Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro

HELOISA DIAS BEZERRA

Cobertura Jornalística e Eleições Majoritárias
Proposta de um Modelo Analítico

Rio de Janeiro
2005

HELOISA DIAS BEZERRA

Cobertura Jornalística e Eleições Majoritárias
Proposta de um Modelo Analítico

Tese apresentada ao
Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro
como requisito parcial para a obtenção do grau de
Doutora em Ciências Humanas: Ciência Política

Orientação
Prof. Dr. Marcus Faria Figueiredo

Rio de Janeiro
2005

HELOISA DIAS BEZERRA

Cobertura Jornalística e Eleições Majoritárias
Proposta de um Modelo Analítico

Tese apresentada ao
Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro
como requisito parcial para a obtenção do grau de
Doutora em Ciências Humanas: Ciência Política

Banca examinadora

Maria Regina Soares de Lima (Presidente)

Marcus Faria Figueiredo (Orientador)

César Guimarães

Alessandra Aldé

Afonso Albuquerque

SUMÁRIO

Introdução ----------01

1. Fazer político e cobertura jornalística: o poder em pauta ---------- 09

2. Adversarismo político: um novo conceito de enquadramento ----------27
2.1. Enquadramentos da mídia e o processo eleitoral ----------29
2.2. Adversarismo: estratégia política e estratégia narrativa ----------33
2.3. Adversarismo político e critérios de noticiabilidade: quem entra e como entra na cobertura jornalística de competições eleitorais ------- 38
2.4. Síntese ----------39

3. Lugares narrativos: uma metodologia de análise ----------40
3.1. Lugares narrativos: formato, conteúdo e persistência narrativa ------ 47
3.1.1. Primeira página: mapa indicativo, caminho de leitura ---------- 51
3.1.2. A manchete como chave mestra da página ---------- 52
3.1.3. Fotografias, legendas e infográficos: setas indicativas de localização e delimitação do discurso ---------- 54
3.1.4. Editoriais e colunas de opinião: lugares de conversa e antecipação ---------- 56
3.1.5. Charges: surpresa, humor e o desnudamento da política -------- 57
3.2. Síntese ----------59

4. Práticas da pesquisa e discussão das hipóteses ---------- 61
4.1. Nota explicativa ----------63
4.2. Lugares narrativos: teoria e prática ---------- 65
4.2.1. Primeira página: mapa indicativo, caminho de leitura ---------- 65
4.2.1.1. O Globo ----------65
4.2.1.2. Folha ---------- 70
4.2.1.3. Oesp ---------- 75
4.2.2. A manchete como chave mestra da página ---------- 78
4.2.2.1. O Globo ---------- 78
4.2.2.2. Folha ---------- 80
4.2.2.3. Oesp ----------84

4.2.3. Fotografias, legendas e infográficos: setas indicativas de localização e delimitação do discurso ---------- 86
4.2.3.1. O Globo ---------- 86
4.2.3.2. Folha ---------- 89
4.2.3.3. Oesp ---------- 92
4.2.4. Editorial e colunas de opinião: lugares de conversa e antecipação 96
4.2.4.1. O Globo ---------- 96
4.2.4.2. Folha ---------- 99
4.2.4.3. Oesp ---------- 102
4.2.5. Charges: surpresa, humor e o desnudamento da política ------106
4.2.5.1. O Globo ----------106
4.2.5.2. Folha ---------- 108
4.2.5.3. Oesp ----------109
4.3. Síntese ----------110

Conclusão ----------112
1. Lugares narrativos: ferramenta para estudos de periódicos ---------- 115
2. Adversarismo, noticiabilidade e construção narrativa ---------- 120

Apêndice – Cadernos da Pesquisa: íntegra do estudo empírico ----------128
1. O Globo ----------129
2. Folha de S. Paulo ----------191
3. O Estado de S. Paulo ---------- 245
4. Resumo comparativo: as estratégias narrativas dos periódicos ---------- 302

Referências bibliográficas ----------312

LISTA DE SIGLAS

BC – BANCO CENTRAL
BOVESPA – BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO
CNBB – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL
CNT – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRANSPORTES
CPI – COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO
CUT – CENTRAL ÚNICA DOS TRABALHADORES
FEBRABAN – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS BANCOS
FECOMÉRCIO – FEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO
FIESP – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO
FMI – FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL
MP – MINISTÉRIO PÚBLICO
MST – MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM-TERRA
OAB – ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL
PPB – PARTIDO PROGRESSISTA BRASILEIRO
PDT – PARTIDO DEMOCRÁTICO TRABALHISTA
PF – POLÍCIA FEDERAL
PFL – PARTIDO DA FRENTE LIBERAL
PL – PARTIDO LIBERAL
PMDB – PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO
PPS – PARTIDO PROGRESSITA SOCIALISTA
PSB – PARTIDO SOCIALISTA BRASILEIRO
PSDB – PARTIDO DO MOVIMENTO SOCIAL- DEMOCRATA BRASILEIRO
PT – PARTIDO DOS TRABALHADORES
PTB – PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO
STF – SUPERIOR TRIBUNAL FEDERAL
TSE – TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

RESUMO

A presente tese consiste na formulação de um conceito de enquadramento e de uma metodologia de pesquisa relativos a competições eleitorais majoritárias e eventos políticos com longevidade editorial. A metodologia ancora-se no conceito de lugares narrativos que se fundamenta na hipótese de que as estratégias narrativas da imprensa são construídas a partir do entrelaçamento do formato, que contém padrões de apresentação e ênfase, com o conteúdo, que contêm padrões de seleção e interpretação da informação, correlacionando interdependência, complementaridade, temporalidade e espacialidade. O conceito de enquadramento proposto é o de adversarismo político, que recupera os enfrentamentos políticos que ocorrem entre candidatos e lideranças, sugerindo que estes fornecem elementos para os critérios de noticiabilidade, ou seja, sobre quem entra e como entra na cobertura jornalística, oferecendo também um ambiente propício à atuação política dos meios de comunicação. O estudo empírico abrangeu a cobertura feita pelos jornais Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo para a eleição presidencial brasileira de 2002, edições veiculadas entre 01 de abril a 27 de outubro daquele ano.

Dedico este trabalho a meus pais,

José Robaine Dias e Luiza da Silva Dias,

que me deram a vida...

e me ensinaram a pescar!

AGRADECIMENTOS

Ao final de um trabalho tão árduo e ao mesmo tempo prazeroso, os agradecimentos são muitos e imensos. Sempre há esquecimentos, pelos quais desde já peço que me perdoem.

Wagner Bezerra, Maria Dias Bezerra e José Robaine Dias Bezerra, amores de minha vida, obrigada pela felicidade de podermos compartilhar nossa alegria, compreensão, carinho, beijos, sorrisos. Wagner, obrigada ainda pelas intensas e saborosas discussões e também pela leitura atenta de tudo o que foi escrito, incluindo o que foi dispensado em diversos momentos.

Marina, Maria Zezé, Carlinzão, Célia, Jorge, Valmar e Rosi. Vocês são maravilhosos e suas gargalhadas essenciais para qualquer ser humano bem existir! A família que cada um construiu é uma dádiva sem igual. Amo e agradeço a todos.

Professor Marcus Figueiredo. Mestre e amigo. Obrigada por suas sugestões e críticas. Confesso que este trabalho seria diferente na forma e no conteúdo, não fosse a sua sabedoria na matéria em questão e também na arte de lidar com as peripécias da alma humana. Obrigada mais uma vez, e sempre.

Aos amigos de todas as horas, especialmente o casal Nelma & Renato e a querida Maryse, obrigada. Que bom que a humanidade pode contar com pessoas especiais como vocês.

Um agradecimento especial para ‘Tia’ Rosane, que cuidou das crianças e dos múltiplos afazeres domésticos.

A todas as pessoas que de algum modo colaboraram com esta jornada de estudos, especialmente os colegas do curso de Ciência Política e os gentilíssimos funcionários do Iuperj, obrigada.

Finalmente meu agradecimento ao Iuperj/Doxa, que cedeu a coleção de jornais usada na pesquisa.

“Meu relato será fiel à realidade ou, em todo caso,
à minha lembrança pessoal da realidade, o que é a mesma coisa”.
(Jorge Luis Borges, *O Livro de Areia*)

INTRODUÇÃO

> A mídia é hoje a instituição mais decisiva para a qualidade do exercício da cidadania no Brasil democratizado. Ela impõe suas coordenadas e linguagens específicas sobre as estratégias para as principais disputas eleitorais; fornece os principais elementos simbólicos e cognitivos para a escolha do eleitor; forja — conscientemente ou não, deliberadamente ou não — consensos sobre a pauta política e institucional; define, de um modo ou de outro, a agenda pública, dos seus termos mas gerais a alguns dos mais específicos. Defende o consumidor, julga a justiça, denuncia a corrupção, expõe a fraude. Civiliza a civilização brasileira — em que pese eventualmente amplificando e (re)produzindo a barbárie — e nos acultura a todos, mesmo a contragosto. Fornece quadros de referência com que denunciamos suas manipulações, desdenhamos de sua eventual vulgaridade e afirmamos a nossa vã pretensão de completa autonomia intelectual diante de nosso pequeno universo cotidiano. (Lattman-Weltman, in Abreu et. al, 2003a: 129-130).

No decorrer do século XX os meios de comunicação se revelaram um ator político de grande envergadura, seja por conta da autonomia discursiva seja por sua legitimidade e capacidade de intermediação do discurso dos demais atores políticos. Tornaram-se instituições vigorosas que produzem realidades simbólicas de grande alcance junto aos indivíduos e em freqüente disputa e interação com outros intérpretes da realidade (Figueiredo, 2000).

Para vários pesquisadores, como Swanson e Mancini (1996), as transformações ocorridas na esfera da política e dos meios de comunicação refletiram o processo de modernização da sociedade, ou seja, uma crescente complexificação do tecido social e o aparecimento de uma multiplicidade de subsistemas que produziriam realidades simbólicas próprias, retratando interesses e visões de mundo particularistas. Com isto, verificar-se-ia uma considerável fragmentação e recomposição da organização social, interesses e

identidades que incidem sobre os laços de pertencimento a instituições tradicionais, como a igreja e os partidos políticos.

É neste cenário que os meios de comunicação teriam emergido como centro de poder competitivo, passando a compartilhar com os partidos a tarefa de socialização política. No entanto, como não são identificados como protagonistas da cena política, podem atuar de acordo com regras próprias do setor, como os critérios de noticiabilidade e as injunções das rotinas de produção, o que facilitaria a apresentação da informação política por meio de estratégias narrativas que conferem veracidade e pertinência às matérias jornalísticas e, principalmente, às interpretações feitas por seus profissionais (Schudson, 1992).

Proporcionalmente ao crescimento da capacidade de atuação dos meios, surgiram pesquisas e hipóteses explicativas sobre a natureza da sua interferência em todas as esferas da sociabilidade. No Brasil este efeito é recente, mas significativo.

A imprensa brasileira sempre teve papel relevante nos grandes acontecimentos políticos nacionais (Sodré, 1966, Contier, 1979; Capelato, 1980 e 1989; Lattman-Weltman, 1994; Miguel, 2002). Os relatos evidenciam que até o início da década de 60, jornalistas e empresários se permitiam atuar de modo mais 'apaixonado' em relação as ideologias políticas, muitas vezes fazendo do jornal um instrumento da disputa político-partidária (Abreu, 2003b; Wainer, 2000; Morais, 1994; Andrade, 1991).

Ao longo de mais de um século de existência, as transformações foram significativas e seguiram tendências importadas dos EUA e da Europa.

A década de 50 aparece como marco inicial dessas mudanças. No que se refere aos padrões de produção, a composição dos grandes jornais se tornou mais homogênea; passaram a utilizar recursos gráficos para deixar a leitura mais leve; introduziram o *lead*, a primeira página e os cadernos suplementares. Do ponto de vista mercadológico houve uma significativa concentração no

segmento dos periódicos, que apontou para o fim dos produtos diferenciados em matutinos, vespertinos e noturnos. Buscou-se uma maior independência financeira frente ao Estado e, desde então, o discurso da independência e da imparcialidade passou a ser valorizado em todos os seus aspectos. O editorial, então, firmou-se como o espaço para a opinião do jornal (Abreu, 2002; Abreu et. al, 1996, 2003a, 2003b).

Nos anos 60 e 70, com o regime de exceção imposto pelos militares, os meios de comunicação experimentaram a mão-de-ferro da censura. Neste período desapareceram pessoas, empresas e sonhos. Em diversos momentos, a palavra e a política foram silenciadas.

Os anos 80 trouxeram a abertura política, e com ela, as eleições diretas para os governos estaduais, o Congresso Nacional e um novo cenário para a atuação da mídia. Os grupos organizados pressionaram por eleições diretas para a Presidência da República, num momento de grande importância para a consolidação da democracia.

A participação da televisão, especialmente a TV Globo, e de semanários, como Veja, passaram a fazer parte do universo pesquisado, complementando os periódicos, velhos atores da cena política. Estudos sobre este período indicam que a campanha das 'Diretas-Já', um movimento político encampado por partidos, organizações não-governamentais e personalidades civis que pedia aprovação da Emenda Constitucional relativa ao retorno das eleições presidenciais com voto popular, tornou-se um marco para a compreensão de como o mercado midiático pode reagir frente ao seu público consumidor. Por outro lado, explicitou a existência de relações de conivência entre importantes veículos de comunicação e setores da política brasileira, ou seja, entre a cobertura jornalística dos eventos políticos e as estratégias políticas dos grupos dominantes.

> A campanha das diretas-já alterou os termos da política usual no Brasil e surpreendeu alguns dos mais conhecidos enfoques teóricos do papel dos meios de comunicação de massa na formação das crenças e comportamentos políticos.

> Por um momento, a política não foi, tão-só, um exercício das elites, nem as ruas foram, tão-só, o palco de multidões desorganizadas. Os meios de comunicação de massa captaram e expressaram essa nova visão, revelando sua consabida capacidade de influir na formação da opinião pública; por outro lado, revelaram também — o que é menos sabido — sua capacidade de expressar alterações que se dão na opinião pública e, assim, de serem por ela influenciados.
>
> Não se conhecia, em sua devida extensão, a capacidade de a opinião pública influir nesses meios, alterando sua conduta e, de certa forma, intervindo em sua programação. Insinuando uma inversão de fluxo. Determinando, em evento de ruptura simbólica, o conteúdo que normalmente só aos meios é dado determinar. Pondo em xeque o monopólio da fala, posto que aquele que sempre apenas via e ouvia, passou, ainda que momentaneamente, a falar, dizendo o que desejava ouvir e ver. (Cesar Guimarães & R.A. Amaral Vieira, 1985, p. 7).

Também relevante para estudos sobre a mídia brasileira é a primeira eleição presidencial pós-abertura, quando disputaram os candidatos Paulo Maluf e Tancredo Neves, ambos velhos conhecidos do antigo regime.

Perez (1988) analisou a cobertura do semanário Veja para essa disputa, demonstrando como este semanário buscava marcar as características de cada candidato, traçando relações de negatividade ou positividade dentro do imaginário político da campanha. Segundo o autor, a revista construiu sua cobertura de modo a associar os candidatos ao projeto político democrático-burguês, tendo como referência os vetores mudança ou conservação. A imagem de Tancredo Neves aparecia de forma explicitamente positiva, relacionada ao vetor mudança e a consolidação de um projeto político calcado na modernidade. A candidatura de Paulo Maluf, ao contrário, era associada a conservação e a características negativas do fazer político.

Um outro marco para os estudos desse período é a eleição dos Deputados Constituintes de 1988 e os debates e negociações políticas em torno da organização da Carta Constitucional (Fonseca, 2003; Jorge, 2003).

A eleição de 1989, que assentou na cadeira presidencial o jovem ex-governador do pequeno Estado do Alagoas, Fernando Collor de Melo, é também um marco nessa área de estudos, pois à construção meteórica de um fenômeno eleitoral contrapôs-se sua rápida destituição e o primeiro *impeachment* de um presidente da República brasileira. Para muitos autores,

Collor teria sido construído e desconstruído pela (ou por meio da) mídia, não obstante as relações conflituosas que o presidente eleito estabeleceu na arena do poder (Lattman-Weltman et al, 1994; Conti, 1999).

O fenômeno Collor fez com que grande parte da mídia impressa e televisiva passasse a se preocupar com a defesa de seu modo de produção da notícia, que, segundo os conceitos de origem, seria calcado na imparcialidade e objetividade; um modelo discursivo semelhante ao dos grandes jornais americanos que dizem atuar como verdadeiros "cães de guarda" do interesse coletivo (Waisbord, 1995). Nas últimas décadas, tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil, o jornalismo investigativo, o denuncismo e o jornalismo-cidadão tornaram-se uma fórmula de sucesso para cativar o público.

> Isso fica ainda mais claro quando a mídia mostra as indignidades da classe política, seus compromissos com o mundo econômico, os mecanismos de financiamento eleitoral, ou quando levanta o véu que encobre os métodos ilegais utilizados pelos dirigentes das grandes empresas para obter êxito no mercado. Nesses casos, a mídia estaria assegurando a transparência das instituições, estaria desempenhando a função de um contrapoder. Ao se aproximar da vida quotidiana dos cidadãos, de suas dificuldades, e tentar ajuda-los, a imprensa estaria consolidando o tecido democrático. Mas é verdade que as denuncias e os escândalos fazem aumentar a venda dos jornais e subir a audiência da televisão e do rádio. O jornalismo-cidadão não é, portanto, avesso ao lucro. (Abreu et al, 2002:46).

Da campanha eleitoral de 1989 aos dias de hoje, a democracia brasileira experimentou avanços significativos: as instituições políticas consolidaram-se em seus propósitos, assim como o processo eleitoral, que é realizado com base em regras públicas e dentro de alguma normalidade.

Nesse ínterim, Luiz Inácio Lula da Silva, candidato do Partido dos Trabalhadores, perdeu três eleições consecutivas, cada uma com peculiaridades que vale destacar: 1) em 1989, a participação efusiva do eleitorado urbano e o já referido fenômeno Collor; 2) em 1994, o programa de estabilização econômica que culminou com a reforma monetária e a criação do Real, a nova moeda brasileira, além de mudanças abruptas na legislação que introduziram restrições na propaganda eleitoral gratuita e que impediram o

Partido dos Trabalhadores de divulgar as "Caravanas da Cidadania", evento político de pré-campanha em que Lula percorreu, por quase um ano, diversas cidades brasileiras; 3) em 1998, a aprovação do princípio da reeleição a menos de um ano do início da competição, gerando calorosas discussões sobre casuísmo político e beneficiamento propositado do então presidente Fernando Henrique Cardoso, doravante denominado FHC ou FH.

Em 2002, a eleição do oposicionista Luis Inácio Lula da Silva e a votação expressiva obtida pelo Partido dos Trabalhadores passaram para a história brasileira como mais um momento de grande significado. Esta campanha entrou para a agenda de pesquisa sobre processos eleitorais e meios de comunicação, notadamente pela visibilidade obtida junto aos principais veículos de informação do Brasil e de outros países.

Por suas especificidades e pelo momento histórico abordado, a cobertura jornalística da referida campanha eleitoral foi utilizada como base empírica da pesquisa que é parte integrante deste trabalho.

A presente responde a uma demanda da área de estudo dos processos midiáticos, especialmente em sua interação com a arena política, e tem por objetivo propor uma nova metodologia de pesquisa e de um conceito de enquadramento, sendo que este introduz as estratégias políticas como parâmetros importantes para a análise de coberturas jornalísticas de competições eleitorais majoritárias e de eventos políticos que apresentem longevidade editorial.

No estudo de caso observou-se toda a cobertura da campanha presidencial feita pelos jornais Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo, edições veiculadas no durante o período de 01 de abril a 27 de outubro de 2002.

Estes periódicos foram escolhidos por sua reconhecida posição ativa diante da política brasileira e, principalmente, por critérios relativos a sua capacidade de alcance informacional. Segundo dados da Associação Nacional

de Jornais, estes foram os que registraram a maior média de circulação diária em 2002, a saber: Folha de S. Paulo[1], 346,333; O Estado de S. Paulo, 268,433; O Globo, 266,185. Por razões operacionais, não faz parte da pesquisa o jornal Extra, que vendeu em média 286,655 exemplares por dia.

Para demonstrar as principais considerações da tese, organizou-se o trabalho de modo a evidenciar em primeiro plano o seu arcabouço propositivo e, posteriormente, as conclusões resultantes da aplicação empírica dessa nova metodologia e desse novo conceito de enquadramento.

No Capítulo 1 discute-se temas de relevância contemporânea e que dizem respeito às relações entre meios de comunicação e política, especialmente os procedimentos analíticos que já se tornaram clássicos, por exemplo os esquemas conhecidos como "corrida de cavalos", "bem *versus mal", "bad news versus good news"* e outros tantos oferecidos pela literatura nacional e internacional. A espetacularização da política também é avaliada, mas levando-se em conta que, já em Maquiavel, o ser/parecer fazia parte de um receituário de procedimentos para aqueles que pretendessem obter e manter o poder político.

O Capítulo 2 traz toda a formulação sobre o conceito de enquadramento, que surge como uma proposta que reincorpora a política na análise do comportamento narrativo dos meios de comunicação. Este conceito tem como hipótese principal que o enfrentamento político que ocorre no tabuleiro eleitoral produz um ambiente propício à atuação política dos meios de comunicação e oferece elementos importantíssimos para os critérios de noticiabilidade jornalística, ou seja, sobre quem entra e como entra na cobertura da disputa eleitoral.

A proposta metodológica foi disposta no Capítulo 3, onde são discutidos as hipóteses de pesquisa e o modelo teórico. A metodologia

[1] Doravante podem vir grafados como Folha, Oesp e O Globo.

proposta ancora-se no conceito de lugares narrativos que se fundamenta na hipótese de que as estratégias narrativas da imprensa são construídas a partir do entrelaçamento do formato, que contém padrões de apresentação e ênfase, com o conteúdo, que contêm padrões de seleção e interpretação da informação, correlacionando interdependência, complementaridade, temporalidade e espacialidade. Cinco lugares narrativos são conceituados de modo a oferecer uma base operacional para a prática de pesquisa segunda a metodologia proposta: primeira página; manchetes; fotografias, legendas e infográficos, editoriais e colunas assinadas; charges.

No Capítulo 4, encontra-se toda a prática da pesquisa com aplicação da metodologia dos lugares narrativos e do conceito de enquadramento "adversarismo político", bem como a discussão das hipóteses de pesquisa.

A Conclusão oferece algumas respostas acerca da aplicação da metodologia e do conceito de enquadramento, bem como uma síntese dos resultados analíticos obtidos com o material empírico.

Para complementar o trabalho disponibilizamos os Cadernos da Pesquisa que compreendem a íntegra do estudo empírico realizado com O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, em que analisamos, a partir do conceito de enquadramento formulado e da metodologia proposta, a cobertura jornalística da eleição para a presidência do Brasil, de 2002.

A organização dos Cadernos da Pesquisa obedeceu à lógica do procedimento analítico e os materiais analisados e selecionados são apresentados de modo cronológico, como se, deste modo, pudessem evidenciar as estratégias narrativas de cada um dos periódicos analisados.

CAPÍTULO 1

FAZER POLÍTICO E COBERTURA JORNALÍSTICA
O PODER EM PAUTA

> A política, outrora, eram as idéias. Hoje são as pessoas. Ou melhor, as personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espetáculo.
>
> Doravante, o próprio Estado se transforma em empresa de espetáculos, em "produtor" de espetáculos. A política se faz, agora, encenação. Agora, todo dirigente se exibe e se dá ares de vedete. Por aí vai a personalização do poder. Fiel à sua etimologia. "Pessoa" não é uma palavra derivada do latim "persona", que significa máscara de teatro? (Schwartezenberg, 1977, p. 9).

Neste capítulo discutir-se-á alguns modelos teóricos e conclusões analíticas sobre os meios de comunicação, especialmente em sua relação com a política. Mídia e política são arenas de poder independentes, mas com intersecções necessárias por força das características das atividades que lhes dizem respeito, cujo imperativo denomina-se credibilidade.

Qual o papel dos meios de comunicação nos processos eleitorais? A mídia toma posição partidária ou ideológica? O tipo de cobertura que é realizada pelos meios de comunicação é conseqüências das características do mercado midiático ou reflete um modo de fazer política? Essas questões compõem uma rica agenda de investigação, da qual selecionamos alguns problemas para serem discutidos no âmbito desta pesquisa.

