX, há uma extensa produção acadêmica sobre o tema. Só para citar alguns autores mais renomados, temos Gaye Tuchman, Robert Hackett, Paul Weaver, Daniel Hallin e Paolo Mancini. No Brasil o campo está se consolidando, particularmente depois da volta do país ao regime democrático. Já são muitos os trabalhos sobre mídia e política produzidos em nosso país, com destaque aos estudos de eleições (ALDÉ, MENDES, FIGUEIREDO, 2007; MIGUEL, 2002; HERÉDIA, 2008; BEZERRA, 2005).

Nosso trabalho se inscreve nessa tradição dos estudos da relação entre mídia e política em contextos eleitorais. Tratamos aqui da cobertura eleitoral de 2010 no jornalismo impresso. Mais especificamente, focamos a utilização de expressões e termos pejorativos na cobertura feita por Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de São Paulo durante o período eleitoral da eleição presidencial de 2010, para designar candidatos, partidos ou mesmo figuras políticas de destaque. O período tratado foi de 03/07 até 31/10, contabilizando 120 dias, nos quais foram analisadas 5580 matérias (1659 no Estadão, 1980 na FSP e 1841 em O Globo).

O trabalho se divide em três partes. Primeiramente, discutiremos a importância da utilização destes termos para a compreensão dos interesses editoriais na criação do discurso jornalístico. Na segunda parte, discutimos o real alcance dos termos e expressões pejorativas, dentro da lógica do discurso de imparcialidade proposto pela mídia brasileira durante o período eleitoral. Por fim, analisaremos o uso dos mesmos durante a cobertura eleitoral.

## **2. Notícia: forma + conteúdo + interesse**

Televisão, rádio, jornal impresso, a mídia possui diversos meios para transmitir ao cidadão as notícias do dia. Nos grandes meios de comunicação a política aparece nas capas, editoriais, notícias e charges, numa tentativa inegável de influenciar a opinião do leitor-cidadão sobre o que foi veiculado (ALDÉ, 2004).

Antes de mais nada, é preciso ter em mente de que a notícia é uma narrativa; uma estória. Segundo Park, ela reencarna as novelas populares em outra forma literária (PARK, apud. TUCHMAN, 1976). Existem duas importantes características a serem consideradas no tocante à sua produção: a velocidade em que a história precisa ser escrita para sua publicação, e as concepções que o editor possui acerca dos fatos que influenciarão e chamarão mais a atenção dos leitores. O repórter quando escreve sua notícia corre contra o tempo para entregá-la, já que a mesma necessita passar pelo crivo da redação e entrar na edição do jornal, para ser veiculada na maioria dos casos no dia seguinte ao acontecimento narrado.

Além deste obstáculo ainda há a própria redação do jornal. É crucial que o repórter, antes de entregar a matéria, conjecture acerca das preferências do corpo de editores para evitar apresentar uma proposta que irá contra a linha do jornal, que seria a mesma do proprietário (TUCHMAN, 1972, pg.77).<sup>7</sup> O autor também precisa se preocupar com o que escreve para evitar processos legais por difamação e calúnia. Neste sentido, a perspectiva do jornalista é agir cautelosamente com vistas a evitar problemas futuros com a sua estória.

Tomada como um todo, contudo, a produção jornalística contemporânea também prima pela defesa de dois valores, a objetividade e a imparcialidade, que são instrumentos explícitos de legitimação da própria atividade jornalística. Os veículos midiáticos muitas vezes se apresentam em sua cobertura como se de fato transmitissem a imparcialidade, expondo a realidade “tal como ela é”. De cara podemos identificar as tensões e paradoxos envolvidos na atividade jornalística, só para ficar nas características elencadas acima, o imperativo da rapidez na produção da notícia trabalha contra a ideia de objetividade, e a pressão para se adequar à linha do jornal não combina bem com a ideia de imparcialidade.

O discurso da imparcialidade tem também outros aspectos importantes a serem considerados. Ainda que a imparcialidade seja na prática inatingível, ela de fato serve a funções ideológicas precisas (YOUNG apud MIGUEL e BIROLI, 2010). Entre elas está

---

<sup>7</sup> Para Tuchman, o corpo de redatores quando apresentam suas preferências sobre o que deve estar no jornal, na realidade estão representando o desejo de seus superiores e estes dos seus próprios superiores até alcançarem o topo da hierarquia que é o dono do jornal.

a naturalização do discurso proposto como único, já que objetivo e imparcial, abafando assim vozes distintas que não possuem meios de comunicação tradicionais para transmitir sua visão. Assim, o caráter conflitivo das relações sociais e da política é ignorado, impedindo a definição racional dos critérios que escolhem quais vozes são relevantes e quais não o são (MIGUEL e BIROLI, 2010).

A parcialidade adotada pelo jornalista no processo de formação da notícia se realiza, segundo Denis McQuail (MCQUAIL apud HACKETT, 1984), de diversas maneiras, como, por exemplo, o uso de argumentações específicas, coleta de provas que um ponto particular, utilização de fatos e comentários tendenciosos e o uso da própria linguagem. O favoritismo, mesmo que não reclamado pelo jornal, se explicita nessa transmissão, meio velada, meio explícita, de juízos de valor, a qual C. R. Hofstetter chamou de parcialidade partidária)<sup>8</sup>.

Há diferentes razões que explicam a parcialidade midiática. Primeiramente, há a desconstrução da concepção de “parede de separação” entre as páginas editoriais e a de notícias, o que altera a forma como a política é tratada pelos artigos e reportagens “não-opinativos” (PEAKE e ESHBAUGH-SOHA, 2008). Jeffrey Peake aponta duas possíveis explicações para essa atitude, uma sociológica e outra econômica. Sociologicamente, é plausível afirmar que o desenvolvimento de uma cultura política organizacional da mídia e o ambiente na sala de redação impulsionam os jornalistas a escolher um viés em detrimento de outros, com impactos claros para a cobertura política (BARRETT e BARRINGTON, 2005). Economicamente, argumenta Peake, há a influência da audiência, pois dado que o jornal é também um produto mercadológico, é imprescindível criar alguma relação com o cliente (PEAKE, 2007).

A questão da objetividade, segundo Gaye Tuchman (1976), deve ser entendida a partir do imperativo de o jornalista ser obrigado a tomar decisões acerca falibilidade, viabilidade e “verdade” da notícia sem possuir tempo útil para análises reflexivas. Construir a notícia, neste contexto, deve ocorrer de forma simples e direta, reduzindo

---

<sup>8</sup> Para Hofstetter (1976) existem dois tipos de parcialidade: a partidária e a estrutural. Partindo da idéia de que a parcialidade é a seleção desigual de notícias, o autor define a parcialidade partidária aquela que tem base nas simpatias partidárias e/ou ideológicas do jornalista e a parcialidade estrutural que decorrem da programação comercial do próprio jornal (HOFSTETTER, 1976, PG. 44).

possíveis críticas ao trabalho. Muitas vezes, segundo a autora, o modo mais a forma mais simples de proceder é apresentar os dois lados do fato sem buscar a veracidade dos mesmos. O contraponto para esta objetividade não é a parcialidade, como afirmam Doll e Bradley (1974), mas a noção de que qualquer discurso é “situado e marcado por uma rede complexa de relações” (MIGUEL e BIROLI, 2010). As notícias não partem de um vácuo que permitiria aos meios jornalísticos informar a realidade – a qual, quando no singular, ignora as diferenças que nos cerca – sem serem influenciados pela mesma. Para Stuart Hall se consideramos as notícias partindo de um vazio, podemos concluir também que estas conseguem facilmente reproduzir as intenções de seus produtores (HALL, 1982, pg.64).