Os profissionais da mídia, com o intuito de ter as melhores e mais completas informações, têm como objetivo cotidiano maximizar as relações que garantem aproxima-los da classe política e de assessores com acesso a

informações privilegiadas. Já os políticos, vivem sob o império da necessidade de manter acesa a chama da boa relação com o eleitor; um problema que se intensifica nas competições eleitorais, pois, no papel de candidatos, precisam usar de todas as formas de aproximação para falar, se apresentar, expor suas propostas, captar a atenção, convencer o eleitor.

> (...) In any political system with multiple principals and agents, the members, be they serfs or voters, have incomplete information about the relation between the world they see and the actions of officials. Thus, information that changes their beliefs about connections between officials and outcomes can affect their political preferences (...) (Popkin, 1994:96).

O mercado da informação também é um mercado de poder político. Considera-se que as informações oferecidas pelos meios de comunicação, independente do formato ou da linguagem usados, podem fornecer elementos relevantes para o contexto eleitoral (Dias, 1995 e 1996; Waisbord, 1996; Entman, 1989; Alde, 2003;).

De acordo com as pesquisas (Moisés, 1995; Almeida, 1996), geralmente os brasileiros têm pouca informação específica sobre as relações entre ações políticas e resultados efetivos na vida cotidiana, além de uma grande desconfiança quanto aos políticos e instituições. Para Moisés (1995), este tipo de percepção não afeta uma certa adesão formal à democracia enquanto procedimento para a organização da vida política.

Como o sistema eleitoral brasileiro exige a obrigatoriedade do voto, a competição eleitoral é um período de “caça” ao eleitor, que também acaba por se deixar enredar, mesmo que minimamente, pela gama de informações oferecidas pelos políticos e pela mídia.

É neste cenário que a imprensa se revela um ator privilegiado na intermediação discursiva dos participantes do jogo eleitoral, pois candidatos, eleitores, patronos políticos e demais atores relevantes desse processo se alimentam das informações cotidianas. Mas, ao mesmo tempo, a realimentam com novas informações, como as que são produzidas nos bastidores de cada

candidatura: propostas, recados, intrigas, escândalos, boatos e tudo que puder garantir alguns votos a mais ou, no mínimo, alguns a menos no saldo dos adversários.

Para Figueiredo (2000), meios de comunicação e políticos competem no mercado de opinião pública, mas os políticos precisam se enquadrar às regras de emissão midiática.

> A mídia tornou-se o principal instrumento de prestação de contas dos políticos e dos governos. Governantes, da mesma forma que líderes sociais e políticos, são cobrados e chamados a prestar contas de seus atos por meio das pesquisas de opinião, do noticiário e das reportagens dos meios de comunicação de massa. Os canais tradicionais de mediação entre a sociedade e o governo, tais como os partidos e as redes de entidades sociais representativas, perderam espaço para a mídia. Por conta deste fato, a política tornou-se dependente da mídia. Os políticos tornaram-se mais dependentes da mídia para a sua sobrevivência. Em todas as democracias contemporâneas, a carreira e a sobrevivência de líderes sociais e políticos ficaram, em certa medida, dependentes de sua capacidade de tornarem mensagens e apelos políticos atraentes na linguagem da mídia [...] (Figueiredo, 2000, p. 40).

Patterson (1993) relata o caso da eleição americana de 1976, quando o pouco conhecido Jimmy Carter se tornou o preferido da imprensa, configurando-se em um exemplo quase limite da atuação da mídia dentro do processo de seleção de lideranças no momento pré-eleitoral. Durante o ano de 1975, ao invés de encontrar-se com as principais lideranças do país, Carter manteve uma série de encontros com jornalistas de projeção. Seu nome era pouco divulgado pela imprensa até que, no mês de outubro desse mesmo ano, o jornal *The New York Times* abriu sua primeira página para uma matéria assinada por um jornalista de grande credibilidade junto aos americanos, na qual discorria sobre a vida e os projetos políticos do candidato. A matéria não somente abriu as portas da mídia e da sociedade americana para Carter, como, desde então, colocou-o na posição de “mais provável vencedor” das primárias.

No Brasil, a eleição de 1989 levou muitos pesquisadores a concluir que a rápida ascensão e a meteórica queda de Fernando Collor de Melo foram arquitetados com a poderosa ajuda de alguns veículos de comunicação,

especialmente a Rede Globo e os semanários Veja e Isto É (Latman-Welttman, 1994; Conti, 1999).

A eleição de 2002 deixou um rastro de dúvidas sobre as novas e amáveis relações que Luis Inácio Lula da Silva passou a ter com a mídia. Uma outra questão inquietante sobre a campanha de 2002 diz respeito à "quem" teria ditado as regras da cobertura eleitoral: os políticos, a mídia, os agentes econômicos?

Mas é interessante observar que estas questões não são novas e que há muito tempo fazem parte da agenda de pesquisa em comunicação política. Conforme pode ser visto na literatura tanto da área de Comunicação quanto da Ciência Política, muitos autores consideram relevante entender o que está acontecendo no cenário macro, pois até mesmo os índices demonstrativos do desempenho econômico do país poderiam indicar atalhos a serem utilizados pelo eleitor, que, em última instância, os utilizaria como fator para minimizar os custos da informação.

Para Popkin (1991), as notícias recentes compõem um arcabouço fundamental para a escolha eleitoral. Já Wattenberg acredita que o voto de performance, estaria intimamente relacionado ao desempenho econômico do país, ou seja, desempenho do chefe do executivo, e não a aspectos como a opção partidária ou ideológica dos eleitores.

Há também problemas relacionados à questão da formação da agenda pública e, novamente, a pergunta fica em torno de quem impõe a agenda: o confronto político, os agentes econômicos ou a mídia? Essa agenda de pesquisa é extensa e bastante disputada no que se refere aos resultados analíticos. Um exemplo simples pode ser encontrado na análise de Miguel (2002), para quem a mídia teria a capacidade de impor a agenda econômica e assim o teria feito na eleição presidencial brasileira de 2002, por meio das entrevistas realizadas pelos âncoras do Jornal Nacional da Rede Globo e exibidas "ao vivo" por este noticiário.

Será que a imprensa é livre para informar, organizar e impor uma agenda pública, principalmente uma agenda plural, que atenda aos mais diferentes segmentos sóciopolíticos?

Para Entman (1989), o suposto da imprensa livre seria a existência de um vigoroso mercado de idéias, propício ao desenvolvimento da cidadania e da participação política. Segundo o autor, paradoxalmente este fenômeno não ocorre nem nos Estados Unidos que, dentro do modelo da livre concorrência, configuraria um mercado de idéias equilibrado pela diversidade de ofertantes. O problema é que o material oferecido pelos diferentes meios é influenciado pelas preferências da audiência e dos anunciantes, pois as empresas visam altos lucros financeiros. Segundo Entman, isto configuraria um dos principais obstáculos para a existência do referido mercado de idéias, pois limita a oferta a determinados modelos que já tem aceitação garantida na audiência e entre os anunciantes.

Um ponto chave nessa discussão é a capacidade de interferência dos meios de comunicação na formação das preferências dos indivíduos, pois, conforme apontam diversas pesquisas, a mídia é de fato uma fonte importantíssima, seja para informar, seja para formar, mas nem tudo pode ser creditado à sua interferência. (McCombs & Shaw, 1972; Erbring, 1980; Weaver, 1987; Dader, 1992; McCombs, 1993, 1995; Alger, 1994; Brewer & McCombs, 1996; Hethering, 1996; Alde, 2001)

Bennet (1988), Wattenberg (1991, 1994), Patterson (1993, 1994), Manin (1995), Miguel (2003) são exemplos de autores que vêm creditando a crescente preponderância dos meios de comunicação às mudanças ocorridas prioritariamente no âmbito da própria atividade política.

Para Bernard Manin, contemporaneamente “os resultados eleitorais tendem a variar significativamente de uma eleição para outra, ainda que se mantenham inalteradas as condições socioeconômicas e culturais dos eleitores” (1995, p. 25). Ele ressalta o declínio da identificação partidária e a

forte personalização das escolhas eleitorais como fonte de explicação para esta tendência, num modelo que denomina ‘democracia do público’, onde “os partidos continuam a exercer um papel essencial, mas tendem a se tornar instrumentos a serviço de um líder” (1995, p. 25).

Para o autor, os principais fatores que teriam contribuído para o fortalecimento da personalidade dos candidatos em detrimento das propostas políticas, gerando a “democracia do público”, seriam: 1) o modo como os políticos passaram a usar os meios de comunicação em detrimento das redes de apoio partidárias, principalmente nas campanhas eleitorais; 2) a entrada da televisão na cena política, possibilitando a emergência dos ‘políticos-comunicadores’; 3) as novas condições em que os eleitos passaram a exercer o poder, ampliando o alcance da esfera de ação governamental e resultando no crescimento do poder discricionário dos governantes.

O modelo de Manin pressupõe também mudanças no comportamento dos eleitores, cujas decisões teriam se tornado mais susceptíveis aos termos que os políticos propõem em cada eleição. As preferências eleitorais, portanto, seriam construídas a partir de informações vindas da competição que está ocorrendo no palco político.

Já Miguel (2003) diz que o problema está relacionado a uma crescente crise da própria representação política que vem sendo traduzida por um conjunto de evidências relativas “[...] ao declínio do comparecimento eleitoral, à ampliação da desconfiança em relação às instituições, medidas por surveys, e ao esvaziamento dos partidos” (2003, p.124).

Ambos fazem considerações importantíssimas e que, especialmente no caso de Manin, se tornaram referência para muitos pesquisadores.

Uma questão, contudo, merece fazer parte dessa agenda de pesquisa: será que a personalização da política é fruto do meio de comunicação, no caso da televisão? Para introduzir a discussão, vale recorrer à autores como Richard Senett (1988), para quem a personalização teria começado em um tempo em

que não havia televisão, estabelecendo um movimento de substituição do público pelo privado.

> [...] Na medida em que um político em publico suscite a crença em si mesmo como pessoa, aqueles que são crédulos perdem, na mesma medida, o senso deles próprios: a suspensão de juízo, através dos modos da passividade ou da incerteza que já observávamos, num contexto publico artístico. Ao invés de julgá-lo, seus ouvintes querem ser emocionados por ele, experimenta-lo. A mesma coisa é verdadeira em uma "personalidade" política: seus ouvintes também perdem um senso de si mesmos. Concentram-se em saber quem ele é, ao invés de saber em que poderia ajudá-los. Esse processo chamarei de suspensão dos interesses egocêntricos de um grupo, o que não é uma expressão elegante, mas uma combinação útil entre o econômico e o psicanalítico. Esse processo começou a surgir no séc. XIX, na vida política das capitais. (Sennet, 1988, p.273).
>
> [...] mito da impessoalidade enquanto um mal social [...] a impessoalidade parece definir um panorama de perda humana, uma total ausência de relacionamentos. Mas essa própria equação da impessoalidade com a própria vacuidade cria a perda. Em resposta ao medo da vacuidade, as pessoas concebem o político como um domínio em que a personalidade será declarada vigorosamente. Assim se tornarão os espectadores passivos de uma personalidade política que lhes ofereça sua intenções, seus sentimentos, mais do que seus atos, para a consumação deles. Ora, quanto mais as pessoas conceberem o domínio político como a oportunidade para se revelarem umas às outras, compartilhando de uma personalidade comum, coletiva, tanto mais serão desviadas do uso de sua fraternidade para transformarem as condições sociais [...] a procura pelos interesses comuns é destruída pela busca de uma identidade comum. (Sennet, 1988, p. 319.).

Quem sabe, a personalização seja mesmo uma característica intrínseca à política[2] que, de tempos em tempos, cresce ou diminui em importância para o estabelecimento das relações entre líderes e liderados, governantes e governados, determinando também, contemporaneamente, alterações nas preferências eleitorais. É bem verdade que esta característica, tida como fruto da pós-modernidade, já era observada pelos antigos.

> A um príncipe, portanto, não é essencial possuir todas as qualidades [...] mas é bem necessário parecer possuí-las. Antes, ousarei dizer que, possuindo-as e usando-as sempre, elas são danosas, enquanto que aparentando possuí-las, são úteis; por exemplo: parecer piedoso, fiel, humano, íntegro, religioso, e sê-lo realmente, mas estar com o espírito preparado e disposto de modo que, precisando não sê-lo, possas e saibas tornar-te o contrário [...].

---

[2] Ver, por exemplo, Peter BURKE, *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*.

> [...] É que os homens em geral julgam mais pelos olhos do que pelas mãos, porque a todos cabe ver mas poucos são capazes de sentir. Todos vêem o que tu aparentas, poucos sentem aquilo que tu és; e esses poucos não se atrevem a contrariar a opinião dos muitos [...] porque o vulgo sempre se deixa levar pelas aparências e pelos resultados, e no mundo não existe senão o vulgo; os poucos não podem existir quando os muitos têm onde se apoiar [...] (Maquiavel, 1994, pp. 102-3).

O espírito do ser/parecer remete ao espírito da forma contemporânea de personalização da política. Está presente como uma ferramenta para moldagem das campanhas eleitorais, uma espécie de *strip-tease* às avessas, por meio do qual os políticos vão se despindo e ao mesmo tempo se adornando, se (re)vestindo ou se mascarando de acordo com as exigências do contexto. Isto pode ser observado tanto nos materiais próprios das campanhas, a exemplo daqueles oferecidos ao público nos horários gratuitos de rádio e televisão, como nas reportagens divulgadas pelos meios de comunicação (Figueiredo et al, 2000; Dias, 1995).

A personalização, portanto, antes de ser fruto da presença dos meios de comunicação na cena política, é parte do próprio agir político. Sua forma de apresentação é que ganhou novas possibilidades, assim como a relação entre os políticos e os meios de comunicação.

Patterson (1993), na avaliação que fez da relação estabelecida entre a classe política e a imprensa (americana), sugere que esta teria recebido dos próprios atores políticos o status de árbitro e de canal de diálogo.

Se considerarmos essa perspectiva de Patterson, numa campanha eleitoral os adversários não precisariam mais se encontrar, negociar, assinar acordos? Esta situação ocorreria em casos extremos ou em qualquer ocasião? Então, seria corriqueiro o envio de recados, propostas de ações e acordos, pedidos e reclamações, sempre por meio dos veículos de comunicação?

Para Figueiredo (2000), os políticos tornaram-se dependentes da credibilidade dos meios de comunicação.

Bourdieu (1989) avalia que o político se submete ao discurso da imprensa devido a sua dependência de um certo capital de confiança, que o

deixaria vulnerável às impressões externas e, por conseguinte, às informações veiculadas.

> [...] E, devido ao seu capital específico ser um puro *valor fiduciário* que depende da representação, da opinião, da crença, da *fides*, o homem político, como homem de honra, é especialmente vulnerável às suspeitas, às calúnias, ao escândalo, em resumo, a tudo o que ameaça a crença, a confiança, fazendo aparecer à luz do dia os atos e os ditos secretos, escondidos, do presente e do passado, os quais são próprios para desmentir os atos e os ditos presentes e para desacreditar o seu autor [...] E a atenção especial que os homens políticos devam dar a tudo o que contribui para produzir a representação da sua *sinceridade* ou do *desinteresse* explica-se se imaginar que estas atitudes aparecem como garantia última da representação do mundo social, a qual eles se esforçam por impor, dos 'ideais' e das 'idéias', que eles têm a missão de fazer aceitar. (Bourdieu, 188-9).

Podemos observar um movimento de transigência entre a arena política e o mercado da informação, pois também a confiança no capital cultural, político ou pessoal dos candidatos serve como indicador para o tipo de cobertura definida pelos jornais. Durante a campanha que culminou na reeleição de Fernando Henrique Cardoso, em 1998, a imprensa pôde analisar com mais distanciamento a crise econômica mundial e, ao mesmo tempo, garantir ao leitor sobre a impossibilidade de uma contaminação mais radical da economia brasileira. O capital de confiança do estadista Fernando Henrique Cardoso foi usado em abundância, evitando, assim, respingos de desconfiança sobre a análise oferecida pelo discurso jornalístico.

A força da personalização, contudo, não implica, necessariamente, em despolitização da competição nem em alteração significativa do processo eleitoral. À medida que os partidos perdem espaço para o candidato ou para o líder, enquanto razão fundamental para o voto, cresce o espaço para novas formas de intermediação da informação política. É esta inversão que poderia oferecer outros elementos para a construção do discurso dos meios de comunicação, como as possibilidades de entrecruzamento de atributos pessoais e políticos, que são disponibilizados pelos próprios políticos em

diferentes momentos de sua trajetória de vida, e o conseqüente reenquadramento destes em momentos específicos numa dada competição.

Na literatura corrente encontramos outros estudos sobre personalização e modelagem de imagem, seja pela mídia, seja pelos próprios políticos, o que reforça a perspectiva de que se trata de um tema de amplo espectro. A modelagem pode ser feita por meio de intervenções físicas, como cirurgias plásticas, implantes de cabelos, cirurgias dentárias e outras modernas técnicas de transformação facial. Ainda, a estrutura física do candidato pode ser reenquadrada pelos meios de comunicação, incluindo edição de filmes, iluminação, maquiagem e retoques feitos em fotografias por profissionais de computação gráfica (Rosemberg e McCafferty, 1987; Ney Lima Figueiredo, 1994).

As intervenções na figura do candidato, certamente, atendem a uma demanda que tanto pode ser oriunda do mercado midiático, quanto dos próprios políticos e seus patrocinadores ou do próprio eleitorado.

Graber (1976), em um estudo comparativo entre as notícias veiculadas pelos jornais durante a cobertura das eleições presidenciais americanas de 1968 e aquelas oferecidas pela TV durante as eleições de 1972, classificou o conteúdo das informações da mídia em três grandes temas: questões políticas, características pessoais e qualificação profissional. Para o tema características pessoais, foram encontradas três subcategorias: personalidade, estilo e imagem profissional. O tema qualificação profissional foi redimensionado segundo os termos: capacidade, boas relações com o público, orientações filosóficas e organização do governo. Cada um destes sete itens revelou dimensões políticas próprias à competição, como o tema da organização governamental que informava sobre as relações entre Presidente, Congresso, as Cortes e o papel do Estado no sistema federativo. Mas muitas questões eram absolutamente pessoais, como estilo e imagem.

Miller e Miller (1976) também analisaram a eleição presidencial americana de 1972, com base em perguntas feitas aos eleitores, buscando ver a dimensão política dos atributos referentes às características pessoais. Esta análise revelou cinco termos básicos: competência, confiança, integridade, liderança e aparência, considerando as características mencionadas pelos eleitores e a sua classificação quanto à positividade e negatividade. O estudo revelou como sendo de alta relevância a imagem dos candidatos, em detrimento mesmo dos partidos e programas políticos. Nota-se, contudo, que a formação da imagem pessoal também revela atributos com dimensão política.

Para Jacobs e Shapiro (1994), durante as campanhas eleitorais as imagens da política e as imagens dos candidatos (isoladamente ou inter-relacionadas) são fixadas mais facilmente pelo eleitorado, principalmente em relação às questões substantivas, ou seja, comparando com os chamados programas de governo.

Características físicas, convicções políticas, filiação partidária, capacidade de liderança, competência, confiança, programa de governo, modelo administrativo, são atributos pessoais e políticos que se confundem e passam a formar uma única imagem: a do candidato em competição ou, genericamente, a imagem da política no momento eleitoral (Glass, 1985).

King (1995) demonstrou que três grandes periódicos americanos (*The New York Times*, *The Washington Post* e *Los Angeles Times*), igualmente, demarcavam uma certa imagem para os candidatos à sucessão presidencial americana ocorrida em 1992 (Bush, Clinton e Perot). As imagens foram fixadas no início da competição e continuaram presentes durante toda a campanha. Os atributos referentes aos candidatos apareciam sempre em associação a duas características pessoais, normalmente tidas como fundamentais pelo eleitor: integridade e competência. Ora, são características, pessoais, mas dizem respeito ao fazer político.

Pesquisa sobre a cobertura de O Globo para a eleição municipal do Rio de Janeiro de 1992 (Dias, 1995, 1997) mostrou que, naquele contexto, as histórias pessoais ou humanização dos candidatos estavam intimamente relacionadas a um modo de anunciar a política. O estudo se valeu do conceito de imagem-mensagem, demonstrando a possibilidade de construção de imagens a partir da interdependência de discursos verbais e não-verbais que contenham atributos relacionados ao universo da competição eleitoral.

Dentro dessa conceituação, os diferentes atributos formam inicialmente imagens isoladas e, com o decorrer da disputa, a conjugação das imagens passa a constituir uma imagem-mensagem anunciativa sobre a totalidade política. Ao compor a narrativa, os atributos com dimensão política têm a finalidade de informar acerca do candidato enquanto indivíduo e enquanto um profissional destinado a desempenhar certas tarefas no campo da política. O homem e o administrador se completam e se transformam no político ideal, adequado às aspirações do eleitor, ou no político indesejável, necessariamente descartável.

Imagem-mensagem (Dias, 1995, 1997) é um conceito para ser usado em análise de competições eleitorais, envolvendo construções discursivas referentes à atributos com sentido político e recorrentes num determinado espaço e tempo. Quando as notícias trazem atributos cristalizados em momentos passados, significativos para a trajetória dos competidores, as disputas em movimento possibilitam a reinvenção e reenquadramento para situá-los no contexto específico da eleição.

Neste caso, o conceito retoma a idéia de personalização, pois, como podemos notar, nas disputas eleitorais, é comum ver os candidatos tentando fazer com que o eleitorado se identifique com certos aspectos de sua imagem: o homem, o pai, o político, o administrador. Estes aspectos são retrabalhados pelos políticos em função da conjuntura eleitoral, pois uma faceta pode ser mais útil do que a outra, dependendo das demandas políticas. A

preponderância do líder frente ao propósito programático da candidatura e da legenda partidária confere autonomia discursiva e imagética individual, envolvendo as personagens políticas em um conteúdo quase mítico, como se, simbolicamente, pudessem representar o próprio fazer político (Girardet, 1989; Miguel, 2000; Dias, 1995).

Ao reorganizar as fronteiras de um arcabouço programático coletivo, o candidato passa a significar o concreto e o abstrato, a totalidade política no universo dos significados simbólicos.

> [...] Rather than seeing political news as an account of events to which people react, I treat political developments as creations of the publics concerned with them. Whether events are noticed and what they mean depend upon observers' situations and the language that reflects and interprets those situations. A social problem, a political enemy, or a leader is both an entity and a signifier with a range of meanings that vary in ways we can at least partly understand. Similarly, I treat people who engage in political actions as constructions in two senses. First, their actions and their language create their subjectivity, their sense of who they are. Second, people involved in politics are symbols to other observers. They stand for ideologies, values, or moral stances and they become role models, benchmarks, or symbols of threat and evil. (Edelman, 1988:3).

São questões contemporâneas que mostram porque os atores políticos se esforçam para oferecer, diariamente, farto material aos meios de comunicação. Durante as competições eleitorais, a comunicação vem embalada por uma necessidade premente de convencimento a respeito das diferenças e perspectivas positivas e negativas das possibilidades de mundo que são oferecidas aos eleitores.

Segundo autores como Patterson (1993) e Bennet (1988), o jornalismo político constrói as notícias em torno de heróis e vilãos, tal qual na ficção, oferecendo ao eleitor a escolha entre pares dicotômicos, estereótipos idealizados como medo e esperança, bons e maus — um modelo maniqueísta que despreza a coexistência entre os diferentes. Este tipo de cobertura ocorre desde o surgimento das lideranças até o embate final propiciado pelo momento eleitoral (Patterson, 1993).

Outros estudos também apontaram a dramatização como forma de estruturação narrativa do jornalismo político brasileiro, revelando um espetáculo político construído sobre personificações do tipo mocinhos *versus* bandidos, simpáticos *versus* grotescos, no qual as questões de caráter substantivo eram ignoradas ou banalizadas por apelos emocionalizados (Dias 1995; 1997; 1998). Contudo, é justamente a dramatização que parece ajudar os indivíduos a aceitarem as condições impostas pelo próprio jogo político.

> [...] o espetáculo político encoraja as pessoas a apoiarem boas causas e lideres e se oporem a inimigos, a se sacrificarem pelo bem estar comum e por consentirem diante do inevitável. Ao fazê-lo encorajam a aceitação da estrutura social estável e da desigualdade que define suas experiências. (Edelman, 1998, p.29, tradução minha).

Personagens, cena e propósito seriam, então, ingredientes básicos do discurso jornalístico, elementos que serviriam de fio condutor para uma unidade narrativa dramática (James Carey, 1987).

Assim, os dispositivos discursivos dos jornalistas encontram eco na própria esfera da política, como sugere a análise de Wattenberg (1991), que mostra como o voto personalizado e de performance pode ter origem na exploração demasiada de características e habilidades pessoais, num cenário em que o político tornou-se investido de poderes especiais (negativos ou positivos).

Aureolados como líderes, caciques ou coronéis, o fato é que, também no Brasil, os partidos têm optado por competições eleitorais calcadas em pessoas e não em questões substantivas — o que pode sugerir que a política guarda bastante de nossa herança histórica neste tipo de postura. Mesmo o PT, que alardeia a importância do conteúdo programático partidário, manteve o mesmo candidato à presidência da República nas últimas quatro eleições. Esta tendência foi detectada em eleições municipais, estaduais e federais, em todos os partidos, que têm lançado mão em abundância de aspectos personalísticos, fazendo das questões políticas um cardápio recheado de sedução e apelos

emocionais (Figueiredo et al., 2000). Esses relatos sugerem um entrelaçamento significativo entre o fazer político e a cobertura jornalística.

Alguns autores evidenciam a perspectiva de que a cobertura jornalística é constituída por esquemas narrativos. Segundo Jamieson (1992), os esquemas podem estar ancorados nos eventos gerados pelas campanhas e nas pesquisas de opinião. Neste caso, a pergunta-resposta fundamental nas reportagens é sobre quem está ganhando e por quê. Neste esquema, é como se as histórias pudessem informar, antecipadamente, todos os dias, o resultado da eleição. Portanto, haveria sempre um vencedor proclamado antes do resultado das urnas. O esquema assemelha-se ao da corrida de cavalos, que interpreta a narrativa a partir da disputa (quase física) entre os competidores. A notícia, portanto, é o lugar da antecipação.

Uma outra questão, diz respeito à avaliação feita por Patterson (1993) de que a imprensa americana, em muitos casos, é guiada por um viés antipolítico que incide sobre a tradução dos acontecimentos. Um dos facilitadores do crescimento deste viés seria a preponderância do modo interpretativo, em lugar do descritivo. Este *framework* se atém aos fatos e aos indivíduos nele envolvidos, ao passo que o interpretativo concede mais liberdade de construção aos profissionais de imprensa e invoca a presença de comentadores, ou seja, indivíduos aos quais se concede autonomia discursiva para reconstruir e atribuir significado aos acontecimentos. São personagens externos aos acontecimentos — fontes e comentadores, *news makers* e *news shapers* (Soley, 1992). O viés antipolítico estaria propiciando o crescimento de notícias negativas nas campanhas eleitorais e mesmo, no dia-a-dia da política (*bad news versus good news*).

Por exemplo, a imprensa não divulgaria simplesmente o resultado das pesquisas de opinião. Ela se concederia o direito de traduzi-las prospectivamente, reinterpretando-as de modo a interferir no rumo das próprias campanhas. Na pesquisa feita por Patterson, os candidatos eram

classificados pela imprensa segundo quatro diferentes tipos: candidatos que estão 'ganhando posição aos saltos', candidatos que estão 'na frente', candidatos que estão 'perdendo terreno' e candidatos que são 'prováveis perdedores'. Com isto, as histórias da competição eram contadas a partir de um enquadramento prévio dos candidatos.

Patterson concluiu que o esquema dominante no discurso jornalístico americano se estrutura em torno da noção de que a política é um jogo estratégico. A cobertura da competição privilegia o esquema "jogo eleitoral", destacando as estratégias das campanhas com ênfase para o sucesso e o fracasso pessoal dos candidatos. Neste caso, as questões substantivas são relegadas ao segundo plano e o foco principal desloca-se para a disputa entre os indivíduos (é a competição em si, também no estilo '*horse race*'). As questões políticas perdem valor de notícia porque não 'acontecem', elas simplesmente existem como se desprovidas de produtores ou protagonistas. Elementos substantivos são questões que permanecem estáticas, não têm movimento e são consideradas como pouco adequadas ao mundo das 'notícias reais'[3].

Para Semetko (1991), a imprensa britânica também passou a privilegiar essa forma de narrativa a partir dos anos 80.

Pesquisa realizada sobre a campanha de reeleição de FHC, em 1998, mostrou a existência de um viés afinado com a perspectiva política majoritária e ancorado na defesa da liberdade de mercado, em uma cobertura onde os grandes jornais emolduraram a eleição num momento de resistência à crise econômica mundial:

> [...] este acontecimento, conceituado como 'momento Brasil', teria como problema principal o seguinte apelo: o mundo pode acabar amanhã, mas o Brasil tem salvação. A discussão da eleição, naquele 'momento' específico não tinha muita importância, pois o melhor a fazer era deixar os eleitores (bravos

[3] Detalhes do argumento podem ser encontrados em: Thomas E. PATTERSON, "Views of winners and losers" e Dean E. ALGER, "The media in elections: evidence on the role and the impact".

> soldados) bem informados sobre o inimigo, isto é, a crise mundial. O ‘momento Brasil’, paradoxalmente, não trata simplesmente da crise econômica; ao contrário, informa os eleitores e através das informações os convoca para a decisão eleitoral. Postos lado a lado FHC e Lula, por exemplo, quem é o estadista? Quem tem experiência internacional em negociações? Quem tem credibilidade junto aos garantidores? Quem é firme, capaz, está preparado? A resposta pode ser bastante simples: alguém que já vem fazendo isto e já provou que pode manter o país nos trilhos – não importa que trilhos. Afinal de contas não se pôs em questão o modelo praticado pelo governo, mas o imperativo de resolver uma crise de dimensão global. O presidente FHC já estava realizando seu papel e precisava continuar sua saga, o que negava qualquer idéia de ruptura daquele modelo de condução do país. (Dias 1998b, p.16).

Embora bastante crítica ao fazer político, não nos parece que a imprensa brasileira tenha um viés especificamente antipolítico, pois, de modo geral, ampara a idéia da democracia como forma de produção de governo. Ao contrário, podemos notar a presença de um viés político, de ator participante na mobilização pela produção do voto. Talvez este fenômeno seja fruto da herança histórica de nosso jornalismo ou mesmo conseqüência do processo de redemocratização recente, que nos legou instituições ainda frágeis que necessitam aglutinar e ampliar as diversas forças políticas e civis na tentativa de obter credibilidade junto à sociedade.

Na pesquisa que conduzimos sobre a reeleição de Fernando Henrique Cardoso (Dias, 1998), notamos que a forma como a imprensa brasileira anunciava e interpretava a competição entre os candidatos revelava, também, um determinado entendimento sobre a política nacional, um modo de ‘pensar’ o fazer político e o Brasil.

Em resumo, será que o jornalismo brasileiro segue os padrões da imprensa americana, conforme tipificados pelos pesquisadores referidos, como o esquema bem *versus* mal, a corrida de cavalos, o esquema do jogo? Há um enquadramento padrão na cobertura eleitoral brasileira? Qual o lugar da política nessa cobertura?

Neste capítulo, discutimos alguns dos problemas e respostas encontrados por diversos pesquisadores, muitos dos quais serviram de base à

presente investigação, pois esclarecem sobremaneira diversos aspectos da cobertura política feita pelos meios de comunicação.

No entanto, parece-nos que ainda não respondem a importantes problemas de pesquisa referentes ao entrelaçamento da cobertura jornalística com as artimanhas da política, como a presença significativa das lideranças partidárias e de grupos políticos durante competições eleitorais majoritárias. Presença essa que, em alguns momentos, pode consolidar a imagem de um candidato ou mesmo sobrepor-se à mesma. Parece-nos, sobretudo, que também não esclarece diversas questões importantes sobre os critérios de noticiabilidade que incidem sobre a cobertura de competições eleitorais majoritárias e outros eventos políticos que ganham longevidade editorial, ou seja, que pessoas e temas viram notícia e de que modo entram na cobertura jornalística.

No entendimento da presente pesquisa, a raiz desta questão está na metodologia e nos conceitos de enquadramento usualmente empregados que, no caso do processo eleitoral, focam sobremaneira na figura do candidato e dispensam as diversas lideranças políticas e civis que dão sustentação a cada uma das candidaturas apresentadas no tabuleiro eleitoral.

O capítulo que vem a seguir apresenta o conceito de adversarismo político, uma proposta para a compreensão natureza da cobertura jornalística de competições eleitorais majoritárias. Este conceito traz, também, uma hipótese sobre o que é a política para a mídia.

Finalizando, ressaltamos que o presente trabalho atende a uma demanda dessa área de estudos e, conforme sugerido por Durham (1998) e Porto (2001c). Assim, buscamos integrar uma teoria e um método, definindo claramente os termos a serem utilizados na análise empírica.

CAPÍTULO 2

ADVERSARISMO POLÍTICO
UM NOVO CONCEITO DE ENQUADRAMENTO

> [...] a mais nobre e útil de todas as convenções foi a da linguagem, que consiste em nomes ou apelações e em suas conexões, pelas quais os homens registram seus pensamentos, os recordam depois de passarem, e também os usam entre si para a utilidade e conversa recíprocas, sem o que não haveria entre os homens nem Estado, nem a sociedade, nem contrato, nem a paz, tal como não existem entre os leões, os ursos e os lobos. [...]. (Hobbes, 1983, p. 20)

No capítulo anterior, discutiu-se alguns modelos teóricos e resultados analíticos relativos aos meios de comunicação, especialmente em sua relação com a política. Neste capítulo, discutir-se-á uma das propostas fundamentais deste trabalho: o conceito de adversarismo político, que vem a ser uma nova proposta de enquadramento para análise da cobertura jornalística de competições eleitorais majoritárias.

Nos paises democráticos, o acontecimento eleitoral é algo “vivo”, dinâmico, movido por interesses de todos os matizes, envolvendo investimentos financeiros de amplo aspecto e disputas de toda natureza. Durante as competições, há uma luta constante para que o acontecimento seja divulgado, amplificado, comunicado dentro de marcos favoráveis a esse ou àquele grupo. A disputa pelo poder, visível ou invisível, faz parte do processo eleitoral: “From the standpoints of politicians, it has always been clear that power and influence in a democratic society depend on the control and strategic use of information [...]” (Bennet, 1988).

Os competidores lutam pela melhor posição, sabedores de que a mídia convencional tornou-se um palco privilegiado para a comunicação política, haja vista a amplitude do seu público. Estratégias tradicionais, como caminhadas e comícios, passaram a servir de atalho para a mega-exposição propiciada rápida e eficazmente pela mídia.

Essa política eleitoral é feita com base na existência de grupos políticos antagônicos e em constante disputa por um modelo ideal de mundo. Mas isto não conduz à guerra, pois alguns dos requisitos básicos para a configuração de um regime democrático se ancoram na aceitação do dissenso e da liberdade de associação política. Comumente, os países baseados no princípio democrático como forma de produção de governo têm mais de um partido político concorrendo nas competições eleitorais e, via de regra, pelo menos dois candidatos disputando cargos de importância máxima — presidente, primeiro ministro, chanceler, etc.

Portanto, se democracia é o regime político próprio ao dissenso, à discórdia pacífica, ao livre debate de idéias, de associação e formação de grupos políticos diferentes, logo, é o lugar do adversarismo político, que podemos conceituar de modo sintético como a possibilidade de atuação democrática e significativa de lideranças políticas em permanente disputa.

A democracia define, nos termos das regras estabelecidas, quem são os derrotados. Garante também que esses irão acatar a derrota, pois a perspectiva democrática é boa já que concede ao futuro, ou seja, a uma próxima disputa, a oportunidade dos derrotados tornarem-se não-derrotados.

As regras do jogo delimitam claramente o campo/os limites do modo de ataque/defesa entre os adversários, ou seja, delimita em que termos que pode ocorrer a eliminação/aniquilamento do adversário. Conforme veremos nas próximas seções, esses limites são o da palavra e o das próprias regras do jogo eleitoral.

2.1. Enquadramentos da mídia e o processo eleitoral

Mauro Porto (2002), num artigo de grande relevância para a pesquisa nessa área, destacou as propostas abrangendo o conceito de enquadramento e outras proposições analíticas, com destaque para aquelas que se encontram consolidadas pela literatura corrente.

Proposta	**Argumentos principais**	**Autores**
Enquadramentos	[…] princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento nestes eventos. […] marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente que permitem às pessoas fazer sentido dos eventos e das situações sociais (Porto, 2002, p. 4).	Erving Goffman, *Frame* analysis, 1986.
Alteração da atratividade na formulação de problemas e propostas	[…] as pessoas freqüentemente decidem de acordo com a forma como os temas são enquadrados […] escolhas envolvendo ganhos […] tendem a rejeitar riscos, enquanto que as escolhas envolvendo perdas […] tendem a estimular as pessoas a assumir mais riscos (Porto, 2002, p. 5).	Kahneman e Tversky, 1984, 1986.
As notícias definem e constroem a realidade	[...] as noticias são "um recurso social cuja construção limita um entendimento analítico da vida contemporânea" (Tuchman, 1978, p.215) [...] (Porto, 2002, p. 5).	Gaye Tuchman, *Making News*, 1978.
Práticas específicas de organização discursiva	[...] Gitlin apresentou a primeira definição mais clara e sistemática do conceito de enquadramento: "... organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias [...] *são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira*" (Gitlin, 1980, p. 7; itálicos no original) [...] (Porto, 2002, p. 6).	Gitlin, 1980.
Matriz de assinatura [pacotes interpretativos incluem metáforas, slogans e imagens presentes nos	[...] todo tema político tem uma cultura [...] um discurso que se modifica no decorrer do tempo e que apresenta interpretações e significados sobre os fatos relevantes. Na maioria destes temas, existem 'pacotes interpretativos' que competem entre si. No centro de cada pacote está o enquadramento [...] uma 'idéia central organizadora' que atribui significados	William Gamson e Lasch, 1983; Gamsom e Modigliani, 1987, 1989; Gamsom e

discursos]	específicos aos eventos, tecendo uma conexão entre eles e definindo o caráter das controvérsias políticas. [...] os temas políticos são caracterizados por uma disputa simbólica sobre qual interpretação irá prevalecer [...] (Porto, 2002, p. 6).	Meyer, 1996.
Proposta	**Argumentos principais**	**Autores**
Temático	[...] na cobertura de eleições, jornalistas podem focalizar as propostas e posições dos candidatos [...] (Porto, 2002, p. 7).	Porto, 2002.
Corrida de cavalos [para períodos eleitorais]	[...] apresenta as eleições em termos de quem está crescendo ou caindo, focalizando o desempenho dos candidatos nas pesquisas e as estratégias dos candidatos para manter a dianteira ou melhorar o desempenho nas intenções de voto dos eleitores [...] (Porto, 2002, p.7).	Patterson, 1980, 1983; Robinson e Sheehan, 1983; Hallin, 1994.
Jogo [para períodos não eleitorais]	[...] ângulo similar ao da corrida de cavalos: a tendência da mídia de noticiar a política em termos estratégicos, ressaltando as intenções e ações dos diversos 'jogadores' [...] (Porto, 2002, p. 7).	Lawrence, 2000.
Resumo das diversas conceituações	"O enquadramento envolve essencialmente *seleção e saliência*. Enquadrar significa *selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento* para o item descrito" (Entman, 1994, p. 294, itálicos no original) (Porto, 2002, p. 7).	Entman, 1994.
Episódico [foco em eventos]	[...] faz com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos, em lugar da consideração de forças ou fatores sociais mais amplos [...] a relação entre estes problemas e ação ou falta de ação de líderes políticos fica obscurecida [...] (Porto, 2002, p. 10).	Shanto Yvengar, *Is Anyone Responsible?*, 1991.
Estratégico	[...] quando o noticiário adota um "enquadramento estratégico", chamando a atenção da audiência para as motivações manipulatórias dos políticos, o cinismo e a desconfiança do público são ativados. [...] (Porto, 2002, p. 11).	Capella e Jamieson, 1997.
Interesse humano	Focaliza indivíduos e produz um noticiário calcado na personalização	Neuman, Just e Criegler, 1992; Price,

		Tewksbury e Powers, 1997; Valkenbur, Semetko e Veese, 1999.

Dada a diversidade de propostas sobre enquadramento, segundo Porto (2002, pp. 14-20), alguns autores passaram a sugerir que os estudos especifiquem os níveis da análise em questão. Vejamos algumas das novas propostas para definição de enquadramento:

Proposta	**Argumentos principais**	**Autores**
1) da mídia 2) culturais	1) criados pelos jornalistas 2) já existentes no plano da cultura	Maher, 2001.
1) de formato 2) de conteúdo	1) dependente da editoração 2) relacionado ao material textual	Hertog e McLeod, 2001.
1) noticiosos (*news frames*) 2) temáticos (*issue frames*)	1) vêm do que se relata, ou seja, voltados para o conteúdo e formulados por determinados atores que precisam organizar previamente a opinião pública em favor de interesses próprios; 2) impostos pelas rotinas de produção e exigências mercadológicas.	Nelson e Willey, 2001.
1) noticiosos 2) interpretativos	1) [...] padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos. [...] ângulo da notícia, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros. [...] Nesta categoria estão [...] o "enquadramento de interesse humano" [...] o "enquadramento episódico" [...] o "enquadramento corrida de cavalos" [...] o "enquadramento temático" [...]. Uma característica importante dos enquadramentos noticiosos é o fato de que eles são resultado de escolhas feitas por jornalistas quanto ao formato das matérias, escolhas estas que têm como conseqüência a ênfase seletiva em determinados aspectos de uma realidade percebida (Porto, 2002, p. 15). 2) [...] são padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas e/ou eventos	Porto, 2002.

	políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de tratamento, etc. [...] este tipo de enquadramento tem origem geralmente em atores sociais e políticos externos à prática jornalística [...] (Porto, 2002, p. 15).	

Quando relacionados à análise de coberturas jornalísticas de processos eleitorais, os diversos conceitos de enquadramento disponibilizados pela literatura corrente expressam um foco excessivo na figura do candidato às expensas de encobrir a presença das lideranças que também compõem o quadro eleitoral. Conclui-se que este predomínio interpretativo sobre o tema pode estar relacionado ao processo político-eleitoral americano, essencialmente focado na figura central do candidato.

Por isto, consideramos muito importante a análise de Hallin e Mancini (1993) que, ao estudarem a representação das notícias na Itália e nos Estados Unidos, igualmente democracias liberais, concluíram que a estrutura política da sociedade interferia na forma representacional das notícias.

> [...] As “imagens” da vida política fornecidas pelos media das duas sociedades, primeiro que tudo apresentam às suas respectivas audiências diferentes concepções daquilo que é política: mesmo como espelho da vida política os media são activos construtores de significado. Além disso, os media dos dois países não só espelham as formas da vida política das suas respectivas sociedades como lhes dão corpo. Dado que estão embutidas em contextos tão diferentes, os próprios media desempenham papéis diferentes: o relato das notícias na Itália não é o mesmo tipo de actividade que o relato das notícias nos Estados Unidos. Assim, a estrutura vem a ser incorporada em certos modos de falar acerca da política, convenções de comunicação que por sua vez afectam profundamente as possibilidades do discurso político na sociedade. (Hallin e Mancini, 1993, p. 308).

Para os autores, há diferenças significativas na estrutura noticiosa desses países, por exemplo, sobre quais atores políticos aparecem nas notícias: nos Estados Unidos, o Presidente ou o governante; na Itália, o partido político.

Ainda, a conceituação do que é a política também comporta diferenças: nos EUA, a política é o governo; na Itália, a atividade partidária e o debate.[4]

É inegável que, historicamente, o fazer político no Brasil[5] tem assegurado um lugar de destaque para as lideranças dos partidos e dos grupos políticos: patronos, padrinhos, chefes, coronéis, líderes, muitas são as denominações para essas figuras que, às claras ou nos bastidores, exercem influência significativa no processo eleitoral.

Com isto, podemos dizer que uma candidatura a cargo político-eleitoral majoritário é formada por um candidato e por todas as lideranças que giram no seu entorno e que lhe dão sustentação tanto do ponto de vista político quanto financeiro.

Se a candidatura, portanto, não é feita somente com e pelo candidato, os processos analíticos devem levar em conta a presença dessas lideranças, que compõem, decidem, criticam, enfim, promovem as articulações políticas necessárias à manutenção da candidatura no cenário eleitoral.

2.2. Adversarismo: estratégia política e estratégia narrativa

Para investigar a cobertura da imprensa para campanhas eleitorais majoritárias, que compreendem intensa e significativa movimentação dos partidos e grupos políticos, proponho o uso de um modelo analítico que

---

[4] Nosso argumento não supõe necessariamente a presença da estrutura partidária mas das lideranças políticas, o que nos dispensa de tratar à exaustão a velha polêmica sobre o declínio dos partidos políticos. Sobre este tema, ver: Martin Watenberg, *The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s*; e, *The decline of political parties: 1952-1992*; Afonso Albuquerque e Márcia Ribeiro, "Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil"; e, "Partidos políticos em campanha: notas para uma metodologia de análise da propaganda política na televisão" (mimeo, cedido pelos autores).

[5] Não discutiremos o sistema político brasileiro mas concordamos tratar-se, atualmente, de multipartidarismo altamente fragmentado com tendências à coligação eleitoral, conforme analisado por Jairo Marconi NICOLAU, *Multipartidarismo e democracia: um estudo sobre o sistema partidário brasileiro*.

busque contemplar não somente o candidato, mas a integralidade da candidatura.

O modelo propõe focar na amplitude das estratégias políticas que, no caso, abrangem não somente o candidato, mas a atuação, imagens e discursos das lideranças políticas que contribuem para a movimentação da competição eleitoral. Ressalte-se que este modelo é proposto para qualquer competição democrática e não somente para a realidade brasileira.

Supõe-se que este novo conceito de enquadramento denominado adversarismo político seja um instrumento de compreensão da construção de narrativas jornalísticas relativas à cobertura de eleições majoritárias.

Para Figueiredo et. al. (2000), em uma competição eleitoral democrática as candidaturas são trabalhadas de modo que o eleitor possa avaliar e escolher entre mundos possíveis a serem garantidos pelo candidato, grupo político ou partido:

> Se, por um lado, no debate eleitoral, a idéia de persuasão é mais fluida do que em outras situações, por outro o processo de persuasão é bem mais complexo, pois os candidatos transitam, o tempo todo, entre mundos possíveis, atuais e futuros.
>
> A lógica da competição eleitoral exige de cada campanha a seguinte estrutura discursiva:
>
> 1. descrever um mundo atual, dentre os possíveis, que melhor represente as condições sociais em que as pessoas vivem [...];
>
> 2. descrever um mundo futuro, dentre os possíveis, desejável para a maioria do eleitorado [...], isto é, a situação melhorará;
>
> 3. a melhor maneira de se construir o mundo futuro desejável é fazer “x”; e
>
> 4. a única garantia de que “x” será feito é através do candidato, do grupo político ou do partido ao qual está ligado; esses atores se tornam os garantidores da realização do mundo desejável. (idem, p. 153)

Os autores demonstraram a estrutura da competição retórica, por meio da seguinte matriz discursiva (p.154, op. cit.):

	Mundos Possíveis	
Campanha	**Atual**	**Futuro**
Situação	Bom	Ruim
Oposição	Ruim	Bom

O medo e a esperança fazem parte da história da teoria política e têm acompanhado também a lógica dos processos eleitorais no Brasil (Figueiredo et. al, op. cit.; Chaia, 2003).

A oposição ou o adversário, para cada um dos candidatos que disputam um cargo majoritário, é sempre um sujeito político nefasto, a não ser que a candidatura não vislumbre a possibilidade de competir em igualdade de condições de vitória. Quando isto ocorre, o adversário deixa de ser um potencial inimigo e se torna um potencial aliado, principalmente no caso brasileiro que tem eleições em dois turnos.