A parcialidade, segundo Robert Hackett (1984), pode ser percebida na repetição de significantes, como temas e expressões de valor. Os estudos de Warren Breed (1955) sobre a redação e também o de Noam Chomsky e Edward Herman (1979) sobre a subordinação da imprensa livre ao imperialismo norte-americano nos apresentam exemplos de práticas de partidarismo midiático: ênfases em alguns fatos, omissão de temas embaraçosos para partidários, apresentação favorável de ações destes partidários, uso de rótulos para denominar alguns personagens e até mesmo o uso claro de mentiras. Nesta mesma perspectiva, Hackett (1984) conclui que a imparcialidade e a neutralidade atuam escondendo as pressuposições ideológicas existentes quando o jornal apresenta o problema de uma maneira específica definido e motivado como tal por causa daqueles que formam a notícia. Normalmente burocratas ou políticos do alto escalão se outorgaram esta tarefa, já que como Breed (1955) afirma os jornalistas não estão dispostos a sofrerem acusações de manipulação direta da notícia política. Como Hackett afirma essa adesão ao discurso da imparcialidade contribui para a eficácia da dissimulação do enquadramento ideológico utilizado pelo jornal. Neste sentido, é muito mais preciso conceitualmente falarmos de uma orientação estruturada do jornal ao invés de uma mera parcialidade jornalística.

A análise da cobertura jornalística brasileira se dá a partir de diferentes estratégias. Alessandra Aldé, Gabriel Mendes e Marcus Figueiredo (2007) analisando as coberturas de 2002 e de 2006, concluem que a parcialidade jornalística não é algo que deva ser louvado ou execrado, mas respeitado como uma forma democrática e plural de se dispor as informações ao público. O problema no Brasil, segundo os próprios autores, ocorre

porque este pluralismo se dá apenas formalmente (ALDÉ, MENDES, FIGUEIREDO, 2007, pg.84).<sup>9</sup>

Fernando Azevedo (2001), por sua vez, aludirá a Luhmann (1997) para apresentar a importância da mídia na política. Segundo o autor brasileiro aludindo ao teórico alemão, a mídia é a responsável por colocar temas, pautas e mesmo informações a disposição do cidadão para a construção da opinião pública (AZEVEDO, 2001, pg. 184).

Heloísa Bezerra (2005), por sua vez, em sua tese de doutorado propõe um enquadramento diferente na análise da cobertura midiática das eleições majoritárias: o adversarismo político. Baseada em diversas leituras, a autora aponta o antagonismo quanto à relação amigo-inimigo- o adversário tolerado pela perspectiva de ser aliado no futuro – em que os candidatos se combatem na disputa discursiva, em uma clara alusão a teoria de Carl Schmitt.

Após escolher o seu candidato a mídia se apropria do jogo discursivo e constrói sua narrativa sobre a dinâmica eleitoral, rompendo com a ideia de adversarismo e formulando um jogo político de eliminar da competição. “Esta narrativa encobre sua posição de sujeito interessado mesmo quando privilegia um competidor em detrimento de outro(s), pois foi construída a partir da disputa entre os grupos” (BEZERRA, 2005). A partir da utilização constante de afirmações de um candidato contra o outro e, mesmo não publicando a resposta do mesmo, é permitido ao jornal representar a situação e eximir-se do fardo de parcialidade aparente.

### **3. Os termos pejorativos**

Como notam Chomsky e Herman (1979), o partidarismo da mídia pode ser detectado no emprego de repetido de rótulos para designar personagens políticos. No presente trabalho damos ênfase ao uso de um tipo especial de rótulo: as expressões e termos pejorativos. O adjetivo pejorativo é entendido aqui a partir de sua origem latina na palavra, *pejoráre*, isto é, tornar pior; depreciar aquele que é alvo da expressão ou termo. Mas a etimologia não resolve tudo, pois resta ainda saber quais atributos da pessoa tais termos tentam "fazer parecer pior". Em um plano meramente especulativo, ou seja,

---

<sup>9</sup> Segundo os autores existem dois tipos de pluralismo da informação, o interno e o externo. O interno ocorre quando o periódico apresenta todas as versões e interpretações de uma mesma notícia; o externo ocorre quando há diversos jornais que realizam este mesmo trabalho de forma explícita (ALDÉ, MENDES, FIGUEIREDO, 2007)

hipotético, nos parece que tais termos e expressões tem dois objetos prediletos: o primeiro seriam competências específicas do personagem em questão, tais como capacidade cognitiva ou formação para desempenhar essa ou aquela tarefa, o segundo é a qualidade moral da pessoa em si, ou seja, sua capacidade de agir autonomamente, segundo suas próprias razões e sem estar submetido ao arbítrio de outrem -- a já conhecida autonomia moral kantiana, que, entre outras coisas, constitui a pedra fundamental do arcabouço moral e jurídico da democracia liberal contemporânea (KANT, 1964).

Desde já é possível notar uma tensão entre a prática que pretendemos estudar, os ideais de objetividade e imparcialidade jornalística dos quais falávamos há pouco, pois o insulto moral explícito dirigido a esse ou aquele personagem não parece combinar com um discurso jornalístico que quer parecer imparcial e objetivo. Como explicar esse aparente paradoxo? Se a mídia impressa brasileira agiu assim, então ela teria abandonado a defesa da objetividade e da imparcialidade? Houve viés nessa prática? Em caso afirmativo, quem foram os personagens mais atingidos e quem foi poupado? Quais foram os insultos mais praticados? Diferentes veículos tiveram comportamentos diversos nesse quesito? Essas são algumas questões que o trabalho que segue pretende iluminar.

A metodologia adotada no presente esforço é de natureza mista, quantitativa e qualitativa. Estamos interessados tanto em contar as instâncias de uso de expressões e termos pejorativos, para possibilitar a comparação e a avaliação da intensidade da prática, quanto interpretar o que foi dito. A análise qualitativa irá destacar trechos que os jornais apresentam termos que buscam prejudicar as campanhas dos candidatos, partidos ou pessoas relacionadas às campanhas, permitindo formar um panorama da orientação que os três jornais buscaram dar a campanha presidencial de 2010.

Ainda a título de proviso metodológico é importante dizer que dividimos os textos jornalísticos em dois tipos: reportagens e textos de opinião. Isso porque a retórica de apresentação do jornalismo moderno, com intuito de preservar a aparência de objetividade e imparcialidade, divide o espaço noticioso do jornal entre seções de opinião e de reportagem (BIROLI, 2007, p. 133-4).



A tal divisão justifica-se pois as reportagens seriam supostamente textos menos parciais, isto é, textos que seguiriam estritamente os preceitos que os jornais apresentam em seus códigos de ética. Já os textos de opinião, por sua vez, apresentariam a opinião da editoria do jornal ou de algum colunista ou convidado acerca do assunto. Assim, a título de hipótese secundária, esperamos que os textos opinativos utilizem termos pejorativos em maior número e de forma mais clara do que as reportagens.

Por fim, para tornar a análise mais clara, dividimos os trechos utilizados em dois grupos: termos pejorativos e expressões pejorativas. Isso é necessário pois ainda que o ato linguístico de denegrir a figura de alguém pode ser efetuado por meio de um amplo rol de recursos semânticos e estilísticos. Mesmo se nos atemos ao plano semântico, que é o caso aqui, é importante notar que algumas expressões e frases, a despeito de não conterem um termo explicitamente pejorativo, contém uma carga tão ou mais forte que xingamentos e imprecisões mais sintéticas, como aquelas efetuadas por um só termo.