É a lógica da política eleitoral e parece-nos ser a lógica da cobertura jornalística desse tipo de acontecimento político.

Quando ocorre um fato impactante, como denúncias ou alianças inovadoras, a lógica jornalística é dar voz às lideranças dos grupos políticos, especialmente dos mais fortes. O que a narrativa jornalística põe em evidência, nesses casos, é o adversarismo ou a pacificação conjuntural dos grupos. Duas faces da mesma moeda.

Uma hipótese é de que o próprio conceito de política, dentro da narrativa da mídia impressa, está revestido pela lógica do adversarismo político.

Paradoxalmente, duas leituras contribuíram para a formulação do conceito de adversarismo político. A interpretação schmittiana da política como uma relação visceral entre amigo-inimigo e a leitura feita por Chantal Mouffe sobre o funcionamento da democracia pluralista:

> Lo que caracteriza a la democracia pluralista en tanto forma específica Del orden político es la instauración de una distinción entre las categorías de “enemigo” e de “adversario”. Eso significa que, en el interior del “nosotros” que constituye la comunidad política, no se verá en el oponente un enemigo a abatir, sino un adversario de legítima existencia y al que se debe tolerar. Se combatirán con vigor sus ideas, pero jamás se cuestionará su derecho a defenderlas. Sin embargo, la categoría de “enemigo” no desaparece [...].
>
> Una vez que hemos distinguido de esta manera entre antagonismo (relación con el enemigo) y agonismo (relación con el adversario), podemos comprender por qué el enfrentamiento agonal, lejos de representar un peligro para la

> democracia, es en realidad su condición misma de existencia. Por cierto que la democracia no puede sobrevivir sin ciertas formas de consenso — que han de apoyarse en la adhesión a los valores ético-políticos que constituyen sus principios de legitimidad y en las instituciones en que se inscriben —, pero también debe permitir que el conflicto se exprese, y eso requiere la constitución de identidades colectivas en torno a posiciones bien diferenciadas [...]. (Chantal Mouffe, 2004, www.politica.com.ar).

O conceito de adversarismo político pressupõe tanto o antagonismo quanto a relação amigo-inimigo, considerando que, nos marcos da democracia, há uma efetiva guerra discursiva. As armas que derrubam os adversários são delimitadas pelas das regras eleitoral. Os adversários não são eliminados fisicamente, mas vitimados pelo poder da palavra, das articulações políticas e do voto do eleitor. As escaramuças ocorrem nos limites do xingamento, da troca de injúrias, dos escândalos. Se ultrapassarem esses limites, tênues, mas consagrados, põe-se em risco o próprio regime democrático.

Até mesmo as alianças são entendidas como a capacidade de um subjugar ou paralisar o outro. As fronteiras de cada candidatura são ampliadas ou encolhidas em função da capacidade de articulação dos laços de amizade ou inimizade das lideranças de cada grupo.

O agir político é um agir entre adversários que se esgueiram por entre suas próprias estratégias, como os programas gratuitos de rádio e televisão, para combater os outros. Há agressões, acusações, xingamentos, mas tudo nos limites da palavra, das estratégias da política e, contemporaneamente, do marketing eleitoral, embora a intenção e a motivação sejam destruir e eliminar o inimigo-adversário.

O antagonismo nada mais seria do que o por em pauta o adversarismo político. Por isto, na cobertura eleitoral, pode-se colocar duas candidaturas ou dois grupos políticos em oposição. No caso de competições que seguem a regra de mais de uma votação, como é o caso do sistema de dois turnos definido pela legislação brasileira, independente do número de candidatos que iniciam a corrida eleitoral, ao final, permanecem dois candidatos em disputa, com os demais se reagrupando em torno desses. Os grupos políticos se

confrontam em todos os aspectos até o dia da votação. Quando há segundo turno, os perdedores da primeira etapa tornam-se novamente competidores, reagrupando-se em torno dos finalistas, conforme seus novos interesses. Há uma espacialidade e uma temporalidade nesse processo, definidas pelo contexto eleitoral.

O lugar reservado à política nas competições eleitorais é o lugar do antagonismo democrático, dos grupos em situação de disputa, onde inimigos públicos se atacam discursivamente em função das diferentes visões sobre o funcionamento da vida econômica, política e social de uma comunidade.

Se as disputas e querelas conferem movimento às campanhas, lançamos a hipótese de que a cobertura jornalística de competições eleitorais majoritárias é uma narrativa que se constrói a partir do adversarismo presente nas articulações políticas ocorridas dentro dos seguintes e principais eixos: 1) candidatos *versus* candidatos; 2) candidatos *versus* lideranças amigas; 3) candidatos *versus* lideranças inimigas; 4) lideranças *versus* lideranças, sejam estas amigas ou inimigas. Ao se apropriar e recompor o jogo discursivo de candidatos e lideranças, a imprensa constrói a sua narrativa sobre a dinâmica eleitoral. 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.

O adversarismo, intenso ou moderado, oferece a chave interpretativa para a cobertura, tornando-a mais próxima de uma matriz narrativa do seguinte tipo: o que candidatos e/ou lideranças disseram/dizem/estão dizendo sobre seus amigos ou sobre seus inimigos, seja relacionado a pessoas ou a projetos, para eliminá-los da competição (no caso de inimigos) ou ajudá-los (no caso de amigos). Nessa matriz, questionamentos e explicações vindos da narrativa jornalística são, possivelmente, antecipações de cenários ou traduções que envolvem a espacialidade e a temporalidade da política. É nesta apropriação e recomposição do jogo discursivo de candidatos e lideranças que a imprensa

constrói a sua narrativa sobre a dinâmica eleitoral e pode encobrir sua posição de sujeito interessado, mesmo quando a narrativa privilegia um competidor em detrimento de outro(s).

2.3. Adversarismo político e critérios de noticiabilidade: quem entra e como entra na cobertura jornalística de competições eleitorais

Conforme os argumentos apresentados nas seções anteriores, supõe-se que o conceito de política presente na cobertura da imprensa esteja relacionado ao confronto que se estabelece na arena política. Assim sendo, resta-nos discutir a questão dos critérios de noticiabilidade, ou seja, resta saber quem entra e como entra na cobertura jornalística, especialmente de competições eleitorais.

A hipótese é a de que, na cobertura jornalística de competições eleitorais majoritárias, são incluídos os candidatos que sobressaem na competição segundo a lógica do adversarismo político, isto é, a lógica do confronto que passa pelos eixos já referidos: candidatos *versus* candidato, candidatos *versus* lideranças amigas, candidatos *versus* lideranças inimigas, lideranças *versus* lideranças, sejam estas amigas ou inimigas. Parece-nos que o candidato que não se situa neste círculo discursivo e de poder permanece fora da cobertura e, portanto, do ponto de vista da imprensa, fica fora da competição.

Desta forma, o que determinaria o critério de noticiabilidade seria o adversarismo que candidatos e lideranças estabelecem na arena eleitoral.

É preciso ressalvar, contudo, que a hipótese não supõe que os valores de noticiabilidade são impostos ou determinados pelos políticos. Certamente que não. A formulação respeita o princípio de que critérios de noticiabilidade são definidos pelos veículos de comunicação, mas mantém como indicação

que a mídia se apropria das artimanhas da política para construir a sua narrativa das competições eleitorais.

2.4. Síntese

Neste capítulo, formulou-se o conceito de adversarismo político, que vem a ser uma nova proposta de enquadramento para análise da cobertura jornalística de competições eleitorais majoritárias.

Três hipóteses dão sustentação à proposição: 1) a de que o jornalismo recompõe a competição eleitoral a partir da apropriação do jogo discursivo da política, jogo este modelado pelo adversarismo entre os grupos; 2) a de que os critérios de noticiabilidade, ou seja, que pessoas e temas entram e de que modo na cobertura jornalística, estão relacionados ao confronto que se estabelece na arena eleitoral; 3) a de que, ao construir uma narrativa da dinâmica eleitoral baseada no adversarismo, a mídia pode encobrir sua posição de sujeito interessado, mesmo quando a narrativa privilegia um competidor em detrimento de outros.

No capítulo seguinte será apresentada a formulação relativa à metodologia de análise da construção e apresentação da informação jornalística, especialmente de fenômenos políticos de maior longevidade editorial, como são as competições eleitorais majoritárias.

CAPÍTULO 3

LUGARES NARRATIVOS
UMA METODOLOGIA DE ANÁLISE

> [...] promover uma imagem ou uma informação é destacar do real uma superfície [...] O pôr em visibilidade não constitui apenas um ser ou um fazer; não é simplesmente infinitivo, contém modalidades do poder e do dever. Indica um possível, um duplo sentido da capacidade e da autorização. A informação é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido [...] Existe um imperativo na informação. (Mouillaud et al., 1997, pp.37-8).

Neste capítulo será apresentada uma proposta de metodologia para análise da cobertura jornalística de eventos com longevidade editorial, tais como as competições eleitorais majoritárias. O que se pretende é uma ferramenta que auxilie nos processos analíticos da construção e apresentação da informação jornalística.

A construção de sentido presente na diagramação do jornal é matéria relevante e tem sido objeto de análise em vários estudos. Para diversos autores, a disposição das notícias nas páginas obedece a critérios de hierarquia e relevância. Em certos casos, podem vir formatadas como uma pirâmide invertida, facilitando o manuseio do jornal por parte do leitor que, necessariamente, não precisará ir muito além das manchetes e fotos principais para se inteirar do conteúdo principal.

A arte de montagem incluiria também a associação entre discursos verbais e não-verbais; a criação dos títulos, antetítulos e subtítulos; a

construção do *lead* (primeiro parágrafo) obedecendo ao modelo dos cinco W e um H: what, where, why, who, when, e how; a escolha de fotos, infográficos e legendas; a disposição das matérias no alto e à direita da página; as páginas ímpares; a seleção e elaboração dos temas; e o uso de categorias esquemáticas, estilos e palavras eleitas para descrever os fatos.

> [...] o poder dos *media* está não apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem. As notícias num jornal ou na televisão têm uma relação com o 'mundo real', não só no conteúdo mas na forma; isto é, no modo como o mundo é incorporado em convenções narrativas inquestionáveis e despercebidas, sendo então transfigurado, deixando de ser um tema de discussão para se tornar uma premissa de qualquer possível conversa. (Schudson, apud Traquinas, 1994, p. 279).

Segundo Gaye Tuchman (1978; apud Van Dijk, 1996), por meio da microanálise textual podemos perceber que a notícia constrói uma certa realidade: "A notícia não se caracteriza como uma imagem da realidade, que pode ser correta ou deformada, mas como um marco por meio do qual se constrói rotineiramente o mundo social" (apud Van Dijk, op. cit., p. 22, tradução minha).

Para muitos autores (Darton, 1990; Tuchman, 1993; Bird e Dardene, 1993; Roeh, 1989), o relato dos acontecimentos são histórias constituídas pelo modo narrativo do jornalismo.

> "Dizer que uma notícia é uma 'estória' não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, nos alerta para o facto de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna. Os relatos noticiosos, mais uma realidade selectiva do que uma realidade sintética, como acontece na literatura, existem por si só. Eles são documentos públicos que colocam o mundo à nossa frente". (Tuchman, 1993, p. 262).

Cabe uma breve ressalva quanto ao termo 'estória', conforme aparece no texto acima, em uma versão na língua portuguesa de Portugal. É que a lingüística e a historiografia brasileiras, contemporaneamente, não reconhecem mais a antiga distinção entre estória e história. Por isto, neste trabalho, optamos por utilizar preferencialmente a grafia história

indistintamente, mesmo quando estamos discutindo um autor que utilize o termo estória ou a distinção, freqüente na língua inglesa, entre ‘story’ e ‘history’. A grafia ‘estória’ ou ‘story’ será mantida somente quando aparecer em citações.

Quanto ao problema das formas de representação da realidade remete a uma relação delicada entre o real acontecido (fato) e o real reconstruído (notícia). Como os profissionais de comunicação têm autonomia para selecionar e tratar os eventos, o discurso jornalístico se transformou num canal bastante adequado à apresentação do interesse público e do interesse privado indistintamente, uma forma ímpar de se legitimar o discurso privado em nome do interesse público.

> [...] Os meios de comunicação de massa podem ser encarados como instrumentos do campo social, um modo de produção e apresentação do real, e uma das suas formas de produção é a fragmentação da realidade por intermédio da fragmentação do processo informativo, transformando o todo coerente, o histórico-factual, numa sucessão de eventos independentes entre si, sem conexão e aparentemente portadores de significado autônomos. A lógica da realidade construída é a ausência do todo... A notícia (a forma de revelação), portanto, é que dá visão ao fato, ou seja, o processo comunicativo se confunde com o processo de criação da realidade, e real, portanto histórico – repete-se – é o que é noticiado. (Amaral Vieira, R.A. 1984, pp. 60-61).

Segundo Molotch e Lester (1993, p. 36), “[...] o conteúdo das concepções de um indivíduo, da história e do futuro da sua comunidade, vem a depender dos processos através dos quais os acontecimentos públicos se transformam em recursos do discurso nos assuntos públicos. [...]”.

O discurso da mídia também é um discurso público e, sendo assim, o caráter de verdade da notícia repousa sobre o paradigma da impessoalidade e da imparcialidade, ainda que crenças e atitudes permaneçam nos textos (Van Dijk, 1996).

Schudson (1982) apontou a importância de se considerar as determinantes culturais na construção da narrativa jornalística. Umberto Eco (1991) discorreu sobre as circunstâncias da enunciação como marcas presentes em qualquer ato de comunicar. Veron (1980) propôs que produção, circulação

e consumo dos discursos jornalísticos são partes integrantes de uma dinâmica social e que, por isto, qualquer sentido atribuído a um conteúdo discursivo deve levar em conta as contingências de sua produção social e das formas de consumo e interpretação individual.

> Quando se trata de dar conta, no interior de um processo determinado de circulação, dos efeitos de sentido de um conjunto significante dado, isto é, quando se olha pelo lado do reconhecimento, temos de haver-nos com as questões do poder. A noção de "poder" designa, no que concerne à semiose, os efeitos de discursos no interior de um tecido determinado de relações sociais. Ora, esses efeitos não podem ter outra forma que não seja a de uma outra produção de sentido. Já o dissemos: todo reconhecimento engendra uma produção, toda produção resulta de um sistema de reconhecimento. Se tal tipo de "mensagem" dos mass-media tem efetivamente um poder sobre os "receptores", como se diz, esse poder só existe sob a forma de sentido produzido: comportamento, falas, gestos, que definem por sua vez relações sociais determinadas entretidas para esses receptores e que se entrelaçam assim na rede infinita da semiose social. (Veron, 1980, p.197).

Podemos, contudo, indagar quanto às possibilidades de aprisionamento de um fato num ambiente disposto pelo formalismo da técnica para, posteriormente, dissecá-lo e traduzi-lo em novos termos. Esse é um dos dilemas da 'verdade' da notícia, pois o que chamamos de 'realidade' não configura algo concreto, disposto objetivamente. O processo de transformação do fato (real) em notícia (real transformado) passa por um modo peculiar de olhar e narrar. Eis o problema: como separar o real-real, do real-construção noticiosa?

Itzhak Roeh (1989) considera o jornalismo como a arte do contador/criador de estórias/história.

> I wish to talk about contextual truth, and I take ideology to be a key notion in the production of meaning in all storytelling, including journalism and historiography. Both combine "the real" with "the desirable", the "poetic" with the "rhetorical". Both "invent" story lines and suggest patterns of emplotment in order to produce contextual truth, to provide sense to existence, and meaningful answers to haunting questions (Itzhak Roeh, 1989: 165).

A fragmentação da informação, de simples técnica narrativa, torna-se um elemento legitimador de frações da realidade como se fossem a 'verdade dos fatos'. É a notícia fragmentada que representa a totalidade, configura o

verdadeiro real (Guimarães, 1995). Assim, ao descrever e interpretar um cotidiano distante e até desconhecido, os meios de comunicação legitimam imagens dominantes por meio de um discurso que tem força enquanto enunciador e integralizador do cotidiano.

Para Molotch e Lester (1993), os indivíduos melhor posicionados nas diferentes esferas sociais são invariavelmente grandes produtores de notícias, como ocorreria na política: “A riqueza e a ironia da vida política é feita de uma desenfreada competição especializada entre pessoas que têm acesso aos *media*, e como tal tentam mobilizar ocorrências como recursos para o seu trabalho de construção da experiência”. (idem, p. 40).

Este problema ganhou destaque na campanha à Presidência do Brasil, em 2002, pois, segundo relatos de estudiosos (Rubim, 1993; Alde, 1993, Porto, 1993) e da própria imprensa, os principais candidatos organizaram fortes esquemas de divulgação dos bastidores das campanhas. Tal ocorrência não merece estranhamento, pois conforme já discutido no presente trabalho (Cf. Cap.1), mídia e política têm intersecções necessárias, e cada qual contribui para a boa existência de ambas. Informação é uma moeda de troca especialmente valiosa.

A intervenção no processo de seleção do que mostrar é de grande relevância no processo de construção do mapa de informações a serem publicadas, assim como o viés destacado, ou seja, como mostrar, que são os ângulos, explicações e histórias extraídos dos eventos. A realidade não existe enquanto uma totalidade, mas como fragmentos que possuem um sentido de todo somente para os atores e espectadores daquele evento. Além disso, a torrente de sentido somente pode ser contida, ainda que parcialmente, à medida que haja a interferência de um discurso emoldurador.

Para Mouillaud, o discurso jornalístico opera como um dispositivo de emolduração e, por conseqüência, de localização do evento em uma cena nativa que reduz o seu campo e estanca os sentidos resultantes:

> A experiência não é reprodutível. Está ligada a um local, a um ponto do espaço e a um tempo. Já o acontecimento é móvel [...]. Trata-se de um fragmento extraído de uma totalidade que por si só não pode ser compreendida. Pode-se descrever este fragmento com um conceito que tomamos emprestado à fotografia e ao cinema, o enquadramento. Aparentemente a moldura é posterior ao quadro, mas o quadro procede de um enquadramento implícito que o precedeu. A moldura opera ao mesmo tempo um corte e uma focalização: um corte porque separa um campo e aquilo que o envolve; uma focalização porque, interditando a hemorragia do sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para um centro. O produto do corte e da focalização institui o que se chamará (dando-lhe amplo sentido) de 'cena'. A cena é o local nativo do acontecimento [...] (Maurice Mouillaud et ali. 1997:61).

Supõe-se então que, durante uma competição eleitoral, a emolduração contribuiu para o tipo de visibilidade que cada um dos competidores passa a ter. Por exemplo, os símbolos próprios dos cargos públicos, usados em profusão nas propagandas do horário gratuito de televisão e mesmo nas reportagens jornalísticas, seriam elementos emolduradores da realidade? (Lynda Lee Kaid e Christina Holtz-Bacha, 1995; Figueiredo et al., 2000).

Neste sentido, as estratégias utilizadas na composição das histórias, quando os eventos passam à categoria de acontecimentos, legitimam uma determinada fração da realidade como resultado da seleção deliberada de algumas imagens.

São convenções narrativas que ajustam o tecido midiático ao mundo social e tornam as mensagens compreensíveis, assim como reforçam certas impressões sobre a política. Elas servem para dar unidade a acontecimentos políticos muitas vezes descontínuos e de natureza complexa.

Na análise de Silvio Waisbord (1996), freqüentemente as histórias políticas são permeadas por uma linguagem moralista e enquadram os acontecimentos a partir dos indivíduos envolvidos. Isto contribuiria para a descontextualização dos problemas, pois a discussão sobre causas e efeitos e sobre o papel das instituições ficaria relegada a um segundo plano.

James Carey (1987) também apontou para esta questão, mostrando o quanto as histórias políticas são construídas a partir de nomes (pessoas) e

motivações individuais, fazendo predominar elementos dramáticos, como motivações, desejos e propósitos dos atores políticos. Schudson analisou diversos períodos da imprensa americana e destacou cinco convenções narrativas, dentre aquelas que considerou as mais utilizadas pelo jornalismo americano:

> 1. Que o parágrafo de abertura (*lead*) e a estrutura de pirâmide invertida são superiores a um relato cronológico de um acontecimento.
> 2. Que um presidente é o actor mais importante em qualquer acontecimento no qual tome parte.
> 3. Que uma notícia (*new story*) deve centrar-se, de preferência, num acontecimento único mais do que num acontecimento contínuo ou repetido, ou então, se a acção é repetida, a atenção deve centrar-se mais na novidade e não no padrão.
> 4. Que uma notícia (*new story*) que cubra um importante discurso ou documento deve citar ou declarar os seus momentos altos.
> 5. Que uma notícia (*new story*) que cubra um acontecimento político deve exprimir o significado dos actos políticos num enquadramento de tempo maior do que o dos próprios actos. (op. cit., p. 280).

O autor centrou sua análise sobremaneira na questão do conteúdo, o que tem sido a tônica de ampla maioria dos estudos sobre o tema. Mesmo quando se propõe discutir forma, prevalecem questões textuais, relativas ao conteúdo verbal de reportagens, editoriais, etc. Refletir também acerca da "arrumação" dos espaços noticiosos e de opinião no âmbito da topografia da página, portanto, torna-se uma opção investigativa enriquecedora.

> [...] a forma, a formalização e o formalismo não agem somente em função de sua eficácia específica, propriamente técnica, de esclarecimento e racionalização. Há uma eficácia propriamente simbólica da forma. A violência simbólica, cuja realização por excelência é sem dúvida o direito, é uma violência que se exerce, poderíamos dizer, nas formas e colocando formas. Colocar formas é dar a uma ação ou a um discurso a forma que é reconhecida como conveniente, legítima e aprovada, ou seja, como podemos produzir publicamente, diante de todos, uma vontade ou uma prática que, apresentada de outra maneira, seria inaceitável. A força da forma, esta *vis formale* da qual falavam os antigos, é esta força propriamente simbólica que permite à força se exercer plenamente, fazendo-se desconhecer enquanto força e fazendo-se reconhecer, aprovar e aceitar pelo fato de se apresentar sob a aparência de universalidade, de razão ou de moral. (Pierre Bourdieu, Coisas Ditas).

O presente trabalho reivindica a importância de novos estudos acerca da topografia da página, inter-relacionando forma e conteúdo, para que se possa

buscar os estratagemas narrativos da cobertura jornalística. Reivindica também a construção de uma ferramenta analítica, que vem a ser uma metodologia própria à análise de periódicos.

Como a perspectiva desta tese é formular uma metodologia que sirva como ferramenta auxiliar na compreensão do funcionamento discursivo do jornal impresso especialmente em seu entrelaçamento com a arena política, propõe-se, além da referida metodologia, um conceito sobre a lógica da narrativa jornalística relativa à cobertura de competições eleitorais para cargos majoritários (Cf. cap. 2).

3.1. Lugares narrativos[6]: formato, conteúdo e persistência narrativa

Toda esta problemática conduziu a presente pesquisa à investigação sobre a natureza da disposição topográfica da página impressa[7]. A partir de estudos teóricos e empíricos[8], formulou-se o conceito de 'lugares narrativos', que trata a página do jornal como uma superfície fragmentada e ao mesmo tempo evocativa de uma totalidade: um lugar de autoridade discursiva.

---

6 Minhas investigações sobre este problema tiverem início em 1995, resultando em dissertação de mestrado e outros *artigos*. Especificamente sobre a questão dos lugares narrativos, o primeiro resultado analítico foi divulgado ela primeira vez por meio do *artigo* "Toda a Nobreza de FH e Dona Ruth: A Visita Presidencial à Inglaterra no Discurso dos Jornais Brasileiros". Comunicação feita no XI Encontro Nacional da Compós, SP, 1998.

7 Minha compreensão do meio jornal recebeu grande influência da leitura que fiz de Maurice Mouillaud, *O jornal: da forma ao sentido*.

8 Sem poder contar com uma experiência mais profunda em análise do discurso e uso da língua nos processos de comunicação, busquei o auxílio luxuoso de alguns autores: Miltom José PINTO: *As marcas lingüísticas da enunciação* e "Semiologia e imagem"; Michel PÊCHEUX, *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*; Pierre BOURDIEU: *A economia das trocas simbólicas* e *O Poder Simbólico*; José Carlos CATTELAN, "Extraverbal x condições de produção - um diálogo entre Michel Pêcheux e Mikhail Bakhtin"; Umberto ECO: *A estrutura* ausente, O *conceito de* texto e Semiótica *e filosofia da linguagem*; Maria R.V GREGOLIN. "A análise do discurso: conceitos e aplicações"; Eduardo GUIMARÃES (org.), *História e sentido na linguagem*; Harold LASSWELL, *A Linguagem da política*; Maria Emília A.T. LIMA, *A Construção discursiva do povo brasileiro: Os discursos de 1o. de maio de Getúlio Vargas*; Eni Pulcinelli ORLANDI, *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*, *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos* e *Discurso e Leitura*.

> [...] as pessoas não vêem as notícias como elas realmente acontecem; elas apenas ouvem ou lêem sobre elas [...].
> [...] As convenções ajudam a tornar as mensagens legíveis. Elas fazem-no de uma maneira que se adapta ao mundo social dos leitores e escritores [...] A sua função é menos aumentar ou diminuir o valor da verdade que as mensagens transmitem do que dar forma e limitar o campo dos tipos de verdade que podem ser ditas. Elas reforçam certas hipóteses acerca do mundo político. (Schudson, 1993, p. 280).

Do ponto de vista da política, agregou-se ao modelo a noção de conjuntura ou contexto. Numa competição eleitoral, ao considerarmos as informações segundo essa janela chamada contexto da mensagem, notaremos que a cobertura jornalística informa sobre aspectos históricos, sociais, políticos daquele acontecimento. Esse discurso tem como destinatário um público anônimo e sem vínculos específicos a não ser o de consumidor do produto jornal. Mas esse público contém outro público também anônimo, no qual os indivíduos se vinculam por um fundamento: o de serem eleitores, interessados ou não no processo político em curso.

De acordo com seus fundamentos, a metodologia prevê a utilização de leituras quantitativas como ferramentas auxiliares ao processo analítico qualitativo. Em especial, indica-se a utilização da medição de freqüência de aparições ou citações, mas descarta-se peremptoriamente a busca de índices porcentuais de positividade, negatividade e neutralidade.

Os resultados da freqüência, quantificados ou simplesmente observados jornal a jornal, não devem ser transformados em índices porcentuais, mas em tendências e escolhas editorias a serem consideradas. Quando todos os jornais tiverem sido analisados, verificar-se-á as tendências e escolhas predominantes, ou seja, as estratégias narrativas predominantes e, assim, os padrões narrativos da cobertura focada pelo pesquisador.

Conforme explicitado, os lugares narrativos guardam relações de interdependência e continuidade no que diz respeito à construção e apresentação da informação e, por isto, importa sobremaneira avaliar os diversos elementos textuais e de formatação que compõem a topografia da

página do jornal, buscando entender e extrair o que passa a ser denominado por estratégia narrativa. Ao se compreender a lógica dessas estratégias, compreender-se-á a cobertura apresentada pelos periódicos.

A hipótese, neste caso, é de que as estratégias narrativas sejam compostas pelo entrelaçamento do formato – que contém padrões de apresentação e hierarquização – com o conteúdo – que contêm padrões de seleção e interpretação da informação. Isto não significa, contudo, que a investigação se dará em níveis diferenciados. Ao contrário, pressupõe exatamente desnudar a narrativa resultante do entrelaçamento desses padrões, cujas ocorrências se dão ao longo da topografia de cada jornal e no decorrer do evento.

Supomos que a edição diária de um periódico não se dá de modo caótico, bem como não pode se dar de modo caótico a produção textual. Sendo assim, partindo da idéia de que os formatos se cristalizaram ao longo do tempo, direcionados para o recebimento de determinadas produções textuais, concluímos que os elementos estruturantes das diferentes edições seriam, primeiramente, as escolhas editoriais.

Se não houvesse pelo menos um elemento estruturante, as edições seriam caóticas. Se não houvesse combinação entre formato e conteúdo, as diversas produções textuais se entrechocariam e não produziriam uma narrativa sobre os eventos, especialmente no caso de eventos com longevidade editorial, como são as competições eleitorais.

A investigação deve buscar padrões narrativos, conferindo, a cada jornal, a posição de narrador do acontecimento, especificamente no caso de eventos com longevidade editorial. Esclareça-se que a posição de narrador poderia ser conferida, individualmente, a cada sujeito-autor de reportagens ou artigos. Mas esta opção deve ser descartada, pois, do ponto de vista teórico e metodológico, relegaria os jornais investigados à mera posição de meio de informação. Conforme referido, os meios de comunicação devem ser

compreendidos como sujeitos do processo de informação, pois traçam escolhas editoriais e elegem tendências a serem seguidas nas coberturas realizadas.

Para se compreender a idéia de padrão narrativo é preciso retomar o conceito de estratégia narrativa e considerar que, ao supor-se uma estratégia, supõe-se também que: 1) há uma temporalidade e uma espacialidade, relativas à conjuntura em que se localiza o evento analisado; 2) há uma intenção, que se revela na decisão editorial e nas tendências divulgadas ou escondidas[9]. Daí a importância do conceito de adversarismo político para a compreensão do enquadramento, pois é o enquadramento que permite a verificação das escolhas editoriais e das tendências seguidas.

Quanto ao conceito de estratégia narrativa, este não guarda semelhança com a simples construção de histórias com começo, meio e fim, de onde, segundo a literatura vista, podem resultar histórias ancoradas em um enredo e uma moral. O conceito de estratégia narrativa supõe que os formatos recebem determinados conteúdos e que estes guardam relação com a lógica do evento. É por isto que a metodologia prevê o acompanhamento, ao mesmo tempo, de formato e conteúdo, em seu entrelaçamento cotidiano.

A idéia de padrão está relacionada ao evento focalizado e não à lógica intrínseca a qualquer cobertura jornalística. Por exemplo, ao se analisar a cobertura da eleição presidencial brasileira de 2002, pode-se inferir determinados padrões narrativos relativos àquela competição, pois, conforme já referido, a lógica da narrativa, no caso da competição eleitoral, está relacionada ao enfrentamento de candidatos e lideranças.

Para melhor compreender este entrelaçamento é que neste trabalho buscou-se conceituar os lugares narrativos mais significativos. A partir desta conceituação, passamos a ter cinco categorias de análise, conforme explanado

---

[9] Ideologia, visão de mundo e termos semelhantes foram propositalmente descartados, evitando-se, assim, discussões prescindíveis aos propósitos da pesquisa .

nas páginas que seguem. A construção de todas as categorias passou por leituras teóricas e por diversas análises de casos (Dias, 1995, 1997, 1998, 1998b).

3.1.1. Primeira página: mapa indicativo, caminho de leitura

A primeira página é um dos lugares narrativos em que as marcas da editoria e da editoração do jornal são mais fortes. É por excelência, um lugar de sedução. Diversos autores já apontaram para a importância da primeira página que, assim como a escalada no telejornal, funciona como uma espécie de "chamariz", um modo de dizer ao leitor ou telespectador o que ele não pode deixar de ler, no caso do jornal, ou assistir, no caso da televisão.

Para Antônio Fausto Neto, a primeira página é arrumada como uma vitrine, servindo para convidar o leitor a entrar: "O jornal traça suas estratégias visuais para mostrar a realidade tendo como suporte a primeira página, que funciona como uma espécie de vitrine à qual são dispensados os principais cuidados estéticos-visuais-gráficos [...]" (1995, p.113).

Conceituamos a primeira página como um pequeno mapa, um caminho de leitura para se atravessar o bosque denso que é o jornal como um todo. Este mapa indicativo pode estimular o leitor mas, também, provocar situações de desistência ou de retardamento do passeio.

Esta construção tomou, como princípio, uma interpretação de Umberto Eco (1994) acerca da parte introdutória ou mesmo os primeiros parágrafos de um livro, onde o modo narrativo do escritor sugere os caminhos a serem percorridos pelo leitor.

Em uma competição eleitoral majoritária, na qual diferentes grupos buscam ocupar o principal posto de comando político do país, a ausência constante de referências a determinados competidores, na primeira página,

pode indicar que este ou aquele grupo pode não estar contido no bosque noticioso a ser percorrido pelo leitor ou mesmo que a presença deles é de menor importância.

Por exemplo, se o candidato mais bem posicionado nas pesquisas não estiver na primeira página, onde estaria? Sua presença foi substituída por algum tema que lhe dará suporte, por personalidades ou líderes políticos representativos? Estará ocupando outro lugar narrativo de importância ou foi suprimido da cobertura? Quais seriam os significados possíveis, tanto da ausência quanto da presença ostensiva: temor editorial, apoio, aliança, descuido, esquecimento, substituição presencial por outro suporte simbólico?

Se a ausência na primeira página mostra e/ou esconde uma determinada lógica narrativa, faz-se mister, numa pesquisa sobre coberturas eleitorais, buscar explicações nos demais lugares narrativos. Rastrear motivos, escolhas, tendências, buscar os padrões narrativos que se escondem no entrelaçamento de formato e conteúdo.

3.1.2. A manchete como chave mestra da página

Títulos, antetítulos e subtítulos, em conjunto, compõem a manchete, principal ou secundária, um lugar narrativo de onde se informa sobre o enredo da matéria: assunto, tema principal, pertinência, afinidades.

As manchetes também promovem um jogo de esconde-esconde, de atribuição de relevância às matérias, pois títulos maiores e no alto da página reforçam a hierarquização do grau de importância das matérias distribuídas numa dada página e até na página ao lado.

Nesta pesquisa, conceituamos as manchetes principais como as chaves mestras que abrem a página do jornal. São elementos estruturantes de uma

topografia que, freqüentemente, consiste numa superfície fragmentada onde a informação jornalística se encontra dispersa.

> A página articula uma coluna vertebral e um estrato transversal. Chamaremos 'coluna' à unidade de referência da informação, desde seu título até os prolongamentos que ela pode ter no interior do jornal [...].
> O título representa uma região-chave do jornal na medida em que aparece na interseção de suas articulações; constitui uma unidade de corte do estrato e uma unidade de corte da coluna. [...] os dois valores do título, mesmo estando opostos, sustentam um ao outro, de sorte que o título constitui a abóbada do dispositivo completo do jornal. Eis porque o título não representa simplesmente uma variedade do enunciado em um *corpus* lingüístico, nem um item no fluxo das informações, mas a inscrição do jornal por excelência. (Mouillaud, 1997, pp. 99-100).

Durante uma campanha eleitoral, é significativo atentar para o conteúdo e o formato dos títulos, pois esses podem indicar a primazia de um candidato na cobertura da competição. Um título formatado no alto da página e em tamanho que lhe confere destaque, obscurece outros títulos formatados sem destaque ou mesmo reportagens inteiras, mesmo de maior densidade informativa.

A hierarquia das manchetes deve ser considerada de dois modos: 1) no âmbito da página, a manchete principal indica o tema de maior relevância; 2) na seqüência página-página, o assunto vai perdendo em relevância à medida que se avança na ordem crescente do caderno. Neste caso, faz-se necessário retomar o modelo teórico que diz sobre a possibilidade de interdependência e continuidade entre os lugares narrativos.

3.1.3. Fotografias e legendas: setas indicativas de localização e delimitação do discurso

As fotografias são como comprovantes, recibos, atestados do que vai descrito no corpo da reportagem. Denunciam, sugerem, informam, divertem, separam. São as imagens concretas, que ao mesmo tempo encantam e fornecem credibilidade.

Acontece que a fotografia não vem solta na topografia da página. De modo geral, ela se articula com as manchetes, reforçando informações e interpretações. Articula-se também com as legendas, que, em muitos casos, condensam o conteúdo das matérias.

Segundo artigo divulgado pela Associação Nacional de Jornais, "[...] pesquisas mostram que, ao ler as matérias publicadas nos periódicos, as legendas de fotos são o terceiro foco de atenção do leitor, vindo apenas depois do título e da própria fotografia [...]" (Milton Correia Junior, 2004, www.anj.org.br).

Fausto Neto sugere que, enquanto a fotografia faz explodir os sentidos, as legendas proporcionam a possibilidade de estancamento deste sentido, de "fixação da cadeia flutuante dos significados". As fotografias ajudam a compor a estética imposta pela diagramação e desprende elementos emocionais limitados pelo discurso verbal:

> "Através da fotografia, além do seu uso como elemento que completa o aspecto estético-visual de uma página, o jornal busca, de alguma forma, pelo menos naquilo que pode ser mostrado através das imagens (emoção, alegria, dor, choro), ultrapassar os limites verbais do discurso indireto, que não consegue transpor literalmente os elementos emocionais e afetivos do discurso. Neste sentido, o jornal tem na visibilidade o fundamento complementar de sua credibilidade" (Fausto Neto, 1995:115).

Neste trabalho, conceituamos a legenda não como um simples 'estancador' do sentido, mas, conjugada com a fotografia, tratar-se-ia de um reposicionador de questões, de temas, de problemas para o leitor. Enquanto lugar narrativo, portanto, trata-se de um espaço de contextualização do enredo sugerido nas manchetes ou, ainda, o lugar de onde se diz o que está sendo dito. Este lugar não necessariamente é um lugar físico. Antes, pode ser um lugar

afetivo, um lugar de memória, um lugar político, um lugar relacional: na essência, um lugar de revelação, marcado no tempo e no espaço.

Fotografias e legendas seriam, por assim dizer, mais um lugar narrativo de reposicionamento do enredo principal que será desenvolvido ao longo da história.

Ainda no âmbito dos formatos ilustrativos, faz-se necessária uma referência aos infográficos, pois, enquanto as fotografias parecem percorrer o binômio informação-sedução, os infográficos, preferencialmente utilizados em matérias de dimensão quantitativa ou comparativa, agregam um sentido de verdade e comprovação à parte textual.

O infográfico serve a um modo de racionalização da informação e da própria leitura. Se a informação completa se encontra dispersa na topografia da página, o infográfico a torna resumida em poucos números ou em pequenos textos. Com o uso dos infográficos, os textos sintéticos, interpretativos ou descritivos, podem funcionar como meio de comparação entre pessoas, preferências, idéias, propostas, épocas, estilos de vida, etc.

Na cobertura jornalística de competições eleitorais, notamos que os infográficos, por meio do estabelecimento de comparações submetidas a uma temporalidade relativa à política, servem bastante para se realçar mudanças na personalidade política dos candidatos, como a composição visual, o discurso e até mesmo a ideologia ou preferências políticas.

3.1.4. Editoriais e colunas de opinião: lugares de conversa e de antecipação

De modo geral, o espaço editorial e as colunas assinadas recebem um tratamento analítico diferenciado. Entretanto, nesta pesquisa conceituamos ambos, igualmente, como lugares de conversa, de troca entre diferentes interlocutores: quem fala — que tanto pode ser o jornal quanto o colunista ou articulista — e o leitor. A diferença entre ambos é que enquanto o editorial se situa no campo da conversa séria e revestida por uma autoridade emblemática, a coluna assinada vem como uma conversa mais íntima, uma troca de idéias, uma autoridade sublinhada pelo prestígio pessoal — no caso, de quem entende do assunto, de quem pode falar, a quem consultamos quando temos dúvidas ou quando queremos nos aprofundar em um assunto, ou seja, onde é dado ao jornalista dizer: ‘vamos conversar porque eu quero compartilhar minhas idéias com você, leitor’.

Supomos também que, devido a sua disposição topográfica, são lugares narrativos que abrem a porta da casa (do jornal) e impõem um sentido com antecedência, sendo que a antecipação pode ser tanto em relação ao restante dos materiais de uma dada edição, como daqueles que virão no(s) dia(s) seguinte(s).

Os editoriais e artigos representam um espaço narrativo que indica e resume o que podemos chamar de viés ou lógica de toda a cobertura. Se assim o for, não é preciso percorrer as matérias para se compreender o noticiário; basta analisar as palavras de um determinado articulista.

Os articulistas têm ainda o direito de antecipar, prospectivamente, o comportamento dos atores políticos. Além disso, como antecipadores, resumem como o jornal irá interpretar os eventos políticos, as alianças eleitorais, as falas dos candidatos.

Uma entrevista concedida pelo jornalista Evandro Carlos de Andrade, à Alzira Alves Abreu e Fernando Lattman-Weltman (2003), parece-nos ilustrativa e até elucidativa sobre este lugar narrativo:

> [...] Tenho certeza que o índice de leitura de colunas é muito maior que o do noticiário clássico por causa disso, porque você pega a coluna da Teresa Cruvinel no *Globo*, lê uma nota, outra nota, e sente o dia na política lendo aquilo. E é uma leitura leve que você faz, ao passo que se você for ler na página 3, vai encontrar uma matéria gigantesca que nem sempre você está com disponibilidade para ler [...] (Abreu, Lattman-Weltman, Dora Rocha, 2003, p. 61)

Assim sendo, indicamos como relevante a análise dos editoriais e das colunas dos articulistas para a elucidação dos padrões narrativos referentes a uma determinada cobertura jornalística de eventos com longevidade editorial.

3.1.5. Charges: surpresa, humor e o desnudamento da política

A riqueza da charge, enquanto elemento narrativo, está em seu poder de fazer uma revelação que é ao mesmo tempo surpreendente e "lugar comum". Além disto, possibilita um tipo de informação descolada do caráter de verdade inerente ao discurso jornalístico. Nas eleições municipais do Rio de Janeiro de 1992 (confronto entre Benedita da Silva e Cesar Maia) e de 1996 (confronto entre Luiz Paulo Conde e Sergio Cabral), verificou-se o uso político da charge por parte do jornal O Globo, sem que se infringisse as regras da neutralidade discursiva e, principalmente, sem que maculasse a credibilidade do periódico. Na primeira eleição, as charges eram mais discretas e ocupavam no máximo um quarto de página. Já na segunda, as charges chegaram a ocupar, seguidamente, toda a primeira página. (Dias, 1995 e 1997).

Ainda que a revelação feita pela charge tenha um cunho informativo, o sentido de neutralidade do discurso jornalístico não é agredido, pois a construção ou desconstrução da imagem está no entretenimento e no dito jocoso.

Esta estratégia narrativa não explicita elementos que possam indicar uma tomada de posição política por parte do jornal, pois atributos pessoais e

políticos dos personagens caricaturados, positivos ou negativos, se tornam "porções" de divertimento, e não notícia.

> Já se observou que a caricatura funciona como uma espécie de 'strip-tease moral' do indivíduo, sendo capaz de revirá-lo pelo avesso. É reforçando determinados gestos gaiatos ou grotescos que se consegue desnudar pessoas diante do público, provocando o inevitável riso. A arte do caricaturista consiste em apreender aquele movimento imperceptível em que se esboça uma deformação, que é aumentada e exposta aos olhos dos outros. Portanto, a referência humana é sempre necessária: 'Não existe riso fora do humano', conforme enfatiza Bergson (Velloso, 1996, p.98).

A caricatura é um lugar que carrega uma preciosa carga de informação subliminar. A força do elemento simbólico, neste caso, reside exatamente naquilo que não se pode mostrar enquanto fato, logo não pode ser notícia. É desse modo que fazem parte da composição da narrativa, mas permanecem protegidas pela pressuposição de um descomprometimento com o conteúdo noticioso.

As charges, portanto, funcionariam como um lugar de construção e desconstrução da política e de explosão de um sentido escondido; muitas vezes um lugar de rememoração, já que pode fazer, e normalmente o faz, muitas referências cruzadas. As lembranças que comprometem porque podem colocar o personagem caricaturado face a face com suas promessas e tropeços, sejam antigos ou novos[10], é um exemplo disto.

3.2. Síntese

Os lugares narrativos servem à análise do entrelaçamento entre formato e conteúdo, análise esta que revelará os padrões narrativos presentes na

[10] Algumas leituras valiosas sobre a relação das charges com o mundo da política: Isabel LUSTOSA: "O texto e o traço: o surgimento da imprensa de humor no Brasil" e *Histórias de presidentes: a República no Catete*; Mauro César Silveira, *A batalha de papel*.

cobertura jornalística de eventos de longa duração, especialmente as campanhas eleitorais.

Supõe-se que a edição diária de um periódico não é caótica e tem como elementos estruturantes, as escolhas editoriais.

O conceito de adversarismo político auxilia na busca das estratégias narrativas pois, no caso da cobertura jornalística dos processos eleitorais, supõe-se que o próprio conceito de política, na narrativa construída pela cobertura, vem revestido pela lógica do adversarismo. Além disto, o conceito recupera a presença das lideranças políticas como fundamentais na análise de processos eleitorais.

Com a reconstrução do jogo discursivo de candidatos e lideranças, a imprensa constrói a sua narrativa sobre a dinâmica eleitoral. Supõe-se que, da forma como é construída, a narrativa encobre a posição do narrador como sujeito interessado, mesmo quando privilegia um competidor em detrimento de outro(s), pois toda a lógica narrativa foi construída a partir da disputa entre os competidores.

Reafirmamos, portanto, que consideramos o jornal como narrador e que, no caso das competições eleitorais também esse narrador passa à condição de sujeito interessado.

> Como partícipes do mercado de informação os empresários e profissionais da notícia são atores públicos. Proprietários, controladores, editorialistas, articulistas, secretários e diretores de redação, fazedores das manchetes, e, eventualmente, repórteres, transpassam a linha de atores públicos e se tornam atores políticos quando eles enquadram as notícias (frame the news), os eventos e os outros atores políticos segundo algum valor político.
> Os meios de comunicação, como um todo, tornam-se atores políticos quando seus controladores e editores definem qual linha ou orientação política básica deve ser apoiada ou rechaçada. Os controladores dos meios de comunicação agem politicamente quando eles dão mais espaço para alguns atores políticos e menos para outros; quando enquadram como positivas ou negativas certas linhas específicas de cobertura do processo político (Figueiredo, 2000, p. 46).

A última questão importante diz respeito às aferições de freqüência para aparições e citações. Reafirmamos que devem ser usadas como ferramenta auxiliar da análise qualitativa e que a medição de índices relativos a

negatividade, neutralidade ou positividade do conteúdo específico de cada formato deve ser descartada, pois os lugares narrativos guardam possibilidades de interdependência e continuidade que carecem de uma análise aprofundada. A análise dos diferentes formatos deve considerar as cinco categorias propostas, pois é da análise conjugada de formato e conteúdo que se compreenderá a lógica narrativa da cobertura jornalística.

No próximo capítulo, discutiremos as hipóteses de pesquisa e a utilização da metodologia e do conceito de enquadramento a partir de exemplos retirados do estudo de caso envolvendo a eleição presidencial brasileira de 2002.

CAPÍTULO 4

PRÁTICAS DA PESQUISA E DISCUSSÃO DAS HIPÓTESES

A discussão da literatura empreendida no capítulo 1 aponta para o crescente interesse, nas Ciências Sociais, pela compreensão das questões relativas ao entrelaçamento dos meios de comunicação com a política. No que se refere a pesquisas sobre cobertura jornalística de fenômenos eleitorais, avaliamos que a maior parte concentra sua atenção na análise das ações e discursos dos candidatos e utilizam metodologias que não prevêem a absorção dos embates que ocorrem entre as candidaturas na sua totalidade, ou seja, as disputas que englobam, além de candidatos e vices, as lideranças que lhes dão sustentação.

A construção conceitual empreendida no capítulo 2 está ancorada numa formulação hipotética em que o modo narrativo da imprensa corresponde, freqüentemente, às articulações políticas das candidaturas. Assim sendo, para que pudéssemos estudar as estratégias narrativas que compõem a cobertura jornalística de competições eleitorais majoritárias, propusemos o conceito de adversarismo político, cujo foco sai do discurso do candidato e passa aos seguintes eixos: 1) candidatos *versus* candidatos; 2) candidatos *versus* lideranças amigas; 3) candidatos *versus* lideranças inimigas; 4) lideranças *versus* lideranças, sejam estas amigas ou inimigas. Outra hipótese importante, derivada desta, é que os critérios de noticiabilidade também passariam pelo adversarismo político e que estariam relacionados aos embates que ocorrem no terreno político (não necessariamente visíveis) de onde se extrairiam as pessoas e temas a serem transformados em notícia.

As hipóteses que compõem o conceito do adversarismo político não instituem a política como arena determinante da notícia. Simplesmente supõem que as estratégias políticas criam um ambiente favorável à que o jornalismo absorva e recomponha os embates de modo a construir a sua narrativa sobre o evento. Mas a informação jornalística não inclui todos os aspectos dos eventos, ou seja, é construída a partir de fragmentos que passam inicialmente por critérios de seleção: interesses, escolhas, possibilidades, fontes.