#### **4. Textos de reportagem**

##### 4.1 Termos pejorativos comparados

Nessa seção mostramos os resultados da análise para o uso de expressões e termos pejorativos explícitos. Na seção seguinte examinaremos passagens de texto com tom pejorativo mas que não usam expressões explícitas. Essa divisão do trabalho tem por objetivo dar mais clareza aos resultados. Há várias maneiras de se dizer algo, inclusive algo contundente, cujo intuito é desvalorizar o objeto do comentário. Essas maneiras vão desde o impropério puro e simples ao uso de expressões mais alusivas e metafóricas, ao emprego de passagens inteiras em que o insulto é construído por meio de uma retórica mais complexa.

No caso das reportagens, diferentes políticos e partidos foram alvos de termos depreciativos. Dilma foi o principal alvo de ataques por meio de termos injuriosos nos textos das reportagens: 225 vezes (60 em O Globo, 68 no Estadão e 104 na FSP). Já seu principal contendor, José Serra foi objeto desse tipo de tratamento aproximadamente metade das vezes, isto é, em 129 matérias (31 vezes em O Globo, 37 no Estadão e 61 na FSP). Em seguida, Lula, recebeu foi alvo em intensidade muito próxima a Serra: 120 vezes (23 em O Globo, 39 na FSP e 58 no Estadão). Outro político que recebeu atenção midiática foi Índio da Costa, candidato a vice-presidente na chapa de José Serra, por um

breve período após críticas contundentes que fez aos adversários, por isso é foco de 14 matérias (quatro no Estadão, cinco na FSP, cinco em O Globo).

No tocante aos partidos políticos, uma assimetria ainda mais acentuada se verifica. O PT e o governo foram alvo de 155 desses comentários pejorativos (33 em O Globo, 50 no Estadão e 72 na FSP), enquanto o PSDB foi tratado assim somente 23 vezes (sete em O Globo, oito no FSP e oito no Estadão).

Tabela 01

	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>Folha de São Paulo</b>	<b>O Globo</b>	<b>Total</b>
Candidatos				
<b>Dilma Rousseff</b>	68	104	60	232
<b>José Serra</b>	37	61	31	129
<b>Índio da Costa</b>	4	5	5	14
Personalidades políticas				
<b>Lula</b>	58	39	23	120
Partidos				
<b>PT</b>	50	72	45	167
<b>PSDB</b>	8	8	7	23
Outros				
<b>Total</b>	225	289	171	685

Fonte: Elaboração própria.

A análise mostra que os termos pejorativos surgem em maior quantidade na forma de declarações de partidários nas reportagens, isto é, de pessoas envolvidas na na competição eleitoral – independente se participam diretamente, como é o caso de senadores e deputados do PT e PSDB, ou não. Isto é, o repórter não "vocaliza" diretamente o insulto, mas abre o texto para uma citação direta de alguma fonte que o faz. Chamamos isso de "voz direta". A tabela seguinte mostra a quantidade de vezes diretas com termos pejorativos encontradas em reportagens, segundo o objeto.

Tabela 02

	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>Folha de São Paulo</b>	<b>O Globo</b>	<b>Total</b>
<b>Dilma Rousseff</b>	46	80	25	151
<b>José Serra</b>	31	50	20	101
<b>Índio da Costa</b>	4	5	3	12
<b>Lula</b>	35	24	8	67
<b>PT</b>	34	63	21	118
<b>PSDB</b>	8	6	7	21
<b>Governo</b>	0	0	9	9
<b>Total</b>	158	228	93	479

Fonte: Elaboração própria.

Mas os ataques à Dilma não se restringiram à instâncias de voz direta. Os próprios repórteres por vezes não se furtaram fazer comentários dessa natureza. A suposta inexperiência da candidata foi a temática mais recorrente. Os repórteres a acusaram de se “esconder” (Luiza Damé, O Globo, 05/07) atrás de Lula por causa de sua “inexperiência” (Gerson Camarotti, O Globo, 06/07). Essas supostas características foram tão reforçadas que após sua chegada ao Planalto, Dilma deveria provar que se conseguiria governar sem Lula que a “inventou como candidata” (Gustavo Alves, O Globo, 03/10).

Muitas vezes os "críticos", a quem é dada a voz direta, são figuras importantes na própria disputa. Serra é o principal crítico com afirmações sobre a candidata estar “perto da inexistência política” (Italo Nogueira, FSP, 11/09), que é “cachorrinho” (Estadão, 08/07) ou que faz “jogo sujo” (Silvia Amorim, O Globo, 26/10) com aparelhamento do Estado para ganhar eleições.

Índio da Costa também foi muito "ouvido", e afirmou, segundo o texto jornalístico, que Dilma é “esfinge do pau oco” (O Globo, 22/07) e “ateia” (Plínio Fraga, FSP, 02/10). Já o presidente do PSDB, Sérgio Guerra, a acusou de “usurpar” (Leila Suwvan, O Globo, 20/08) as conquistas do governo de Lula, declarando em outro texto que, já que Dilma “não tem biografia, tem de se apoiar no padrinho” (Ana Paula Scinocca, Estadão, 18/10). Até mesmo a esposa de José Serra, Monica Serra, teve destaque nos ataques ao afirmar, em relação a questão do aborto, que Dilma “é a favor da morte de criancinhas” (FSP, 11/10)

A candidata também é alvo de críticas por sua personalidade e pelo “temperamento até bem pouco tempo atrás explosivo” (O Globo, 04/08). Repetidas vezes dizem que “reage com ironia” (Flávio Freire, O Globo, 05/08) ou “irritada” (Chico Otavio, O Globo, 08/08) a perguntas realizadas por repórteres. Também declaram que tais características deram lugar a uma aparente personalidade mais branda do que seu comportamento frente à Casa Civil, em uma alusão clara à suposta manipulação da imagem da candidata com fins eleitorais.

Outro personagem fundamental dessa eleição foi Lula, os comentários depreciativos dos jornalistas concentraram-se na sua atuação na campanha. Ele foi acusado de estar

“desafiando” (Luiza Damé, O Globo, 14/07) e “desrespeitando” (Sérgio Roxo, O Globo, 27/07) a Justiça Eleitoral por “abusar do poder” (FSP, 15/07). Também foi dito que o seu “discurso” era “político agressivo” (O Globo, 31/07), já que usou “tom duro” (Cristiane Jungblut, O Globo, 08/09) contra os adversários.

Como no caso de Dilma, grande parte dos termos pejorativos provém da boca de membros da oposição. A partir do o escândalo na Receita Federal, em setembro, Guerra declara que “Lula tem discurso mentiroso” (O Globo, 09/09) e FHC afirma que era “líder de facção” (Breno Costa, FSP, 15/09). Serra compara como os dois lidam com a oposição, ao afirmar que não os trata como “inimigo a ser destruído” (Hélio Araujo, FSP, 24/10).

Serra é tratado pejorativamente principalmente pela forma de lidar com os outros, usualmente são utilizados adjetivos para caracterizar tal comportamento, como por exemplo, a forma “rípida” (Ilimar Franco, O Globo, 15/07) que critica sua própria equipe, ou “irritado” (Breno Costa, FSP, 16/09) por notícias nos jornais criticando o seu segundo programa de governo. Sua relação com os repórteres são tema de matérias que retratam o “diálogo rípido” (O Globo, 16/09) que o candidato teve por causa de perguntas que não o satisfizeram.