A partir destas questões, passamos a estudar de que modo os fragmentos são transformados em uma narrativa que passa à condição de real acontecido quando noticiado pela mídia. Para dar prosseguimento aos nossos interesses de pesquisa, ou seja, a natureza das coberturas jornalísticas de competições eleitorais majoritárias, elegemos como mídia preferencial os periódicos e trabalhamos com a hipótese de que a narrativa jornalística dos periódicos é construída segundo dois elementos básicos: 1) formato, que contém padrões de apresentação e hierarquização; 2) conteúdo, que contém padrões de seleção e interpretação.

Supondo que a cobertura jornalística esconde uma lógica narrativa cuja compreensão passa pela análise comparativa dos textos verbais e não-verbais dispostos ao longo das páginas dos jornais, passou-se a investigar o que chamamos de disposição topográfica ou a relação entre formato e conteúdo. Lançamos mão da idéia de que a editoração jornalística praticada ao longo do tempo contribuiu para a cristalização de determinados formatos, aos quais atribuímos o conceito de lugares narrativos, dada suas especificidades discursivas. Para fins analíticos, os lugares narrativos foram organizados em cinco categorias de maior relevância (Cf. cap. 3).

Para comprovar nossas hipóteses de pesquisa e demonstrar a validade dessas cinco categorias analíticas, desenvolvemos um estudo de caso envolvendo a cobertura que os periódicos O Globo, Folha de S. Paulo e O

Estado de S. Paulo fizeram da eleição presidencial brasileira de 2002, durante o período de 01 de abril a 27 de outubro do ano eleitoral referido.

Uma última referência diz respeito ao tratamento dado aos periódicos, que não são considerados simplesmente como meios de informação, mas como construtores da informação e narradores, sujeitos interessados no acontecimento eleitoral.

4.1. Nota explicativa

Conforme o modelo teórico (Cf. cap. 3), para se compreender as estratégias narrativas é necessário pôr a descoberto os padrões narrativos, os quais são percebidos a partir da análise do entrelaçamento entre formato e conteúdo. O termo padrão faz referência a aspectos que aparecem com uma determinada freqüência, seja baixa, média ou alta, na construção narrativa. Como o foco da pesquisa é, conforme referido, a natureza jornalística de competições eleitorais majoritárias, os padrões são relativos ao caso estudado, ou seja, à competição eleitoral que é o objeto de estudo.

A medição de freqüência não se conjugou a processos de tabulação quantitativa dos dados nem busca de índices porcentuais. Sua utilização se deu em termos de ferramenta auxiliar na análise de tendências e escolhas editoriais relativas a seleção, interpretação, apresentação e hierarquização.

Nas próximas seções, transcreveremos alguns materiais retirados da cobertura jornalística analisada, visando demonstrar a validação dos lugares narrativos da forma como foram conceituados e mantendo a referência analítica, que supõe uma relação de interdependência e continuidade entre os mesmos. Para fins demonstrativos, os materiais foram dispostos separadamente por categoria analítica e também por periódico. Para dar leveza à demonstração e objetivando atingir um didatismo favorável, optou-se pelo

detalhamento do rendimento empírico das categorias nos diferentes exemplos selecionados, ou seja, cada detalhe foi trabalhado separadamente e de acordo com o exemplo selecionado. Eventuais repetições, inclusive frente ao disposto nos Cadernos da Pesquisa, respondem a necessidade de se exaurir a explicação em seus mínimos detalhes.

Quanto à transcrição dos materiais, cabem duas explicações: 1) poderemos nos referir à primeira página simplesmente como capa; 2) na transcrição das manchetes, o título principal virá em negrito e itálico; antetítulos e subtítulos somente em itálico. Por exemplo: ***Lula cresce mais e Serra radicaliza a campanha*** / *No Ibope, candidato petista fica a dois pontos da vitória no primeiro turno*; exemplo de manchete principal com antetítulo, título e subtítulo: *Candidato do PT ameniza seu discurso de criticas ao Congresso ao receber o apoio de peemedebistas do Rio, entre eles Picciani* / ***Em lua-de-mel com o PMDB*** / *Lula agora elogia o partido e diz que conta com peemedebistas para governar*. Em alguns momentos, especialmente em temas com maior longevidade, os periódicos criaram cabeçalhos que, na página, são colocados antes da manchete, grafados em caixa alta e negrito. Exemplos: ***ELEIÇÕES 2002***; ***SOMBRA NO TUCANATO***; ***PT SOB SUSPEITA***. Os cabeçalhos foram transcritos porque supomos que servem à intenção narrativa de explicitar continuidade temática e interpretativa. Todas as transcrições foram formatadas num tamanho de fonte menor do que o texto corrente. Ainda, cabe ressaltar que Folha e Oesp utilizam uma letra antes do número da página. Portanto, quando a grafia indicar A2, trata-se da página 2 do caderno principal. Em esp, a letra "H", indica tratar-se de uma página do Caderno eleições 2002.

Para finalizar, o termo lead não foi grafado em itálico para não gerar confusão com os materiais transcritos, todos grafados em itálico, exceto os cabeçalhos

4.2. Lugares narrativos: teoria e prática

4.2.1. Primeira página: mapa indicativo, caminho de leitura

4.2.1.1. O GLOBO

Na cobertura da eleição de 2002, a presença dos candidatos não marcou ostensivamente a primeira página de O Globo durante os meses de abril e maio, uma estratégia narrativa bem diferente de outras coberturas eleitorais feitas por este jornal (Dias, 1995; 1997). Até mesmo as pesquisas de opinião tiveram divulgação discreta, na maioria das vezes longe da capa. Quais seriam, então as marcas que podemos tomar como exemplo?

Desde o início do período analisado (abril), notamos uma preocupação, dentro da cobertura jornalística, com relação à avaliação dos agentes econômicos frente à candidatura Lula. No mês de maio, esta preocupação deixou suas marcas na primeira página, que teve repetidas manchetes para o tema.

03/05, capa, manchete principal: ***Mais um banco vê risco na eleição e derruba a bolsa*** **/** *ABN Amro desestimula investidores apesar de sinais positivos da economia* (grifo meu).

04/05, capa, manchete principal: ***Bancos estrangeiros divergem sobre o risco eleitoral no Brasil*** **/** *Quatro instituições têm análises otimistas para investimentos e quatro, pessimistas*.

07/05, capa, manchete secundária: *Banco manda tirar do Brasil e aplicar no México.*

08/05, capa, manchete principal: ***Malan diz que só clareza dos candidatos evita especulação*** / *PSDB rejeita ultimato do PFL e mantém candidatura de Serra à Presidência*.

10/05, capa, manchete principal: ***Especulação com pesquisas derruba bolsas e faz dólar subir*** */ Moeda americana salta para R$ 2,472 e Bovespa tem queda de 4%.*

14/05, capa, manchete principal: ***Banco que rebaixou o Brasil sugere agora compra de títulos*** */ Dólar vai a R$ 2,52. Armínio diz que Brasil não se tornará Argentina*.

17/05, capa, manchete secundária: *Especulação eleitoral custou US$ 139 milhões* (a manchete refere-se a perdas na Bovespa).

22/05, capa, manchete secundária: *Merryll Lynch paga multa milionária*.

A polêmica em torno das reações do mercado cresceu no mês de junho, quando estavam sendo realizadas as convenções partidárias que definiriam as duplas, candidato e vice.

12/06, capa, manchete principal: ***Banco americano cria 'lulômetro' /*** *Dólar vai a R$ 2,714, em alta de 2,96%, a maior em um único dia desde março de 1999*. No lead, a reportagem explicou que a fórmula mediria o quanto a possibilidade de vitória do candidato petista influenciaria a taxa de câmbio.

A preocupação com a reação dos agentes econômicos diminuiu consideravelmente no mês de junho.

Concluiu-se que três episódios contribuíram para esta ocorrência: o lançamento da 'Carta ao povo Brasileiro', feito a partir de um pronunciamento de Lula para uma platéia de formadores de opinião ligados à área econômica; as visita que Lula fez, junto com José Dirceu e Antônio Palloci, à Fiesp e Febraban; o fechamento da chapa Lula-Alencar.

Entre junho e julho, a visibilidade da candidatura Lula mudou de perfil e foi ampliada, na primeira página.

Em agosto, contudo, uma nova questão na arena política faz o tema retornar com força na cobertura jornalística: os agentes econômicos, especialmente o FMI, voltaram a exigir dos candidatos um posicionamento mais próximo das suas expectativas. Aproveitando a cobrança do FMI, as

candidaturas de oposição passaram a exigir de Fernando Henrique Cardoso um pacto para a transição de poder.

01/08, capa, manchete principal: ***Especulação leva dólar à cotação irreal de R$ 3,47*** */ mercados futuro e paralelo negociam a moeda com valores mais baixos*. A manchete vem acompanhada de foto da missão brasileira que estava indo negociar com o FMI.

02/08, capa, manchete principal: ***Proximidade de acordo com FMI derruba dólar*** */ Moeda cai para R$ 3,15. Fundo diz que solução deve ser rápida.*

04/08, capa, manchete principal: ***Dólar alto faz consumidor poupar e adia compras*** */ Pesquisa da Fecomércio mostra que 67% temem aumento de preços.*

06/08, capa, manchete principal: ***Sinal de recessão nos EUA derruba bolsas no mundo*** */ Nem os elogios de Paul O'Neill evitam alta do dólar e do risco-Brasil.*

08/08, capa, manchete principal: ***FMI facilita transição para futuro governo com ajuda de US$ 30bi*** */ Acordo prevê liberação de 80% dos recursos em 2003, se houver aval de candidatos.*

09/08, capa, manchete principal: ***Serra elogia, Lula apóia e Ciro faz ressalvas a acordo com FMI*** */ Empréstimo anima bolsas no mundo e no Brasil dólar cai para R$ 2,91.*

10/08, capa, manchete principal: ***Especulação eleitoral anula efeito FMI e dólar volta a R$ 3 /*** *Mercado reage ao fenômeno Ciro e risco-país sobe para 2.005 pontos.*

11/08, capa, manchete principal: ***Acordo com FMI limita as promessas de candidatos*** */ Economistas dizem que partidos devem rever metas sociais e de crescimento.*

12/08, capa, manchete principal (dividindo o topo da página com esporte): ***Brasil terá de crescer o dobro para cumprir metas do FMI*** */ Queda de arrecadação de R$ 14bi em 2003 é o maior problema.*

13/08, capa, manchete principal: ***FHC chama candidatos para negociar pacto de transição*** */ Lula, Ciro e Serra já mandaram avisar que vão comparecer; dólar tem nova alta e fecha cotado a R$ 3,155.*

14/08, capa, manchete principal: ***Lula e Ciro cobram medidas de FHC para pacto de transição*** */ Encontro com candidatos será na segunda-fera; dólar fecha a R$ 3,17.*

15/08, capa, manchete principal: *BC baixa pacote para impedir fuga de investimento* ***/ Governo vai recomprar R$ 11 bilhões em títulos para evitar prejuízo dos investidores*** */ Mercado pressiona e dólar fecha em alta.*

16/08, capa, manchete principal: ***Ciro vai propor a FHC mudança imediata no acordo com FMI*** */ Candidato diz que é contra a minirreforma tributária apoiada por Lula.*

19/08, capa, manchete principal: ***FHC apelará a candidatos por votação de reformas*** */ Nos encontros de hoje, presidente pedirá ajuda, principalmente, para autonomia do BC.*

20/08, capa, manchete principal: *Candidatos dizem a FHC que vão cumprir metas do FMI* ***/ Lula, Ciro e Garotinho avisam, porém, que vão mudar a política econômica atual.***

21/08, capa, manchete principal: ***FEBRABAN diz não ter divergências com Lula*** */ Ciro circula pela Rocinha com Patrícia Pilar; Ibope mantém quadro estável*. Traz ainda uma foto de Lula com o presidente da FEBRABAN e divide alto da página com: ***Comércio resiste a aumentos da indústria*** */ Consumidor troca de marca para fugir da alta do dólar nos preços.*

22/08, capa, manchete principal: ***Consumidor paga juros mais altos em prazo menor*** */ Copom mantém a taxa básica da economia em 18%, com viés de baixa*.

27/08, capa, manchete principal: ***Bancos renovam apoio mas não ampliam já o crédito a país*** */ Instituições dizem que economia é sólida e vão manter linhas comerciais.*

31/08, capa, manchete principal: ***Governo decide fazer ajuste fiscal ainda maior este ano*** */ Meta de superávit primário passa de 3,75% para cerca de 3,9% / PIB cresceu apenas 0,14% no 1° semestre.*

De onde viria tanta noticiabilidade? Será que os padrões apresentados pela primeira página indicam uma certa tentativa de distanciamento diante de uma eleição que, desde o início de 2002, indicava uma preponderância do candidato oposicionista, além do desequilíbrio do partido governista, que não conseguiu fechar acordo em torno de um candidato?

Enquanto narrador, O Globo se coloca numa confortável posição de discrição, especialmente no período abril-agosto: a primeira página abre pouco espaço para os candidatos, especialmente para fotografias e manchetes principais, enquanto as pesquisas de opinião são divulgadas prioritariamente no interior do caderno.

Na verdade, não havia distanciamento. A posição de O Globo, enquanto sujeito interessado no processo eleitoral, era a mesma dos agentes econômicos: espera pelo desenrolar dos acontecimentos; cobrança por compromissos econômicos, especialmente da candidatura Lula; demonstração de simpatia para com a candidatura oposicionista e uma grande esperança para com os governistas; críticas ao governo federal, mas elogios ao líder Fernando Henrique Cardoso.

A visibilidade da candidatura oposicionista cresceu à medida que os agentes econômicos foram aderindo, ou pelo menos aceitando, a possibilidade de vitória de Lula. Algumas articulações realizadas pela candidatura Lula, como a divulgação da Carta ao Povo Brasileiro, a dobradinha com José Alencar, que serviu como avalista da candidatura, e as conversas com as lideranças empresariais abriram um novo leque de opções para a candidatura, em termos de movimentação na arena política e de noticiabilidade nas páginas dos jornais.

No período setembro-outubro, enquanto narrador, O Globo já demonstrava alegria e esperança em relação a um possível governo Lula. A noticiabilidade do candidato governista foi crescendo na proporção que a guerra eleitoral lhe foi sendo favorável, com os inimigos aderindo ou sendo suplantados.

Neste período, enquanto mapa indicativo, a primeira página de O Globo substituiu a ausência dos candidatos, especialmente da candidatura Lula que desde o início do ano se encontrava disparada à frente das demais, por um tema da hora, de interesse das lideranças políticas e empresariais.

O que podia interessar ao narrador-sujeito interessado naquele momento: mostrar à sociedade que Lula estava na frente ou mostrar à candidatura Lula o que a sociedade (por meio das lideranças empresariais) esperavam dela naquele momento? Como a candidatura Lula passou a integrar lugares narrativos de destaque? Foi a partir destas perguntas que analisamos o problema da relação ausência/presença da candidatura Lula na primeira página.

Nossa percepção final foi a de que, mais importante do que a ausência da candidatura Lula na primeira página, a análise revelou elementos sobre o processo de conflito e de pacificação entre a candidatura e os agentes econômicos.

4.2.1.2. FOLHA

A capa do caderno principal traz as primeiras marcas relativas ao padrão de seleção da informação. Além disto, quando um evento ganha longevidade editorial na capa, sua visibilidade adquire continuidade ao passar pelos diferentes lugares narrativos do jornal.

Analisando a campanha eleitoral de 2002, concluímos que em diversos momentos um determinado tema alcançou longevidade editorial suficiente para permanecer em diferentes lugares narrativos durante um bom período. Referimo-nos não somente aos escândalos, como os casos Lunus, Celso Daniel e Ricardo Sérgio, mas também a temas relativos ao estresse do mercado, as disputas Serra-Ciro, dentre outros.

Escolhemos um caso para ilustrar este assunto, pois também serve à questão de como a narrativa jornalística utiliza o adversarismo político para construir a cobertura dos eventos eleitorais. O assunto escolhido ficou conhecido, durante a competição de 2002, como caso Ricardo Sergio. É extremo e por isto mesmo exemplar.

05/05, primeiro dia. Capa, duas manchetes secundárias: 1) *Tucanos falam em propina na privatização*; 2) *PSDB vê campanha 'infamante'*. O tema é analisado na página A4, manchete principal: ***SOMBRA NO TUCANATO*** (cabeçalho) ***/*** *Ricardo Sérgio nega ter pedido comissão na venda da Vale* / ***Tucanos afirmam que FHC sabia de suspeita de propina*.** Manchete secundária, em Box: 'Conversei com o Steinbruch em meu apartamento' (entrevista com o ex-ministro Luiz Carlos Mendonça de Barros). Quadro demonstrativo, com fotos das estrelas do tucanato, Ricardo Sérgio, Steinbruch, Mendonça de Barros, Paulo Renato e FHC. O título é, *ENTENDA O CASO*. Na última manchete secundária: *Suposta doação a Serra em 94 sugere caixa-dois*.

O caso segue na página A5, manchete secundária: ***CRISE TUCANA*** (cabeçalho) */ Conduta de FHC e ministros será investigada*.

Na página A6, manchete principal: ***SOMBRA NO TUCANATO*** / *Presidente do partido diz que Ricardo Sérgio não fala por tucanos; Serra e FHC não se manifestam* / ***PSDB vê campanha 'infamante' contra Serra***. Na reportagem, destaque para frases do presidente do PSDB, José Aníbal: *"Porque a palavra desse Mendonça vale mais do que a do presidente? Esse Mendonça de Barros é um celerado. É um lingüeta, já falou essa história de Steinbruch para todo lado"; " O*

ministro da Educação, Paulo Renato , é um sujeito amargo, de mal com a vida". A foto e a legenda rememoram o dia do leilão de venda da Vale. Nas manchetes secundárias: 1) *Presidente e presidenciável adotam silêncio*; 2) *Tucanos querem ministro fora do cargo*; 3) *PT pede CPI e prepara ação contra pré-candidato*; 4) *Empresário movimentou 5 vezes mais do que declarou*.

Na página A7, manchete principal: ***SOMBRA NO TUCANATO*** */ Líderes dizem que tucano terá de explicar suposto "caixa 2"; ACM diz que vai defender CPI* ***/ PFL quer apuração e trabalha em silêncio pela queda de Serra.***

06/05, segundo dia do caso. Capa, manchete secundária: *Jereissati diz que alugou avião para Serra em 94* (o assunto diz respeito à prestação de contas da campanha do presidenciável para o Senado). Em outra manchete secundária: *FHC espera que Paulo Renato peça demissão.*

Nesta edição, o caso já passa também a integrar a página A2, com três artigos sobre o assunto: 1) Vinícius Torres Freire (interino de Clóvis Rossi) com, ***Serra na barca do inferno***; 2) Fernando Rodrigues com, ***Um sintoma***; 3) Carlos Heitor Cony em, ***Só falta a foto*** (referência ao caso Lunus). Os articulistas analisam minuciosamente o adversarismo que atravessa o caminho da candidatura governista.

Depois, segue na página A4, com manchete principal: ***SOMBRA NO TUCANATO*** */ Planalto articula reação à suspeita de propina no caso Vale /* ***Quieto, FHC corteja PFL para evitar CPI e desgaste de Serra***. Um quadro colorido destaca o problema e traz os seguintes títulos: ***PERGUNTAS SEM RESPOSTA*** / ***Providência*** (em referência ao que FHC teria feito ou deixado de fazer ao tomar conhecimento do caso); ***Conversa*** (destacando se FHC teria conversado com o acusado); ***Cargo*** (por que o acusado foi mantido na direção do BB); ***Quando*** (a data em que teria ocorrido a propina); ***Serra*** (se houve caixa-dois na campanha de Serra em 94).

Logo abaixo, vem mais um quadro a quadro com fotos de lideranças tucanas, incluindo FHC, sob o cabeçalho: *AS RELAÇOES ENTRE RICARDO*

SERGIO E A ERA FHC. Na manchete secundária: *Partidos julgam que Congresso vetará investigação*.

Na página A5, manchete principal ilustrada com foto de Carlos Jereissati, irmão de Tasso; a reportagem é seguida de entrevista: *Tucano só declarou R$ 95 mil ao TER-SP; restante do dinheiro teria sido doado para aluguel de avião* / ***Jereissati diz que doou R$ 700 mil a Serra***.

Na página A6, manchete principal, ilustrada por foto do candidato governista: ***SOMBRA NO TUCANATO*** / *Pré-candidato afirma ser 'maluca' acusação de que recebeu R$ 2 mi para campanha em 94* / ***Serra vê complô contra sua candidatura***. Nas manchetes secundárias: 1) *Ex-ministro diz que foi ameaçado por Steinbruch*; 2) *FHC espera que Paulo Renato peça demissão*.

07/05, estamos no terceiro dia do caso. Capa, manchete principal: ***Crise tucana faz crescer o receio de investidores***. Manchetes secundárias: 1) *FHC diz que acusações de propina são 'requentadas'*; 2) *Steinbruch já tinha atrito com governo, diz Mendonça.*

Nesta edição, o caso já passa a repercutir no editorial da página A2: ***Da leniência***. Além do editorial, o artigo de Clóvis Rossi, ***O demônio público e privado***; mais artigo de Valdo Cruz (interino de Fernando Rodrigues), ***Quem é a vítima***.

Segue para a página A4, na manchete principal: ***SOMBRA NO TUCANATO*** / *Temer diz que escolha de pré-candidato cabe ao PSDB* / ***PMDB separa aliança com tucanos de candidatura Serra***. Na reportagem, destaque para frases de Michel Temer, presidente do PMDB, e Jorge Bornhausen, presidente do PFL. Duas manchetes secundárias: 1) *Bornhausen pede troca de tucano, reafirmando sua 'inviabilidade'*; 2) *FHC e José Aníbal decidem manter Serra, apesar de ofensiva do PFL*. Ainda há um quadro a quadro com setas indicativas do posicionamento adotado pelas lideranças partidárias: ***OS A FAVOR E OS CONTRA SERRA*** / ↑ *A FAVOR* / ↕ *A FAVOR, MAS INSATISFEITOS* / ↓ *CONTRA*.

Na página A6, manchete principal ilustrada por foto de FHC: ***SOMBRA NO TUCANATO*** / *Presidente diz que há 'vontade de ver escândalo em toda a parte'*

e nega que espere demissão de Paulo Renato / ***Acusações são 'requentadas', afirma FHC***. Nas manchetes secundárias: 1) ilustrada por foto de Serra, *Denúncia contra Ricardo Sérgio é 'tititi', diz Serra*; 2) *Atuação de FHC divide advogados*; 3) ***PROER*** (cabeçalho) / *Serra, Malan e Parente devem pagar R$ 200 mi por liberar verba a correntistas /* ***Justiça manda tucano ressarcir União.***

Na página A7, artigo de Jânio de Freitas: ***Escândalo sem pescoço***.

Na página A8, manchete principal, ilustrada por estranha foto de André Singer, porta-voz de Lula: ***SOMBRA NO TUCNATO*** */ PT propõe limitar abrangência e prazo de investigação para conseguir assinaturas para comissão /* ***Oposição articula para obter adesão à CPI***. Nas manchetes secundárias: 1) ilustrada por estranha foto de Ciro Gomes, *"Procuro ficar limpo", afirma Ciro*; 2) *Corregedora abre processo administrativo*.

Na página A9, manchete principal, ilustrada por estranha foto de Mendonça de Barros: ***SOMBRA NO TUCANATO*** / *Ex-ministro diz ao site Primeira Leitura que levou caso a FHC e diz que Serra é seu candidato /* ***Mendonça livra Serra e acusa Steinbruch*** . Manchete secundária: *Previ teria sido procurada para fazer acusações que prejudicassem Serra*.

A referência às fotos como estranhas é porque todas eram desfocadas e mostravam a pessoa num ângulo pouco favorável.

O caso Ricardo Sérgio permaneceu na pauta jornalística, da forma acima descrita, ou seja, ocupando os diferentes lugares narrativos, durante um bom período. Sua saída tem como marcas a pacificação das lideranças do PSDB e o fechamento da aliança com o PMDB, que ocorreu no dia 22 de maio.