As críticas a Serra são principalmente provenientes de adversários políticos, como ocorreu com Dilma e Lula. Como o fato de que o peessedebista “mente” (O Globo, 21/07) sobre suas realizações como ministro no governo de Fernando Henrique Cardoso. A questão de seu temperamento reapareceu também nas críticas de petistas, que o classificam como “troglodita” (Catia Seabra, FSP, 30/07), “presunçoso” (Estadão, 08/07) ou “destemperado” (Nelson Vasconcelos, O Globo, 24/07). Lula e Dilma também o criticaram diretamente por representar a “direita mais raivosa” (FSP, 29/09) e usar “calúnias e levandades” (Bernardo Franco, FSP, 02/09) para influenciar no rumo da disputa eleitoral.

O candidato a vice-presidente Índio da Costa recebeu destaque por declarações e acusações contra o PT e Dilma. Nos jornais, foi criticado pelo seu “destempero” (Elio Gaspari, O Globo, 25/07) por suas afirmações de que o PT tinha ligações com as FARC e que Dilma era “esfinge do pau oco” (Bernardo Franco, FSP, 18/07) como mencionado

anteriormente. Os jornais também realizam diversos trocadilhos com seu nome, como “aborígene de Serra” (O Globo, 21/08).

O presidente do PT, José Eduardo Dutra, foi o principal defensor de seu partido classificando Índio de “candidato improvisado” e “despreparado” (Cristiane Jungblut, O Globo, 19/07), já Paulo Bernardo, então ministro do Planejamento, o chamou de “idiota” (FSP, 20/07).

Ao PSDB o espaço reservado a comentários pejorativos contém exclusivamente declarações de adversários e nenhum comentário de repórter. Marina da Silva criticou o partido conjuntamente ao PT ao considerar que o que estão realizando é “um plebiscito da baixaria” (Sérgio Roxo, O Globo, 29/07). Já Chico Alencar, do PSOL, também aparece criticando os dois partidos ao afirmar que “é o roto falando do esfarrapado” (Ilimar Franco, O Globo, 02/09).

As críticas contra o PSDB focaram em sua atuação na campanha, como quando Dilma comparou os anos na oposição com a postura agora adotada e declarou que o partido “quer ser lobo em pele de cordeiro” (Maria Lima, O Globo, 29/07). Lula foi um dos maiores críticos acusando a oposição de realizar “baixarias” (Gerson Camarotti, O Globo, 09/09) e de ser uma “elite rabugenta” (Leôncio Nossa, Estadão, 17/09).

A temática mais recorrente foi que a possibilidade de continuidade do governo petista representava um risco à democracia, já que o partido tem um “projeto antidemocrático de poder” (O Globo, 09/07) que leva a uma “escalada autoritária” (O Globo, 11/07), essa visão dos jornalistas é apoiado pelo candidato a vice-presidente índio ao afirmar que o governo continuaria nas “garras do PT” (FSP, 22/07).

Com a discussão sobre o aborto, alguns bispos distribuíram panfletos declarando que as políticas do partido são “decretos preparatórios para um regime ditatorial” (Maria Lima, O Globo, 08/10) e que a forma de fazer política petista baseia-se na “demagogia para ganhar voto, [pois] já é a ditadura que está no horizonte” (Adriana Vasconcelos, O Globo, 08/10), e que “o PT é o partido da morte” (Andréa Michael, FSP, 24/10).

Como ocorreu nos casos anteriores, os termos pejorativos apareceram principalmente através de declarações dos opositores do Partido dos Trabalhadores. Serra criticou recorrentemente o partido, seja acusando-o de atentar contra a liberdade de expressão,

“vivem querendo coagir a liberdade de imprensa no Brasil” (Cristiane Hungblut, O Globo, 26/08) ou dizendo que seu governo, “tem características de ocupação militar” (Fábio Vasconcellos, O Globo, 28/08). Já o presidente do partido, Sérgio Guerra, afirmou que o PT faz “guerrilha da mentira” (Julia Duailibi, Estadão, 28/07) e o deputado Jutahy Junior afirma que o partido pratica "coronelismo eletrônico messiânico." (Luciana Leal, Estadão, 19/08),

O governo é alvo principalmente de críticas sobre o seu desempenho, considerado “pífio” (Cristiane Jungblut, O Globo, 14/08) em certas áreas e “incompetente” (O Globo, 13/08), e sobretudo por ser supostamente aparelhado pelo PT. Peessedebistas criticaram em diferentes momentos, principalmente por causa do ‘Fiscogate’ (como foi denominado pelos jornais), após a quebra de sigilo a pessoas ligadas ao partido. As críticas principais foram de que a Receita Federal não agiu com rapidez suficiente e de que a “leveza da punição são perturbadoras” (Míriam Leitão, O Globo, 10/07). Esse caso também levou a críticas sobre o governo “recorrer a factoides” (Silvia Amorim, O Globo, 11/08) para justificar os acontecimentos.

## 2. Expressões pejorativas em geral

Essa seção tem o objetivo de analisar as passagens nas quais os candidatos e partidos são atacados através de frases e parágrafos que não utilizam palavras depreciativas como as examinadas acima, mas que têm um efeito em tudo similar: o rebaixamento moral do objeto de ataque. Tratam de temas próximos aos discutidos anteriormente, porém com maior sofisticação retórica. Dilma aparece em 141 reportagens (22 vezes em O Globo, 25 na FSP e 94 no Estadão), enquanto Serra aparece 63 vezes (7 vezes em O Globo, 13 na FSP e 43 no Estadão). Ou seja, nesse quesito as referências negativas a Serra sequer perfazem metade das de Dilma. Já Lula ultrapassa Serra, sendo foco de passagens pejorativas em 71 matérias (12 vezes na FSP, 13 em O Globo e 46 no Estadão). O PT foi objeto de 76 matérias de conteúdo depreciativo (9 vezes em O Globo, 13 na FSP e 54 no Estadão), enquanto não há nenhuma crítica ao PSDB.

Tabela 03

	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>Folha de São Paulo</b>	<b>O Globo</b>	<b>Total</b>
<b>Dilma Rousseff</b>	94	25	22	141
<b>José Serra</b>	43	13	7	63
<b>Lula</b>	46	12	13	71
<b>PT</b>	54	13	9	76

<b>Total</b>	237	63	51	351
--------------	-----	----	----	-----

Fonte: Elaboração própria.

Como foi percebido no caso dos termos, nas expressões também ocorre o maior uso de vozes diretas.

Tabela 04

	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>Folha de São Paulo</b>	<b>O Globo</b>	<b>Total</b>
<b>Dilma Rousseff</b>	53	21	10	84
<b>José Serra</b>	33	6	4	43
<b>Lula</b>	21	0	4	25
<b>PT</b>	31	0	8	39
<b>Total</b>	138	27	26	191

Fonte: Elaboração própria.

Como no caso anterior das expressões, a inexperiência foi um tema recorrente novamente. Por exemplo, se firma que a “novata em eleição, deve seu sucesso a fatores externos a ela: o presidente Lula, o momento econômico e a eficiência dos seus marqueteiros” (O Globo, 31/08), logo em seguida relembra que essa é a primeira eleição de Dilma. Assim, não só faz pouco das qualidades da candidata, como questiona sua autonomia moral e, claro, sua experiência.