Com este caso, estudamos a importância da primeira página como indicador de critérios de seleção, além das relações de interdependência e continuidade entre os lugares narrativos, elementos fundamentais para se compreender as estratégias narrativas dos periódicos.

4.2.1.3. OESP

No mês de agosto, as pesquisas de opinião confirmaram o crescimento da candidatura Ciro Gomes. Analisando a cobertura de Oesp, verificamos que entre o final do mês de julho e o início de setembro, a candidatura Ciro Gomes permaneceu sob forte ataque vindo da candidatura Serra. A polarização Serra-Ciro ganhou nuances de guerra psicológica e a personalidade do candidato Ciro foi posta em discussão: mentiroso, destemperado, de maus vícios e modos. Mesmo em queda, Serra recebeu tratamento amigável na cobertura de Oesp.

Freqüentemente o tema da primeira página era desfavorável à candidatura Ciro e podia ser encontrado não somente na matéria indicada nesse lugar, mas também em algum artigo da página A2, no editorial e em mais de uma página no interior do caderno, sob o formato de reportagens. Notícias favoráveis à candidatura permaneceriam ausentes da primeira página. As marcas que encontramos foram de constante polarização entre as candidaturas Serra e Ciro, com viés favorável aos governistas.

17/07, manchetes secundárias: *Ciro sobe 4 pontos e fica isolado em segundo lugar* / *Merryl Lynch: risco Brasil está exagerado*.

18/07, a pesquisa Vox Populi, que confirma o crescimento da candidatura Ciro Gomes, não aparece na primeira página, mas na página A8, acompanhada da palavra de especialistas que afirmam que os votos de Ciro migraram da candidatura Lula.

01/08, manchete secundária: *Serra: quando Ciro fala o dólar sobe e uma fábrica fecha*.

04/08, com foto, frases dos candidatos sobre o(s) adversário(s). O detalhe é que, na vez de Serra, a frase citada é a mesma acima referida.

10/08, manchete principal: ***Mercado volta a se deteriorar com pesquisa e especulação***. Na manchete secundária: *Em baixa, Serra enfrenta crise na*

campanha. Para compensar o teor da manchete, na foto Serra aparece sorridente, sendo beijado por eleitor. Na página A2, o artigo de Mauro chaves denuncia: *As mentiras de Ciro*.

14/08, manchete secundária: *Lula e Serra sobem um ponto em pesquisa Ibope*. Quando buscamos os dados, verificamos que se encontram na página A9 sob a seguinte manchete: ***Ibope mostra Lula e Serra com 1 ponto a mais***. Lida a manchete, passamos ao gráfico e constatamos os seguintes percentuais: Lula 34%; Ciro 27%, Serra 12% e Garotinho 11%.

Duas questões nos pareceram significativas quando comparamos as manchetes e os dados: 1) porque o porcentual significativo de Ciro não é citado na primeira página; 2) Se a candidatura Serra registrou crescimento de 11 para 12%, porque este 1 ponto lhe deu mais noticiabilidade do que os 15 pontos que Ciro tinha na sua frente?

Voltando à primeira página, a manchete que cita o candidato Ciro Gomes, vem acompanhada de foto e diz o seguinte: *Vício: Ciro Gomes afirmou ontem em debate que bebe esporadicamente, fuma e já foi "cachaceiro"* (aspas no original).

17/08, manchete secundária: *Boatos sobre pesquisa faz dólar cair e bolsa subir*. A chamada refere-se a matéria sobre uma suposta pesquisa CNT/Sensus que mostraria uma inversão na curva de opinião, com Ciro em queda e Serra em ascensão.

28/08, manchete principal: ***Ibope mostra Serra a quatro pontos de Ciro***. Seguindo a cobertura, encontramos, na página A2, mais um artigo anti-Ciro. Na página A4, toda a disputa Serra-Ciro com fotos em quadro a quadro e frases de Serra e seus correligionários e também de Ciro e seus aliados. A manchete principal carrega no adjetivo: ***Diferença entre Serra e Ciro despenca para quatro pontos***. A repercussão do acontecimento continua na página A6, com foto: ***Queda de Ciro põe cúpula da campanha em alerta***. Enquanto Dora

Kramer, nesta mesma página, dá a chave interpretativa em, ***Andor carrega-se com vagar*** */ As pesquisas mostram como são inúteis e fluidas as certezas absolutas*.

02/09, manchete secundária: *Em queda, Ciro aumenta ataques a Lula e Serra*.

04/09, nova manchete: ***Ciro cai mais e empata em 17% com Serra, revela Ibope***.

10/09, manchete principal: ***Serra se isola em 2º; Ciro empata com Garotinho /*** *No Ibope, Lula subiu de 35% para 39%, Serra foi a 19% e Ciro caiu para 15%, em empate técnico com Garotinho, 12%; Datafolha confirma tendências*. Note-se que a diferença entre Serra e Ciro é de apenas 4 pontos, mas o verbo utilizado o 'isola' num lugar privilegiado da competição.

11/09, secundária: *Confronto entre Serra e Lula refaz a antiga situação*.

Só para comparar, passamos à página A4, que traz como manchete principal: ***Campanha retoma polarização de seu inicio /*** *Pesquisas mais recentes colocam Lula e Serra com os mesmos números de junho*. Nesta mesma página, manchete secundária: *Tucanos buscam a melhor maneira de enfrentar Lula*; a página traz caricaturas dos candidatos e frases de Serra: *'É indispensável que a sociedade saiba o que Lula pensa e o que realmente fará caso seja eleito'*.

Na página A5, outras frases de Serra em evidente disputa com as idéias de Lula; na manchete principal: ***Serra esquece Ciro e já quer voto útil contra Lula***.

Na página A6, com foto, ***Serra desafia Lula a explicar promessa de emprego /*** *Em Cuiabá, ele afirma que subiu nas pesquisas pois sempre diz como vai cumprir suas propostas*; e outra frase do candidato, *'É importante que todos os candidatos se manifestem sobre o MST e as invasões e digam como vão resolver as duas questões'*. As manchetes secundárias informam, *Para Malan, tucano 'se restabeleceu' em 2º* / *Primeira Leitura* (revista comandada por Luiz Carlos Mendonça de Barros) *chama Tasso e Ciro de 'coronéis'*. Para finalizar, Dora Kramer decifra o novo cenário: *PSDB suspende férias petistas / Tucanos querem desmontar imunidade de que Lula vem desfrutando ate agora*.

A pergunta principal gira em torno da manchete da primeira página, ***Confronto entre Serra e Lula refaz a antiga situação,*** pois indica uma polarização inicial entre Serra e Lula. Contudo, comparando os porcentuais que os candidatos tiveram nos últimos meses, verificamos que esta polarização nunca existiu: a candidatura Lula esteve todo o tempo à frente dos adversários, enquanto estes mantiveram posição oscilante, ora um, ora outro, um pouquinho à frente. A única diferença significativa foi a disparada de Ciro Gomes. Além disso, a candidatura Serra passou por maus momentos, gerando dúvidas se teria capacidade de permanecer ou se o candidato acabaria por renunciar.

Estas marcas exemplares transcritas de algumas primeiras páginas de Oesp condizem com a análise final da cobertura deste periódico que, durante toda a competição, enquanto narrador e sujeito interessado, mostrou-se extremamente favorável não somente à candidatura governista, mas ao governo FHC. Enquanto caminho de leitura, a primeira página dá início às indicações de como os fragmentos dos eventos passam não somente por critérios de seleção, mas também por um crivo interpretativo.

4.2.2. A manchete como chave mestra da página

4.2.2.1. O GLOBO

As manchetes são elementos estruturantes da página, onde as notícias se dispersam ao longo de uma topografia e permanecem em constante submissão à hierarquização estabelecida pela editoração. Freqüentemente, as diferentes matérias de uma página têm uma relação de continuidade que já vem delimitada pela manchete principal. Outra questão importante é que a

manchete tanto pode revelar quanto esconder a informação principal. Vejamos alguns casos exemplares retirados da cobertura de O Globo.

31/07, página 3, manchete principal: *Lula mantém a liderança e subiu um ponto percentual, chegando a 34%; Serra subiu um ponto percentual e tem 14% das intenções de voto, segundo pesquisa* / ***Ibope: Ciro pisa no freio*** / *Pela primeira vez depois de quatro consultas seguidas, candidato perde um ponto*.

A manchete é rigorosa com Ciro Gomes, ainda que os índices porcentuais encontrados no emaranhado de um gráfico indiquem que o candidato tinha 25%, ou seja, apenas nove pontos a menos que Lula e 11 pontos à frente de Serra.

Freqüentemente, as manchetes com referência ao candidato Ciro Gomes o punham numa situação pouco atraente.

03/08, página 5, a divulgação de novo resultado de pesquisa, desta vez do instituto Vox Populi, mostra o candidato Ciro Gomes com 30%, enquanto Lula tem 34%, Serra 13% e Garotinho 10%. Porque o resultado não foi divulgado na manchete principal da página 3, com destaque? E mais, nas edições anteriores, a expressão usual para o candidato era 'descendo a onda', como na coluna de Tereza Cruvinel, do dia 31/07, mesma edição da manchete acima referida, cujo título dizia: ***Tropeçou na onda***.

Seguindo a linha conotativa, a manchete para os 30% de Ciro não deveria ter algo do tipo 'a onda sobe novamente' ou 'Ciro na crista da onda'? Analisemos o exemplo seguinte, comparando os destaques para Ciro e Serra.

28/08, capa, manchete principal: ***Ibope mostra empate técnico de Ciro e Serra no 2° lugar*** / *Diferença entre os dois cai de 15 para 4 pontos; Lula lidera com 35%.*

Os índices porcentuais desta pesquisa são os seguintes: Ciro, 21%; Serra, 17%; Lula, 35%; Garotinho, 10%. Outra observação importante é que, desta vez, a divulgação da pesquisa começou na capa e seguiu para a página 3, com manchete dedicada ao candidato governista: ***Animo novo no QG de Serra*** / *'Agora o jogo começou e já marcamos um gol', afirma o candidato do PSDB*. Foto e

legenda reafirmam o espírito da cobertura: *EXIBINDO BOM humor Serra visita um bar vizinho à produtora onde grava os programas de TV, em São Paulo*.

Esta referência às disparidades entre o conteúdo da manchete e o da matéria não pretende estabelecer qualquer relação maniqueísta para com a questão da manipulação da informação. O que nos interessa é demonstrar que as manchetes oferecem a primeira e mais importante chave interpretativa para o restante dos materiais que se encontram dispostos na página.

4.2.2.2. FOLHA

A semana de lançamento da 'Carta ao Povo Brasileiro' foi marcada pelo início do caso Celso Daniel. O documento divulgado pela candidatura petista foi completamente ofuscado pelas denúncias, que além de chamadas diárias na primeira página, absorveu também as principais manchetes durante as primeiras semanas.

No sistema de titulação da Folha, para marcar o viés do assunto, freqüentemente põe-se um cabeçalho acima ou antes do antetítulo. Por exemplo, no caso Ricardo Sérgio, assessor de José Serra envolvido com escândalo de propina, foram criados alguns cabeçalhos, como ***SOMBRA NO TUCANATO***, ***PROPINODUTO*** e ***CRISE NA SUCESSÃO***.

O Caso Celso Daniel ganhou cabeçalhos importantes: PT SOB SUSPEITA, o primeiro, que seria trocado por PF SOB SUSPEITA, o segundo, quando o PT virou o jogo político-discursivo e passou de réu a vítima da Polícia Federal.

21/06, página A4, manchete principal: ***PT SOB SUSPEITA*** / *Grupo denunciado seria ameaça às testemunhas; juiz decide hoje* / ***Promotoria pede prisão de 6 acusados no caso Sto. André***. Manchete secundária: *Petista diz que secretário tinha atuação suspeita*. As reportagens são complementadas por três quadros

demonstrativos: 1) *ENTENDA A DENÚNCIA DE PROPINA / O que o irmão o prefeito de Santo André, Celso Daniel, contou ao Ministério Público / O esquema, segundo João Francisco Daniel*; 2) *Os casos relatados pelo irmão de Celso Daniel*; 3) *Os principais envolvidos no caso, segundo João Francisco / Quem são e o que a denúncia diz sobre eles*.

Na página A5, manchete principal: ***PT SOB SUSPEITA /*** *'Confesso que estou me divertindo', disse líder do governo /* ***Deputados reagem com cautela e descartam CPI***. Na manchete secundária: *Tucanos já investigavam negócios de Sérgio Gomes*.

Na página A6, manchete principal, com fotos de João Francisco e de Gilberto Carvalho junto a Miriam Belchior, ex-mulher do prefeito assassinado: (entrevista) ***PT SOB SUSPEITA /*** *Segundo João Francisco, prefeito assassinado iria tomar providências contra máfia, mas não teve tempo* / ***Celso Daniel se rebelou e foi morto, diz irmão***. Manchetes secundárias: 1) *PERFIL / Irmão se diz mais "esquentado" do que Celso Daniel*; 2) *Nota liga acusador a empresa de ônibus*; 3) *'Testemunha' do esquema nega irregularidades*; 4) *Seis são acusados de matar prefeito*.

Na página A7, manchete principal com foto de José Dirceu: ***PT SOB SUSPEITA*** */ 'Parece instrumento de campanha contra nós', diz presidente do partido, que pedirá 'reparação moral e civil' /* ***Acusações são caluniosas, afirma Dirceu***. Logo abaixo, com foto: ***Lula entra no samba de Zeca Pagodinho*** */ Candidato não comentou denúncias contra o PT e informou que não falaria com jornalistas*. Nas manchetes secundárias: 1) *Em nota, PT diz que acusações são "políticas"*; 2) *Ciro afirma não ter dúvida de ação de tucano*; 3) *PT avalia que acusações não devem prejudicar Lula*.

22/06, o assunto é manchete principal nas páginas A4, A5, A6, A7, além da primeira página. O mesmo padrão narrativo foi utilizado em diversas edições até o final do mês de junho, com pequenas interrupções provocadas por temas novos na arena eleitoral, como a divulgação da 'Carta ao Povo Brasileiro' e a convenção do PL que oficializou a aliança com o PT e a

dobradinha Lula-Alencar. Ambos, contudo, não alcançaram visibilidade que pudesse suplantar o escândalo de Santo André.

Apesar do cabeçalho e de marcar o assunto nas principais manchetes e outros lugares, como editoriais e artigos, é preciso ressaltar que a cobertura da Folha foi a mais polifônica dentre os três periódicos analisados, pois abriu para os diversos segmentos políticos envolvidos: puderam falar todos os candidatos, as lideranças amigas do PT e também as inimigas, juristas, advogados e outros especialistas.

Esta foi uma das marcas editoriais que mostraram a não rejeição do sujeito Folha à candidatura Lula, apesar de não se poder falar em adesão. Diferentemente de Oesp, que se manteve na mesma posição durante toda a competição, ou seja, crítica à candidatura oposicionista e adesista à candidatura governista, a cobertura da Folha acompanhou o discurso do grande empresariado, especialmente daquele representado pelas grandes federações, como Fiesp, Febraban e Fecomércio. A candidatura Serra foi criticada na sua impossibilidade de demonstrar que seria um avanço em comparação à era FHC; enquanto a candidatura Lula foi minuciosamente avaliada, em todas as suas possibilidades de renovar.

07/07, caderno eleições 2002, cronologia da vida de Lula, Serra, Ciro e Garotinho, com fotos sugestivas de cada época e matérias editadas sobre página aberta que trazem as seguintes manchetes:

A2 e A3: ***Pragmático, Lula se recicla como 'eterno negociador'***

A4 e A5: ***Serra revive velho dilema entre ser contra ou a favor***

A8 e A9: ***De trajetória errante, Ciro hoje aposta no trabalhismo***

A10 e A11: ***Conversão religiosa amplia voz do radialista Garotinho***

A manchete que introduz a trajetória de Lula é a única favorável e reflete o discurso que o candidato passaria a fazer quando a disputa se tornou mais acirrada já no primeiro turno. Pode-se dizer, inclusive, que essa manchete introduziu a imagem do 'Lula negociador' na cobertura da Folha, imagem que,

até o momento, tinha como principal atributo o termo conciliador. O primeiro termo (negociador) sugere capacidade de formulação, enquanto o segundo (conciliador) apenas de intermediação.

A manchete para Serra expõe a pior das mazelas do candidato: ser ou não ser governo. Ciro é aprisionado dentro do estigma da inconstância pessoal que gera uma imagem de infantilidade política. A religiosidade de Garotinho é posta sob suspeita: teria sido motivada pela política?

12/07, página A4, manchete principal: *Serristas enfrentam deserções até no diretório do Paraná* (grifo meu na palavra até) / ***Ciro tem o apoio da maioria dos "caciques" pefelistas***. O que a Folha quer dizer com o termo até? Seria o diretório do Paraná uma espécie de base de resistência, o último a cair? Na manchete secundária, a indicação de que a onda Ciro está na fase de crescimento: *Base do PFL prefere apoio a Ciro do que a Serra*. As matérias são ilustradas por fotos e pelo infográfico, ***A DIVISAO DO PFL,*** que aponta uma crescente tendência pró-Ciro nas bases do partido.

A relação de continuidade comandada pela manchete principal pode ser verificada no sentido vertical da página, ou seja, englobando as manchetes secundárias e fotos, ou no sentido horizontal página-a-página, quando as manchetes vão se sucedendo e se complementando, ao longo do caderno. O grau de hierarquia e relevância pode ser mensurado a partir de um comparativo entre as páginas, sendo a primeira de maior relevância e, posteriormente, sempre num sentido decrescente das primeiras para as últimas. Veja-se em O Globo, a página 3; na Folha, A4 e A5; em Oesp, as páginas A4 e A5, que são complementadas pela página A6, que é onde se localiza a coluna de Dora Kramer.

4.2.2.3. OESP

Além do formato, ou seja, da disposição na topografia da página, é preciso analisar o conteúdo, buscando as marcas relacionadas à seleção e interpretação da informação. Nas manchetes, já podemos visualizar essas marcas.

02/04, capa, manchete secundária: *Pesquisa mostra Serra sozinho em segundo lugar*. Vejamos os dados: Lula 30%; Serra 29%; Roseana e Garotinho 14%. Na página A6, contudo, a manchete principal informa dados diferentes: ***Pesquisa Vox Populi da 30% a Lula e 19% a Serra*** *\ Senador tucano distancia-se de Roseana e Garotinho que ficam com 14%.* Somente no box, encontramos uma meia explicação para o disparate da capa: *Simulação dá mais vantagem a Serra*.

A omissão do termo "simulação" na manchete principal, tanto da capa quanto da página, induz à leitura de que Serra e Lula se encontram numa situação de empate técnico.

30/06, página A4: ***Economia ganha espaço inédito na campanha***. A edição traz fotos dos presidenciáveis e um quadro a quadro: *AS IDEIAS DE CADA UM / As propostas dos candidatos ao Planalto para a economia do País*.

Esta manchete provoca uma situação de esquecimento, pois define este momento eleitoral como marco das preocupações com a agenda econômica. Verificando a própria cobertura de Oesp, encontramos registros de que o tema já se encontrava no centro do debate político desde o final do mês de abril. A diferença é que no final de junho, período de referência do exemplo transcrito, os agentes econômicos e as candidaturas se encontravam sob o impacto da 'Carta ao Povo Brasileiro', documento lançado pela candidatura petista. Sendo assim, tanto os agentes econômicos quanto os adversários dessa candidatura buscavam responder àquele momento político com declarações de apoio, de rejeição ou com propostas alternativas.

Quando continuamos a verificar as páginas desta edição de Oesp, encontramos os materiais que dão sustentação à conclusão acima referida.

Na página A5, um resumo das idéias de cada candidato: *Lula incorpora metas estabelecidas por FHC / Serra persegue crescimento econômico com estabilidade / Ciro propõe substituição de 52 impostos por apenas 5 / Garotinho promete mínimo de R$ 400 e redução de juros*.

Na página A6, freqüentemente disponibilizada para a palavra da candidatura governista, o tema principal é submetido à palavra de especialistas: ***Governar só é fácil no papel, dizem economistas*** / *Especialistas apontam discrepância entre propostas e a chance efetiva de realizá-las*. Três economistas são convidados a emitir parecer sobre as propostas. Para complementar, o box traz a palavra do candidato governista: *Serra acha que já e hora de definir a reforma tributária e votá-la*.

Ao utilizar o conceito de adversarismo político para verificar o enquadramento, concluímos que, em relação ao conteúdo, os padrões de seleção e interpretação podiam ser encontrados também na verificação da fala das lideranças. A análise da cobertura de Oesp nos mostrou que, para desqualificar ou desconstruir as candidaturas, usando termo que virou moda em 2002, o periódico lançou mão de 'falas técnicas', 'falas especiais', como a do ex-ministro Maílson da Nóbrega, que vez por outra aparecia avaliando (negativamente) algum dos adversários de Serra. Este é um padrão interessante da lógica narrativa baseada no adversarismo político, pois, além do uso freqüente do discurso dos grupos políticos mais próximos aos candidatos, o uso da palavra dos 'especialistas' garantia ao narrador uma posição de sujeito não-interessado.

4.2.3. Fotografias e legendas: setas indicativas de localização e delimitação do discurso

4.2.3.1. O GLOBO

06/04, capa, duas fotos: 1) *Garotinho chora e é consolado por Rosinha em festa evangélica;* 2) *Benedita e Pitanga descem o Chapéu Mangueira, onde têm* casa. Na manchete secundária, com destaque: ***Mulher, negra, favelada e agora governadora*** */ Garotinho renuncia e Benedita leva o PT pela primeira vez ao governo do Rio*. O tema remete à ascensão de Benedita da Silva ao governo do Estado do Rio de Janeiro. Neste caso, cabe lembrar como, em 1992, manchetes semelhantes lançaram Benedita no olho do furacão, pois sua origem e seu próprio slogan foram transformados em argumentos contrários à sua candidatura. Nessa época, o slogan "Preta, pobre e favelada", ressaltava os mesmos atributos de 2002, mas o sentido valorizado pela narrativa jornalística era bem diferente.

05/04, página 3: a fotografia revela um FHC de olhar severo, lábios fechados, demonstrando toda a seriedade do presidente; enquanto a legenda traduz o tema: *FERNANDO HENRIQUE: o presidente pediu a tucanos e peemedebistas que se esforcem para resolver os problemas regionais.* A manchete principal revela o enredo por detrás da pose do grande líder: ***O padrinho da aliança*** */ FH assume comando e tenta resolver problemas na coligação entre PSDB e PMDB*. FHC aparece como o grande líder que tenta, sem perder a pose, resolver os nós da candidatura governista.

12/04, página 3, manchete principal: ***Com os dias contados*** **** *PFL dá como certa a saída de Roseana e está dividido entre Ciro, Serra e ficar sem candidato*. Na foto, a candidata acena em sinal de despedida e a legenda informa: *ROSEANA SARNEY: a ex-governadora deverá desistir da candidatura e já defende o apoio dos pefelistas a Ciro Gomes*.

26/06, Benedita volta à foto da capa de O Globo: (cabeçalho) ***O conto de fadas de Benedita / Governadora realiza sonho de criança e vai morar no palácio***; (legenda) ***Entre a Tia*** *que a criou, dois netos e o filho, Benedita observa um dos salões do Palácio Laranjeiras*. A mudança de Benedita da Silva para o local de residência dos governadores (um direito exercido por todos) é tratada como se fosse um conto de fadas. Na página 15, a manchete principal revela: ***Benedita: 'Eu sonhava morar num palácio'*** */ Governadora se muda com a família para o Laranjeiras e diz que se sente como se vivesse um conto de fadas*. Há várias fotos de Benedita e família nas dependências e nos jardins do Palácio Laranjeiras. O direito da governadora, no caso sendo a ex-favelada Benedita, foi transformado em algo quase inacreditável e as fotos sugeriam espanto e mesmo receio por parte dos novos habitantes do Palácio. Mais do que personagens de contos de fadas, os novos moradores pareciam intrusos, dada a estranheza entre eles, negros e pobres, e a suntuosidade dos novos aposentos.

27/06, terminado o conto de fadas, a Cinderela está prestes a virar borralheira. Página 3, manchete principal: ***O medo chega à campanha*** */ Escalada de violência faz petistas se reunirem para tentar salvar candidatura de Benedita*. O medo, no caso, faz referência a uma onda de ataques a prédios públicos e locais de grande circulação de pessoas, desferida por representantes do tráfico de drogas. Mas o sentido é amplo: o medo da população carioca; o medo da derrota nas urnas do Rio; o medo de afetar a candidatura Lula.