Serra e os aliados defendem que “a candidata petista foi forjada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva e não tem experiência nem capacidade para enfrentar o confronto aberto de ideias e programas” (Gerson Camarotti, O Globo, 03/07). Uma acusação constantemente utilizada é de que Dilma não tem pensamentos próprios, como quando Serra alega que “Não saio de manhã e o marqueteiro me diz ‘hoje você fala mal do MST, hoje você fala bem do MST’. Ou então: ‘hoje você defende juro siderais, amanhã você defende redução de juro’” (Maurício Simionato, FSP, 08/07). Índio reforça essa ideia (Estadão, 11/07):

*“Se é experiente, porque ela não abre a boca, então? Porque não debate, não participa? A Dilma é um boneco. É uma candidata que vai ficar calada até o final. Ela não está com coragem de participar de nenhum debate porque não tem consistência. Até hoje ela não apareceu em nenhum debate com Serra e, pelo que estão dizendo na campanha do PT, não aparecerá.”*

Serra recebe um número menor de referências pejorativas, como indicado acima, e a maioria são declarações de petistas. Exceção feita à crítica recebida do jornalista Jorge Bastos Moreno (O Globo, 405) por fazer aliança com o DEM e ao mesmo tempo ter relações conflituosas com o presidente do partido:

*“É totalmente esquisito um candidato à Presidência da República ter uma aliança com um partido e ser rompido com o presidente desse partido. Em se tratando de Serra, isso é possível porque isso é Serra. ‘Nada que vem de Serra é esquisito, além dele mesmo’, costumava brincar o ex-presidente FH.”*

Lula, como no caso dos termos, é criticado pelos opositores e pelos repórteres, principalmente por causa de sua atuação na campanha. Outra temática que aparece é sua relação com a mídia e com adversários. O senador Tasso Jereissati, por exemplo, comparou a forma de Lula atuar a forma de líderes históricos totalitários: “O problema é que quando se joga essa popularidade num regime fascista, e a favor de extirpar qualquer tipo de oposição... Aí temos a república sindicalista chavista-lulista no Brasil” (Isabela Martin, O Globo, 16/09).

Uma crítica recorrente na cobertura é a de que Lula não agiu como presidente, mas sim como cabo eleitoral: “Não temeu alguma reprimenda do TSE, pois sabe com quem está lidando. Abandonou a rotina administrativa e concentrou-se na campanha. Desferiu ataques aos adversários como se fosse um líder partidário e não um chefe de Estado.” (FSP, 13/10).

Os tucanos são os principais críticos do PT com voz direta nas páginas dos jornais. Ao comentar escândalos como o Eunicegate e o Fiscogate, termos em si criados pela mídia, Serra afirmou que: “PT é responsável pela corrupção e ineficiência dentro de estatais e agências reguladoras” (Flávio Freire, O Globo, 24/07). O aliado Jutahy Júnior (DEM-BA) critica o suposto uso da máquina estatal para favorecer a Dilma: “Estamos enfrentando a maior orgia publicitária, em que o governo usa sua estrutura, o dinheiro do contribuinte e dos acionistas das estatais, para fazer campanha para o PT” (Estadão, 03/07).

A associação entre o PT e o governo totalitário é constante, como no caso do comentário feito por Serra quando foi atingido por uma bolinha de papel, evento que não mereceu um rótulo pejorativo na grande mídia: “Isso é organizado por profissionais



da mentira e da violência. Eles fazem isso no piloto automático. É uma tropa de choque que lembra as tropas de assalto dos nazistas. Um comportamento muito típico de movimentos fascistas.” (Fabio Brisolla, O Globo, 21/10). Também em outro momento, Serra (Estadão, 07/09) afirma:

*“Com isso pode fazer ladroagem, violência, afrontar direitos individuais, porque a moral que vale é a do partido - a essência do bolchevismo e do fascismo. O bolchevismo pelo menos tinha a utopia da igualdade. (...) o estilo e as características de atuação do PT convivem com a democracia, mas não convivem bem, convivem com desconforto. Porque, no fundo da alma e às vezes até na superfície, os petistas não são democratas.”*

## 5. Textos opinativos

### 5.1 Expressões pejorativas comparadas

No caso dos artigos de opinião, termos diferentes são utilizados de formas diferenciadas para candidatos, partidos ou mesmo agregados distintos. Os focos principais nos textos opinativos foram Dilma e Lula. Dilma é citada de maneira pejorativa em vinte e três matérias (cinco vezes em O Globo, seis no Estadão e doze na Folha de São Paulo). Já Lula é tratado dessa forma onze vezes (duas na FSP, três em O Globo, e seis no Estadão). E, por fim, José Serra que é tratado de tal forma duas vezes na FSP.

Tabela 05

	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>Folha de São Paulo</b>	<b>O Globo</b>	<b>Total</b>
<b>Dilma Rousseff</b>	6	12	5	23
<b>José Serra</b>	0	2	0	2
<b>Lula</b>	6	2	3	11
<b>Total</b>	12	16	8	36

Fonte: Elaboração própria.

Os dois únicos trechos em que Serra é tratado pejorativamente ocorrem em matérias opinativas no jornal FSP. Ainda assim, nesses mesmos textos Dilma também é criticada. Primeiro, a aparência do candidato é criticada juntamente à de Dilma e à de Chávez. O texto propõe uma enquete nos seguintes termos: “qual o monstrengo mais feio e nocivo” (13/07). E no final da campanha, após criticar as promessas de campanha de Serra e

seus ataques contra a petista, o jornalista Fernando de Barros Silva (27/09) afirma que ele é o avesso da Dilma, pois ambos usam uma máscara, mas não se sabe qual o rosto anterior dela, enquanto o dele é conhecido.

Os termos negativos contra Dilma ainda seriam utilizados dezesseis vezes na cobertura desses três jornais. O foco principal recai sobre sua suposta inexperiência, o que a faria ser controlada pelo PT e, principalmente, por Lula. Por isso taxam-na de personagem de “ficção” (Fernando de Barros e Silva, FSP, 27/09), “fantoche” (Gaudêncio Torquato, Estadão, 18/07), “fantasia” (Dora Kramer, Estadão, 25/08), “manequim” (Fernando Henrique Cardoso, Estadão, 01/08), ”poste” (Ancelmo Gois, O Globo, 07/08), “inventada” (Rolf Kuntz, Estadão, 08/07) e outros adjetivos. Desses os que foram utilizados mais de uma vez foram ”poste” e ”fantoche”, expressões com alto teor pejorativo que denotam falta de projeto próprio ou falta de autonomia moral propriamente dita.

Além de insistir na influência de Lula sobre a candidata, a cobertura sugere que um eventual governo Dilma seria como o terceiro mandato dele. É recorrente a ideia de que a campanha dela foi um ‘capricho’, já que ela é uma candidata “tirada da cartola” (Merval Pereira, O Globo, 22/10). Ela é apresentada como a alternativa de Lula frente a impossibilidade de conseguir a mudança constitucional para mais um mandato. Dilma seria então seu “pseudônimo eleitoral” (Demétrio Magnoli, Estadão, 02/09) ou uma ‘candidata postiça’. A suposta falta de personalidade de Dilma é afirmada tão repetidamente que a jornalista Eliane Cantanhêde (FSP, 10/09) se permite escrever ”Lula, ops!, Dilma” ao discutir política externa.

Dilma não é só considerada inexperiente e controlada por outrem, como também despreparada para ocupar o cargo, por que não tem habilidade para ser política. Assim é chamada de “robô” (Fernando de Barros e Silva, FSP, 02/10), e de ser “absolutamente desprovida de magnetismo e propensão ao diálogo” (Guilherme Fiuza, O Globo, 04/09). Jornais como a Folha (17/10) e O Globo (31/10) utilizam o termo ‘neófito’ para descrevê-la, enquanto relembram que ela nunca ‘pediu por um voto’.

Importante realçar como Lula tem tanto espaço nos artigos opinativos quanto a candidata de seu partido. O motivo principal é por sua atuação durante a campanha, sobre a qual ele “pairava” (O Globo, 13/08) com sua influência. As críticas o

consideravam um “ativo e poderoso cabo eleitoral” (FSP, 16/07) e “boneco de corda, repetindo: Dilma, Dilma, Dilma” (FSP, 22/07). Se a visão sobre sua atuação é negativa, não é surpresa que os jornalistas considerem a definição de Dilma como candidata um simples ”dedazo” (Roberto Freire, FSP, 25/08), o qual foi aceito após “um ato de vontade imperial” (Estadão, 15/07) de Lula para viabilizar sua ”sexta campanha” (Pedro Malan, Estadão, 12/09).

Em três diferentes matérias no Estadão, a articulista Dora Kramer trata do então presidente. A atitude de Lula foi definida como “ausente de escrúpulos” (11/07) e marcada por uma “obsessão por unanimidade” (15/09). Ele foi acusado de “distorcer a realidade” e de planejar “atuar como presidente” (08/09). Um dos motivos constantemente citados para justificar tal leitura seria o fato de ele estar “inebriado” (O Globo, 21/09) com sua popularidade, supondo assim que a maioria o apoiaria. Marco Antonio Villa (O Globo, 13/07) declara ser irônico que o então presidente tivesse o apoio dos intelectuais, já que ele sempre ”desdenhou do conhecimento, da leitura e reflexão”.

## 5.2 Termos pejorativos em geral

Estes termos tratam, em sua totalidade, de temas próximos aos discutidos anteriormente, porém com maior sofisticação retórica. Sobre Dilma há vinte e cinco matérias opinativas dessa natureza (cinco em O Globo, oito no Estadão e doze na FSP), já Lula é foco de críticas em oito matérias (três no FSP e cinco no Estadão). O PT foi objeto de seis matérias opinativas de conteúdo depreciativo (uma vez em O Globo, uma da FSP e quatro do Estadão).

Tabela 06

	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>Folha de São Paulo</b>	<b>O Globo</b>	<b>Total</b>
<b>Dilma Rousseff</b>	8	12	5	25
<b>Lula</b>	5	3	0	8
<b>PT</b>	4	1	1	6
<b>Total</b>	17	16	6	39

Fonte: Elaboração própria.

As mudanças de aparência de Dilma foram tratadas novamente com ironia. Textos do Estadão e da FSP perguntam quem ela realmente é. Nas matérias se afirma que ”rejuvenesceu, coloriu os cabelos, maquiou o rosto, trocou o guarda-roupa” (Eliane

Cantanhêde, FSP, 20/08) ou “maquiada, penteada e produzida pelo comando de sua campanha, ainda não mostrou a verdadeira face” (Carlos Alberto Di Franco, Estadão, 26/07). As passagens denotam falta de autenticidade da candidata e/ou a impropriedade moral da produção visual do candidato em suas aparições públicas. Tais comparações não são realizadas com os outros candidatos, José Serra e Marina Silva.

No primeiro dia da campanha eleitoral, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso dá o tom em artigo publicado em 04/07:

*”A encenação para a eleição de outubro já está pronta. Como numa fábula, a candidata do governo, bem penteada e rosada, quase uma princesinha nórdica, dirá tudo o que se espera que diga, especialmente o que o “mercado” e os parceiros internacionais querem ouvir.”*

Em suma, a cobertura dos três jornais se esforça por relacionar as mudanças físicas da candidata à sua personalidade, sempre de forma negativa.

O tom das passagens às vezes foi bem mais abertamente pejorativo, como em artigo de Fernando de Barros e Silva para a FSP (11/09):

*”A pequena Dilma está sentada na sua cadeirinha, os pezinhos soltos no ar, no banco traseiro do carrão de Lula. Supomos que o carrão seja de Lula (só pode ser), uma vez que no banco da frente tudo o que conseguimos divisar são dois vultos engravatados, atrás do vidro escurecido pelo insufilm”.*

No trecho acima ressoam os argumentos de inexperiência relacionada ao suposto controle de Lula e do PT. A imagem da criança sendo guiada dá o fecho na imagem de incapacidade moral imputada à candidata – crianças, não são maduras para fazer escolhas e se responsabilizarem por elas, assim, precisam ser tutoradas. Demétrio Magnoli (Estadão, 08/07) chega a criar uma estória para explicar o processo da escolha de Dilma, de modo francamente depreciativo: “Vai ficar um vazio nessa cédula e, para que esse vazio seja preenchido, eu mudei de nome e vou colocar Dilma lá na cédula”, explicou Lula, cuja estratégia não é definida por marqueteiros. Segundo FHC (01/08) a vitória de Dilma se deveria totalmente a Lula, já que ela não teria o que é necessário, como afirmado anteriormente, afinal

*‘falta história nacional, falta clareza nas posições; dá a impressão de que a palavra saiu de um manequim que não tem opiniões fortes sobre os temas e diz, meio desajeitadamente, o que os auditórios querem ouvir.’*

No próprio Estadão, Carlos Alberto Di Franco (26/07) afirma que ela é “sem o carisma, sem a habilidade, sem o domínio das bases e sem a ginga do criador”.

Atribuindo a imagem de falsidade à candidata petista, Guilherme Fiuza (O Globo, 07/08) afirma que Dilma se utiliza do fato de que é mulher e teve câncer como estratégia para conseguir votos. Segundo esse articulista:

*“Melhor que isso, só se Dilma fosse negra, pobre e analfabeta. Aí seria realmente imbatível na sucessão do operário nordestino mutilado, que instituiu o mito dos coitados no poder. Ela ainda não foi vista chorando a quatro olhos com Lula, mas isso é questão de tempo”*

Além do tom que mistura ódio e crueldade, Fiuza ao mesmo tempo desmerece a motivação do eleitorado e a história pessoal de Lula e Dilma. Kramer afirma igualmente que Dilma “anda pelas pernas e fala pela voz de Lula” (Dora Kramer, Estadão, 09/07), que como já vimos é a repetição de um bordão da cobertura eleitoral dos grandes jornais em 2010.

Dilma é tratada de várias maneiras depreciativas, mas a principal expressa a ideia de que Lula é seu criador e ela a criatura. Dezesesseis textos opinativos publicados no período da campanha utilizam essa imagem, sendo três no Estadão, quatro no O Globo e dez na FSP. Podemos ler em um texto sobre o horário eleitoral a seguinte passagem: “Nem sobrevoos do território nacional, no estilo super-heróis, para unir o criador Lula e sua criatura Dilma, filmados nos dois extremos do país” (O Globo, 19/08). Ademais, tal imagem aparece de maneira quase gratuita, pois o foco do texto não era sobre a relação entre o então presidente e a candidata.

Lula é objeto de oito passagens pejorativas. Seu governo é rotulado pela expressão “lulismo”. Enquanto o termo era discutido por especialistas para os jornais seu significado já estava decidido. Ele corresponde à “’maria-mole moral’ em que o País atolou” e “mina os fundamentos das instituições democráticas” (Estadão, 07/09). O

termo foi utilizado em seis matérias, todas com a mesma visão negativa e pejorativa do “lulismo”.

E isso supostamente se deve à personalidade de Lula que, “inebriado pelo sucesso, deixa à mostra sua grande fera: a obsessão pela unanimidade que se traduz em vocação para o totalitarismo” (Dora Kramer, Estadão, 15/09). Também o chamam de “Sua Excelência” e complementam o impropério dizendo que “se imagina pairando acima do bem e do mal, sem a menor preocupação de manter um mínimo de coerência com sua própria história política e um mínimo de respeito pelo decoro exigido pelo cargo para o qual foi eleito” (Estadão, 14/09).

Lula também é acusado nos textos opinativos de “tripudiar os adversários” (Eliane Cantanhêde, FSP, 08/10) e destruir a “individualidade e a criatividade de seus companheiros de partido” (FSP, 10/09). Dora Kramer dá o tom ao apresentar uma lista de vícios de Lula nas páginas do Estadão (21/09):

*‘Falar todos os dias para registro dos meios de comunicação; dizer o que cada público gosta de ouvir sem compromisso com a coerência ou realidade; não enfrentar contenciosos; agradar malfeitores que poderiam ameaçá-lo; distribuir benesses sem pensar nas consequências; passar por cima de tudo, inclusive da lei; aniquilar o que ou quem lhe possa fazer sombra, nunca valorizar atributos que não sejam os próprios e jamais firmar pacto eterno com a verdade.’*

Tal trecho agrega as opiniões negativas expressas nos três grandes jornais acerca de Luiz Inácio Lula da Silva. Acusam-no de falastrão, falso e dissimulado, covarde, pusilânime, irresponsável, velhaco, invejoso, vaidoso e mentiroso.

O Partido dos Trabalhadores, por seu turno, é questionado recorrentemente sobre a sua ética e estrutura partidária. Dizem que ele é imbuído da “ética da luta sindical: contra eles, não pode, é escândalo; contra os outros, sempre pode tudo” (Eliane Cantanhêde, FSP, 13/08). Sobre o governo petista, um texto afirma que é “uma organização criptostanilista nos modos e na estrutura” (Fernando Rodrigues, FSP, 08/09) que “solapa as instituições do país” (Merval Pereira, O Globo, 15/09).

Em artigo para o Estadão, FHC (04/07) se utiliza do caso histórico do PRI no México para exemplificar o que estaria ocorrendo nas eleições com a liderança petista:

*“No México do PRI, cujo domínio durou décadas, o presidente apontava sozinho o candidato a suceder-lhe, num processo vedado ao olhar e às influências da opinião pública. No entanto, quando a escolha era revelada ao público - "el destape del tapado" -, o escolhido via-se obrigado a dizer o que pensava. Aqui, o "dedazo" de Lula apontou a candidata. Só que ela não pode dizer o que pensa para não pôr em risco a eleição. Estamos diante de uma personagem a ser moldada pelos marqueteiros. Antigamente, no linguajar que já foi da candidata, se chamava isso de "alienação".*

Outra referência ao caso mexicano é feita por Demétrio Magnoli (Estadão, 16/09), emprestando a terminologia de FHC:

*‘No Brasil do lulismo, ao contrário, o centro de poder corporifica-se na figura carismática de Lula - que, com o dedazo, pretende perpetuar essa sua condição [...] O registro da "mexicanização" permite, ao menos, identificar as perguntas certas. É tudo o que se quer de um paralelo’.*

Em outro artigo opinativo do Estadão (24/08) que trata da possibilidade de um PRI brasileiro:

*“Desenha-se, enfim, um cenário sombrio em que a política se limitaria aos jogos de poder, com os sórdidos lances habituais, dentro da coalizão hegemônica. Estarão criadas as condições para o surgimento de uma versão brasileira - com duas faces, a do PT e a do PMDB - da "ditadura perfeita" vivida pelo México décadas a fio sob o controle do PRI, o Partido Revolucionário Institucional.”*

## **6. Comparando os tipos de texto**

Partindo das características diferenciais entre reportagens e artigos de opiniões apontadas anteriormente, é preciso compreender como o discurso de cada uma das seções é construído.

A comparação entre os resultados evidenciados nas tabelas 01, 03, 05 e 06, tanto no caso de expressões, quanto no caso de termos, mostra que as classificações pejorativas tiveram os petistas como alvo prioritário. Em termos de proporções, no caso das reportagens, 75.76% das expressões pejorativas foram destinadas ao PT e partidários, já

em termos pejorativos esta porcentagem foi ainda mais alta, 82.05%. Nos textos opinativos, Lula e Dilma são objeto de 94,4% das expressões pejorativas, ao passo que o PT angariou 100% de referências dessa natureza no quesito partido político.

Nos dois casos, há uma fórmula de construção do fato noticiado, diferenciada, entre eles pelo viés utilizado. No caso das reportagens, é perceptível a utilização das vozes diretas em 69.9% das vezes nas quais aparecem palavras e termos pejorativos, o que reforça a ideia de que a cobertura é imparcial, já que utilizam frases da oposição para prejudicar a candidatura de Dilma, permitindo que a participação do interlocutor acabe dizendo aquilo que o repórter pensa sem prejudicar a ideia de transmissão de objetividade por parte da notícia e conseqüentemente do jornal (TUCHMAN, 1971). Esta tática jornalista justifica a necessidade de observar-se quantitativamente como o espaço nos jornais é distribuído entre os dois lados, pois dessa maneira conseguimos revelar viés contra algum candidato, partido ou posição política.

Percebemos na análise dos artigos opinativos, por sua vez, que o uso da voz direta de terceiros não é a ferramenta principal utilizada, visto que esse espaço é considerado livre para os jornalistas e contribuidores darem suas opiniões explicitamente. É importante ressaltar que os jornais escolhem personalidades políticas como Fernando Henrique Cardoso, os quais têm visões próximas das pregadas pelo PSDB, enquanto esse espaço não é destinado a pessoas ideologicamente próximas do PT.

## **7. Comparando os jornais**

A cobertura jornalística dos três jornais analisados tem características próximas quando se tratam da utilização dos termos pejorativos: os mesmos alvos e a mesma intensa utilização da voz direta.

No caso das expressões, Dilma e o seu partido representam 78.2% das matérias no Estadão, 74.4% na FSP e 74.8% em O Globo - números impressionantemente próximos. Isso demonstra que grande maioria das notícias é centrada em críticas à campanha



petista. Entre essas matérias há maior diversificação, já que Dilma é o centro em 38.6% no Estadão, 48.3% na FSP e 46.8% em O Globo, já José Serra representa 75.5% no Estadão, 82.4% e 72.1% em O Globo referentes as notícias envolvendo o PSDB. Como pode ser visto, há diferentes acusações contra pessoas ligadas ao PT, principalmente contra o então presidente Lula, enquanto no PSDB a única pessoa que sofreu retaliações pontuais foi Índio da Costa por suas declarações polêmicas contra o adversário. No caso dos termos, é possível perceber a mesma tendência. O foco foram os petistas, 81.85% no Estadão, 79.3% na FSP e 86.2% em O Globo. Quando se trata do foco das matérias, somente Serra é tratado nesta seção no caso das matérias relativas ao seu partido, já Dilma é central 48.4% no Estadão e 50% na FSP e em O Globo referente as matéria sobre o partido petista..

A maioria desses ataques foi através de declarações de outros, principalmente de adversários políticos. Como dito anteriormente, representam 69.9% do total de casos onde houve expressões ou termos pejorativos. No caso das expressões, os ataques direcionados a Dilma e seus partidários foram 72.8% no Estadão, 73.2% na Folha e 67.7% em O Globo. Já nos termos se tem 76.1% no Estadão, 77.7% na FSP e 84.6%. Esses números demonstram como a voz direta foi usada em grande quantidade.

## **8. Conclusão**

A utilização de termos pejorativos funcionou como um instrumento de intervenção política dos grandes jornais nas eleições presidenciais de 2010. Os textos contém críticas aos dois principais candidatos, mas na comparação numérica os ataques à Dilma são em média o dobro daqueles desfechados contra Serra. Lula recebeu tantos ataques pejorativos como o próprio Serra e o PT foi alvo único de numerosos comentários aleivosos durante a campanha, enquanto o PSDB foi quase que inteiramente poupado de tais ataques. Para bem avaliar essa diferença, devemos levar em conta de que o governo do Estado de São Paulo, ocupado há vinte anos pelo PSDB, também estava sendo disputado na eleição, de que José Serra tinha sido governador do Estado e de que dois dos grandes jornais, Folha e Estadão, são de São Paulo. Ou seja, a falta de disposição para criticar o partido no poder do estado não se refletiu no plano nacional, o que denota um viés político forte da cobertura.

Os ataques à Dilma, Lula e ao PT também foram comparativamente mais ferinos. Enquanto o temperamento do candidato do PSDB foi o principal objeto de crítica, Dilma foi atacada em sua capacidade moral, além de receber insultos referentes a sua personalidade. Dilma é diversas vezes chamada de inexperiente, manipulável e corrupta. Lula, por seu turno, é considerado totalitário, intransigente, corrupto e incompetente, o que reforça a visão negativa da presidência de Lula na campanha eleitoral que Kjeld Jakobsen havia analisado em 2006 (JAKOBSEN, 2007, pg.63). Por fim, o PT é acusado de ser um partido stalinista, autoritário e totalitário, que pretende se perpetuar no poder.

Dado que o pluripartidarismo brasileiro não foi ameaçado em momento algum desde a redemocratização, que as eleições vencidas pelo PT tiveram todos segundos turnos, e que pelo menos um partido, o PSDB, sempre apresentou candidatos viáveis e competitivos nas eleições presidenciais desde as duas vitórias de FHC, tal afirmação constitui uma ilação infundada com grave teor acusatório. Iguala o PT a um partido que monopolizou o sistema político mexicano constituindo uma ditadura de partido único por 71 anos, sem competição eleitoral e possibilidade de contestação legítima.

Os ataques assimetricamente direcionados contra os petistas se repetem em reportagens e textos opinativos, ainda que nas reportagens grande parte deles venham camuflados sob o véu do “são outros quem dizem, nós apenas noticiamos”.

### **Referências Bibliográficas**

ALDÉ, Alessandra. 2004. A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas

\_\_\_\_\_; MENDES, G. G.; FIGUEIREDO, Marcus. “Tomando Partido: Imprensa e política nas eleições de 2006”. *Política & Sociedade*, v. 10, p. 20-28, 2007.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_; “Imprensa e eleições presidenciais: Natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006”. IN: LIMA, Venício A. (Org) *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo. p.65-87, 2007.

ALTHAUS, Scott, JILL, Edy, e PHALEN, Patricia. “Using substitutes for full-text news stories in content analysis: which text is best?”. *American Journal of Political Science* 45, 2001

AZEVEDO, Fernando Antônio. “Imprensa, Cobertura Eleitoral e Objetividade A eleição de 2000 na capital paulista”. Campinas, Opinião Pública. Vol. VII, nº2, pp. 182-20, 2001

BARRETT, Andrew; BARRINGTON, Lowell. “Bias in Newspaper Photograph Selection.” Political Research Quarterly 4, 2005

BEZERRA, Heloisa Dias. “Cobertura jornalística e eleições majoritárias: proposta de um modelo analítico”. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2005.

BIROLI, Flávia. Técnicas de poder, disciplinas do olhar: aspectos da construção do "jornalismo moderno" no Brasil. *História*, v. 26, n. 2, p. 118-43, 2007.

BREED, Warren. “Controle Social na Redação: Uma Análise Funcional”. IN: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa, Editora VEJA, 1999.

CHOMSKY, Noam; HERMAN Edward S. *The Political Economy of Human Rights, Vol. 1: The Washington Connection and Third World Fascism*, Montreal: Black Rose Books, e Boston: South End Press, 1979.

\_\_\_\_\_ *The Political Economy of Human Rights, Vol.2 : After the Cataclysm: Postwar Indochina and the Reconstruction of Imperial Ideology*, Boston: South End Press, 1979.

DOLL, H. D.; BRADLEY, B. E. “A Study of the Objectivity of Television News Reporting of the 1972 Presidential Campaign”. *Central States Speech Journal*, n. 25, 1974.

FAUSTO NETO, Antonio. “A construção discursiva da violência: o caso do Rio de Janeiro”. *Revista Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, vol. 01, 1995.

HACKETT, Robert A. “Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos *media* noticiosos”. IN: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa, Editora VEJA, 1999.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. “Falando do Presidente: A Estrutura Política e a Forma Representacional nas Notícias Televisivas dos Estados Unidos e da Itália” IN: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa, Editora VEJA, 1999.

HERÉDIA, Leila. “A retórica da capa: a reeleição de FHC e de Lula na primeira página de O Globo e FSP”. Tese de mestrado. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2008.

HOFSTETTER, C. R. *Bias in the News: Network Television Coverage of the 1972 Election Campaign*, Columbus: Ohio State University Press, 1976.

JAKOBSEN, Kjeld. “A cobertura da mídia impressa aos candidatos nas eleições presidenciais de 2006”. IN: LIMA, Venício A. (Org) *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo. p.31-64, 2007.

KANT, Immanuel. *Fundamentação Da Metafísica Dos Costumes*. Biblioteca Universitária. Serie 1. Filosofia, 7. São Paulo: Cia. Ed. Nacional, 1964

KUCINSKI, Bernardo. O antilulismo na campanha de 2006 e suas raízes. IN: LIMA, Venício A. (Org) *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo. p. 133-144, 2007.

MIGUEL, Luis Felipe. “A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002”. *Revista Dados*. Rio de Janeiro, vol.46, no 02, 2002

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. “A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. vol. 25, no 73, 2010

PEAKE, Jeffrey. “Presidents and Front-page News: How America's Newspapers Cover the Bush Administration”. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 12, 2007.

\_\_\_\_\_; ESHBAUGH-SOHA, Matthew. “The presidency and Local Media: Local Newspaper Coverage of President George W. Bush”. *Presidential Studies Quarterly* 38, no. 4, 2008;

PHILLIPS, E. Barbara. “Novidade sem Mudança”. IN: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa, Editora VEJA, 1999.

ROVAI, Renato. As muitas derrotas da mídia comercial tradicional. IN: LIMA, Venício A. (Org) *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo. p. 115-132, 2007.

RUBIM, Antonio. “Contemporaneity as the media age”. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, vol. 4, n. 07, 2000

SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002;

SUMMER, C. “Reading Ideology.” Londres, Academic Press, 1979;

TUCHMAN, Gaye. *Making news: a study in the construction of reality*. Michigan: Free Press, 1978

\_\_\_\_\_. *Making news by doing work: routinizing the unexpected*. *The American Journal of Sociology*, Vol. 79, No. 1, 1973

\_\_\_\_\_. “Objectivity as Strategic Ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity”. *The American Journal of Sociology*, vol. 77, no 04, 1972.

WEAVER, Paul H. “As notícias de Jornal e as Notícias de Televisão”. IN: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa, Editora VEJA, 1999.

YOUNG, Iris Marion. *Inclusion and democracy*, Oxford: Oxford University Press, 2000.