Fotografia e legenda remetem à lógica da manchete principal. Na foto, Benedita caminha solitária (lembrando a ex-candidata Roseana, no mês de abril) tendo ao fundo uma foto em que Lula está sorridente, mas desfocado. A legenda retoma o tema principal: *BENEDITA: sem conseguir conter onda de violência, a governadora petista teme prejudicar sua campanha e a de Lula*.

29/07, foto de primeira página, em cores: *O PRESIDENTE Fernando Henrique e José Serra passeiam no Alvorada, enquanto Ruth Cardoso beija Rita.* Na manchete secundária no alto da página: ***FH e d. Ruth colam em Serra*** /

Presidente elogia tucano e minimiza pesquisas. A foto sugere um encontro quase casual de velhos amigos que falam sobre amenidades ou rememoram fatos pitorescos: presidente acena, Serra sorri e o beijo de d. Ruth sela a amizade e a aliança. Na página 3, encontramos a defesa de FHC em favor de Serra. Manchete principal: *Fernando Henrique chama Serra para almoçar no Palácio do Alvorada, passeia com o candidato no gramado e afirma que o tucano é o mais preparado para substituí-lo / **FH entra em** campo / Presidente defende Serra e minimiza pesquisas: 'É como o câmbio: sobe e desce', diz.* Na foto, FHC, de punhos cerrados, sugere energia e confiança, enquanto Serra o observa: ***FERNANDO HENRIQUE** e José Serra no gramado do Alvorada: "Temos que ter um presidente capaz de levar adiante o país. Sem dúvida nenhuma nós vamos ganhar"*.

É bom lembrar que, neste período, Serra e seus aliados mais próximos vinham fazendo duras críticas ao desempenho do governo federal e sua relação com FHC não era das melhores. No caso, temos uma foto que certamente foi produzida pelos bastidores da campanha. Ainda que não tenha sido, simboliza o estreitamento da relação de FHC com Serra e a proximidade do presidente com a candidatura que não se encontrava consolidada.

01/10, capa, uma manchete: *Guerra do trafico ou exploração eleitoral? \ **Rio refém do medo** \ Ação de grupos e onda de boatos põem cidade em clima de estado de sítio; Benedita vê razão política*. E uma foto: *Avenida Nossa Senhora de Copacabana, segunda-feira, 17h* (completamente vazia).

O Globo informa e impõe questionamento aos acontecimentos. No lead e boxes, uma análise precisa e um resumo do que foi atingido e das perdas financeiras: *(...) refém do medo e sitiado, o Grande Rio parou ontem, vítima da ação de grupos armados que ordenaram o fechamento do comércio... industrias... escolas... ônibus... cerca de 40 bairros (...) No inédito toque de recolher (...) Às ameaças reais se somaram boatos que terminaram por deixar as ruas desertas... a ação teria relação com o trafico... Mas a proximidade das eleições levou algumas*

autoridades a não descartar outras motivações. Para a governadora Benedita da Silva, houve exploração política (...).

21/10 os ânimos estão acirrados nos QGs eleitorais: ***Lula e Serra alertam eleitor em pronunciamento na*** *TV \ Tucano diz que adversário pode levar país à ruína e petista culpa governo por crise*. Nas fotos, O Globo dá a sentença final: *ELEITORES DE LULA agitam bandeiras do PT no domingo de sol em Ipanema \ UMA PARTIDARIA de Serra exibe a bandeira do candidato na Praia de Copacabana* (grifo meu). A fotografia revela todo o abandono da candidatura Serra, pois é domingo de sol em Ipanema e apenas uma eleitora vai para a rua desfraldar a bandeira da candidatura.

4.2.3.2. FOLHA

Fotografias e infográficos compõem as reportagens e são formatos muitíssimo usados pelo jornalismo contemporâneo. Na Folha, as fotografias tendem a uma certa assepsia, como se buscassem distanciamento dos acontecimentos. Os infográficos são usados em profusão, freqüentemente em cores.

10/04, na página A9, vêm detalhados os dados relativos ao caso Lunus e aos eventuais prejuízos causados a Roseana, ao PFL e ao Governo: *Em março, 43% apontavam envolvimento da pefelista em desvios; para 47%, governo agiu para prejudicá-la /* ***Sobem para 53% os que culpam Roseana***. Numa montagem em que a foto é superposta ao infográfico, Roseana aparece de costas, como se olhasse os dados com surpresa e melancolia: *'****GRAU DE CONHECIMENTO SOBRE A OPERACAO DA PF NA EMPRESA DE ROSEANA SARNEY'***.

Retornando a análise de toda a edição, encontramos os seguintes materiais sobre o caso: 1) na capa, a divulgação da pesquisa Datafolha, com infográfico sobre intenção de votos: *Serra mantém os 19%, e Garotinho está com*

15%; Roseana cai para 13% e deixa o 2º lugar, mostra pesquisa no Datafolha \ ***Lula sobe e também lidera 2º turno***; 2) na página A2, a análise do articulista Fernando Rodrigues; 3) na página A8, o detalhamento da pesquisa de intenção de votos.

A expressão de melancolia estampada na foto, relacionada aos dados do infográfico e aos materiais da capa, páginas A2 e A8, confirmam, antecipadamente, o fim da candidatura Roseana Sarney.

Fotografias e infográficos não devem ser analisados em separado, como se fossem unidades isoladas. Conceitualmente (Cf. cap. 3), articulam-se com as manchetes e com as legendas. É preciso, também, considerar o material com o qual estão relacionados, como no exemplo que temos uma fotografia e um infográfico bastante significativos. Além disso, recorrendo novamente ao modelo teórico, não podemos nos esquecer da hipótese de interdependência e continuidade entre os lugares narrativos.

16/06, página A4, uma foto exemplar em que o senador José Alencar (PL) pode ser visto ao lado da sombra de Lula (PT). Na manchete secundária: ***PT*** *quer Alencar como seu 'avalista'*. No lead: *A turbulência no mercado financeiro e a falta de confiança de investidores na plataforma do PT aumentaram o sentimento de urgência no partido em colocar o senador José Alencar (PL/MG) como vice na chapa de Luiz Inácio Lula da Silva (...) Empresário milionário do setor têxtil, dono de 11 fabricas, ex-presidente da Federação das Industrias de Minas Gerais e ex-vice presidente da Confederação Nacional da Industria, Alencar, 71, já tem papel definido na campanha: o de 'avalista' de Lula junto a investidores e empresários*.

O termo 'avalista' é uma chave para a compreensão do momento eleitoral, não somente da aliança, mas das mudanças que vêm ocorrendo na avaliação do empresariado em relação à candidatura Lula.

22/07, página A4, quadro ENTREVISTA DA 2ª: *'Temos de ter o direito da dúvida', afirma presidente do PT /* ***Após turnê nos EUA, Dirceu fala em 'trégua' com o FMI***. Com direito a foto de José Dirceu em frente ao touro de Wall Street. Neste período, o braço-direito de Lula começava a se movimentar com

mais freqüência junto aos círculos de poder e a ganhar espaço na cobertura jornalística, especialmente em assuntos relacionados a aproximação do PT com representantes do 'capital'.

31/07, página A4, encontro de Lula com empresários na Fiesp. A foto mostra a mesa vazia onde deveria estar Mario Amato, que não foi ao encontro.

07/08, primeira página, Ciro não agrada, é o que mostra a foto em que aparece de mão estendida em direção a um casal de jovens: *CONSTRANGIMENTO / Dizendo-se petista, o casal de camelôs Murilo de Aguiar e Daiane Brambile se recusa a apertar a mão de Ciro Gomes (PPS), que fazia caminhada em Campinas (SP), mesmo após o candidato ter insistido no cumprimento.* Vale lembrar que, durante toda a competição, a candidatura Ciro Gomes teve bem menos visibilidade do que a candidatura Serra, independentemente de sua posição nas pesquisas de intenção de votos. Além disso, sua visibilidade esteve freqüentemente ligada a temas e situações ásperas, como na foto referida.

28/08, primeira página, uma foto histórica: *OUTROS TEMPOS / Luiz Inácio Lula da Silva (PT) estende a mão a José Sarney (PMDB), durante o anuncio do apoio oficial do ex-presidente à candidatura do petista*. Os termos 'outros tempos' e 'estende a mão' dão uma dimensão do novo Lula e do novo PT.

Nesta edição, a capa do caderno Eleições arremata o duelo Ciro-Serra com foto tipo "cara a cara" e setas indicativas: *Ciro↓↑Serra*. A manchete informa: ***Em alerta, Ciro revê sua tática após Serra crescer /*** *Diferença entre tucano e candidato do PPS cai de 15 para 4 pontas, segundo Ibope*. O simbolismo que uma relação "cara a cara" propõe, usualmente está relacionado ao estabelecimento da verdade. As setas também indicam a direção ou posição dos sujeitos naquele processo, ou seja, Ciro está na descendente, em queda, em baixa, enquanto Serra na ascendente, está em alta.

Dada sua importância na topografia da página, conforme pesquisa da ANJ (Cf. cap. 3), a fotografia deve ser analisada em todos os seus detalhes e,

principalmente, na articulação à legenda e com os demais materiais dispostos a seu lado. Da mesma forma, os infográficos. Ambos são materiais que remetem à informação disposta na reportagem, cuja chave interpretativa já foi dada pela manchete.

4.2.3.3. OESP

As fotografias de Oesp podem ser comparadas às de O Globo, seja na preferência por fotos maiores e que enquadram as pessoas num ambiente, seja na utilização de fotos preferencialmente com maior carga simbólica. São bem diferentes das usadas pela Folha, que seguem a tendência asséptica, com fotos menores que freqüentemente enquadram as pessoas e excluem o ambiente em que se encontram[11].

03/04, capa, manchete secundária: *Jarbas recusa convite para ser o vice de Serra*. Na página A4: ***Jarbas desiste e tática de Serra volta à estaca zero***. Na manchete secundária desta página: *Para Bornhausen, recusa indica 'fraqueza' de tucano*. Apesar do problema revelado na capa e na manchete desta página, a foto que ilustra a reportagem mostra Serra sorridente e em debate com assessores, como se tudo estivesse a contento.

13/04, página A11, manchete principal: ***Serra ainda acredita em aliança com PFL /*** *Com iminente desistência de Roseana, tucano diz que partido fará o possível para atrair ex-aliado*. A foto mostra, novamente, Serra sorridente e esperançoso.

30/04, página A4, manchete principal: ***Efeito Lula repercute em Wall Street e Malan reage /*** *Para ministro, redução da classificação da divida do Brasil por conta de pesquisa é "equivocada"*. Na foto, a legenda mostra outra visão do

[11] Esta observação é fruto do estudo empírico feito neste trabalho e de investigações anteriores (Dias, 1998 e 1998b).

ministro que não somente contrasta com a da manchete, mas revela o problema em sua essência: *Malan: decisões petistas causam "uma enorme confusão na cabeça de um simples leitor como eu"*;

Quando a candidatura Serra parecia fadada ao fracasso, a escolha de Rita Camata para vice lhe deu novo ânimo e novas possibilidades de ocupação dos diferentes lugares narrativos do jornal. Rita é mulher, jovem, bonita e inserida na política. Oesp vai explorar todos os ângulos de seu sorriso, suas poses e sua trajetória de vida. Rita passa a representar o lado simpático e agradável da sisuda candidatura governista.

Durante a competição Rita apareceu em dezenas de fotos: com FHC, com lideranças do PMDB e do PSDB; com eleitores; com criancinhas; com Serra; lembranças da juventude; passagens de sua trajetória política. E mais, o mundo pode estar caindo (e a candidatura Serra também), mas todas as fotos de Rita dão a impressão de 'frescor' e jovialidade, sempre sorridente, tranqüila, ativa.

04/06, novas oscilações do mercado; novas oscilações nas alianças. A página A7 traz foto, em cor, de Serra e Rita, passeando de barco e fazendo o 'V' da vitória! Observamos que enquanto o par governista e as lideranças que os apóiam estão constantemente nos melhores lugares narrativos de Oesp, especialmente em fotografias, as candidaturas de Ciro e Garotinho têm cobertura pífia.

06/06, capa, manchete secundária: G*overnistas do PMDB tentam isolar rebeldes*. Na página A4, a manchete principal anuncia: ***Governo faz ofensiva para conquistar PMDB***. A foto comprova o enredo sugerido nas manchetes, pois mostra FHC sorridente e abraçando a vice-peemedebista, Rita Camata.

Dia 10/08, capa, manchete principal: ***Mercado volta a se deteriorar com pesquisa e especulação***; manchete secundária, *Em baixa, Serra enfrenta crise na campanha*. Para compensar o teor da manchete, na foto, Serra aparece sorridente, sendo beijado por eleitor.

Na primeira quinzena de setembro, Lula inicia uma aproximação com as Forças Armadas. Há um encontro de Lula e lideranças petistas com os militares, intensamente criticado por Serra e lideranças tucanas, bem como por Oesp em editorial e manchetes. Em uma das edições, a foto de primeira página coroou a cabeça de Lula com o brasão das Forças Armadas.

09/10, capa, manchete para o caderno Eleições 2002: ***Ciro anuncia apoio irrestrito a Lula e Tasso agora é Serra*** */ Candidato do PPS participará da campanha, mas o senador eleito, não*; no lead: *Já estão formalizados os primeiros acordos para o segundo turno da eleição presidencial. Ciro Gomes (PPS) deu ontem apoio "irrestrito e entusiástico" a Lula e o senador eleito Antonio Carlos Magalhães (PFL) confirmou que está com o petista, mas não subira em palanques. Outro senador eleito, Tasso Jereissati (PSDB), manifestou apoio a José Serra mas também com participação limitada*. A foto-montagem mostra cada um indo para um lado da competição: ***Lados diferentes*** *— Ciro Gomes apoiará Lula (PT) no 2º turno; Tasso, José Serra (PSDB)*.

Uma última observação é sobre a noticiabilidade dos vices, pois enquanto Rita Camata tem visibilidade constante, principalmente em fotos, José Alencar pouco apareceu.

Quanto aos infográficos, no modelo teórico citamos sua relação com a racionalização da informação, especialmente para o estabelecimento de marcos comparativos. Na cobertura da eleição presidencial brasileira de 2002, notamos a presença freqüente de infográficos que objetivavam estabelecer comparativos entre as candidaturas, especialmente quanto a propostas e idéias, para mostrar a trajetória de um candidato, ou para dissecar as diferentes posições dos partidos em relação a temas da agenda política. Muitas vezes recorrem à temporalidade das questões, especialmente quando se quer mostrar mudanças significativas, como no caso do comportamento novidadeiro de Lula e das lideranças petistas.

30/06, capa, manchete secundária: *Para Quércia e Lula, as farpas ficaram para trás*. Na página A6, manchete principal: ***'Farei tudo para ficar com o***

PMDB', diz Lula *\ Candidato afirma que, em busca da aliança, seu partido não vetará nem Quércia*. Nas manchetes secundárias: 1) *'Não se faz política olhando o passado'\ Quércia diz que se identifica com projeto petista e quer derrubar aliança PSDB-PMDB*; no box desta reportagem: *'Se for olhar o passado, você cai no chão e ninguém faz acordo com ninguém'*; 2) *Ex-governador ainda tem contas a prestar na justiça \ Uma aliança que deixa a esquerda do PT arrepiada*.

Nesta página, Oesp organiza um quadro demonstrativo que resume e lembra todo o passado da relação Lula-Quércia e PT-Quércia: *A TROCA DE FARPAS*.

Dora Kramer arremata a análise: ***Do avesso, de trás para frente*** *\ Mais um pouco, e o PT vai desmoralizar sua política de alianças eleitorais*. Interessante notar que assuntos ásperos envolvendo o PT ou Lula freqüentemente ficam situados na página A6, ao lado da coluna de Dora Kramer.

14/07, a página A4 traz os planos dos candidatos num quadro sinóptico, com fotos. Na página A6, mais um quadro a quadro, também comparativo: *Lula promete criar Ministério das cidades \ Plano de Serra é 'perseguir' indicadores sociais \ Ciro da ênfase a projetos da classe media \ Garotinho fala em multiplicar idéias que adotou no Rio*. Na página A7, novo quadro, desta feita para o tema segurança e com avaliação de especialistas.

Vale ressaltar que o uso de quadros comparativos para apresentar as idéias e propostas dos candidatos, ajudou a ampliar a visibilidade das candidaturas Ciro e Garotinho, especialmente desta última que, durante toda grande parte da competição, permaneceu numa posição mais afastada do adversarismo mais acirrado.

4.2.4. Editorial e colunas de opinião: lugares de conversa e antecipação

4.2.4.1. O GLOBO

O artigo de Tereza Cruvinel, sempre na página 2, abre as portas do jornal para a notícia política, diariamente, interpretando e antecipando o espetáculo eleitoral. Cruvinel antecipa não somente os lances que ocorrerão na arena política. Notamos que o ponto de vista da articulista antecipa também a lógica narrativa do jornal, pois, freqüentemente, a interpretação que dá aos acontecimentos políticos está presente no restante da edição do dia em que o artigo é publicado ou nas edições próximas. A disposição da coluna de Cruvinel põe a articulista antes e ao lado da página 3, um lugar narrativo de destaque cujas manchetes, fotos e legendas freqüentemente expõem a principal notícia do dia.

03/04, artigo intitulado ***Abril Definitivo***. Lead: *Na liturgia eleitoral, abril valerá por três meses, acelerando a definição do quadro que em junho será oficializado pelas convenções partidárias: governadores e ministros descerão à planície, alianças serão feitas, candidaturas reavaliadas, vices serão escolhidos. A única chapa presidencial que parecia completa foi desfeita, jogando agora o foco na escolha do novo vice do tucano José Serra*.

Neste artigo, Cruvinel está analisando os problemas revelados por mais um dos candidatos desistentes da vice-candidatura tucana: o ilustre e bem cotado governador de Pernambuco, Jarbas Vasconcelos. Abaixo, os perigos das disputas entre os grupos políticos são traduzidos e, na antecipação dos acontecimentos, um pouco de aconselhamento às lideranças.

04/04, ***Vices, um problema***. Lead: *Pedro, Itamar, Rita, Luiz Henrique, Garibaldi... Candidatos não faltam no PMDB ao posto de vice na chapa de José Serra. Mas se a escolha continuar sendo tratada assim em praça pública, o caldo da aliança PSDB-PMDB acabará entornando. Vetos, preterições ou exclusões*

acabarão criando mágoas e incompatibilidades de nefastos efeitos para a parceria eleitoral.

05/07, ***Serra e Ciro: luta de vida ou morte***. Lead: *As próximas pesquisas são particularmente importantes para esclarecer se a polarização Lula-Serra foi estabelecida ou se o candidato do PPS, Ciro Gomes, ameaça mesmo o segundo lugar do candidato tucano. De todo modo, os dois estão no curso de um duelo que promete sangue*.

Cruvinel foi uma das primeiras a destacar a polarização Lula-Serra mesmo quando o candidato tucano se encontrava em posição de empate técnico com Garotinho ou Ciro. Neste artigo, há uma evidente antecipação do quadro eleitoral sob o prisma do adversarismo. Uma interpretação freqüente nos textos da articulista.

23/07, Márcio Moreira Alves analisa o quadro eleitoral em ***O tombo de Serra.*** No lead, o articulista decifra o quadro eleitoral: *Água de morro abaixo, fogo de morro acima e governo federal são as três coisas contra as quais ninguém pode (...). Parece que o refrão não vale mais (...). É o que mostra a queda de José Serra, candidato do governo federal (...)*. Moreira Alves questiona o fato de o governo federal não conseguir incentivar a candidatura de sua predileção em um país onde o uso (e abuso) da máquina pública para fins eleitorais é notório.

28/07, Cruvinel novamente dá o tom da cobertura: ***Empresários procuram o plano B***. No lead, uma análise significativa dos acontecimentos**:** *Eles não tiveram duvida em 1994 nem em 1998 ao apoiar Fernando Henrique. Agora tudo é incerto, a crise tirou as idéias e os conceitos do lugar. São cobrados ate hoje por terem ajudado a eleger Collor só por medo de Lula. Deu no que deu. José Serra, opção inicial e natural, tem ainda que recuperar a competitividade. Na busca de um plano B, comparam riscos e vantagens oferecidos por Lula e Ciro*.

Cruvinel segue explicando que Serra ainda não havia começado a campanha, um discurso que seria mantido pela candidatura tucana até último minuto da disputa. A articulista também manteve a avaliação de que o eleitor de Ciro era um *'eleitor-turista'*. O plano B, conforme dito por Cruvinel,

também remete à discussão sobre o "Plano" que fora lançado pelo PT poucos dias antes e que O Globo noticiou timidamente. Na ocasião, abriu-se um bom espaço para a palavra de especialistas contrários ao referido Programa, então denominado "Plano".

Quanto aos editoriais, foram mantidos no plano da conversa séria, voltado para discussões sobre temas da agenda pública, freqüentemente temas de interesse do Rio de Janeiro. Contudo, se não tratou do cotidiano da eleição presidencial foi deste lugar narrativo que O Globo analisou e falou sobre o Brasil; por vezes franqueando a palavra a formadores de opinião, tais como políticos, empresários, pesquisadores, etc.

O foco na eleição presidencial ficou restrito a momentos singulares, como na edição de 23/07, em que o editorial de O Globo avaliou criticamente a proposta de Ciro Gomes acerca de um regime político híbrido, uma mistura de parlamentarismo e presidencialismo. Para O Globo, *"Ciro realizaria, assim, o sonho de João Goulart e da linha-dura do general Costa e Silva. Duas vias que levaram o país a impasses"*.

02/09, novamente o tema da ruptura está no editorial, o foco é a candidatura Lula e a avaliação é favorável: ***O mito da revolução*** sintetiza que a eleição de 2002 representa *(...) sepultamento da clássica visão de ruptura que acompanhou durante toda uma vida frações representativas da esquerda brasileira (...)*.

Contudo, se não interpreta a campanha e as candidaturas especificamente nos editoriais, O Globo o faz por meio de seus principais articulistas, como os já citados Tereza Cruvinel e Márcio Moreira Alves.

16/10, ambos analisam a polêmica em torno da aparição da atriz Regina Duarte no programa do candidato José Serra, num discurso focado no medo diante da ascensão do candidato Lula. E se o medo de Regina Duarte rendeu até um bate-boca no meio artístico e intelectual, coube aos articulistas de O Globo explicar o cenário eleitoral. Tereza Cruvinel, em ***PT sem medos,*** e Márcio Moreira Alves, em ***Contar as favas***, explicaram porque a eleição de

Lula já era 'favas contadas' e dentro da mais rigorosa normalidade democrática. O Globo, por meio de seus articulistas, deixou claro que Serra fazia a campanha do medo e Lula a da esperança.

24/10, Márcio Moreira Alves, em, ***Não é por acaso***, analisa a história do Brasil e resume porque o PT passaria a ocupar a Presidência da República.

Concluímos que Tereza Cruvinel e Márcio Moreira Alves, ao antecipar as estratégias da política ajudam na compreensão das estratégias da narrativa jornalística, especialmente nos que se refere aos critérios de seleção e interpretação. Interessante, também, que o modo de narrar dos articulistas é sempre o da conversa amigável, seja com o leitor seja com a classe política, o que permite que possam oferecer, diariamente, puxões de orelha, dicas, conselhos, avaliações.

4.1.4.2. FOLHA

Na Folha, a página A2 é, por inteiro, um lugar de conversa. Nos exemplares analisados, os editoriais tratavam do cotidiano da política, explicavam as minúcias do cenário eleitoral e a movimentação das candidaturas. Os articulistas ofereciam diariamente a mais completa tradução da eleição e abriam as portas da cobertura para o leitor, antecipando nuances do adversarismo político.

Nesta página, acompanhamos os artigos de Clóvis Rossi, Eliane Cantanhede, Fernando Rodrigues e Carlos Heitor Cony. No interior do Caderno[12], acompanhamos a coluna de Jânio de Freitas, que na edição de 17/08 deu puxão de orelhas na Folha, esclarecendo que o jornal paulista, assim como O Globo, tinha caído nas armadilhas da especulação eleitoral e, segundo

[12] A coluna de Elio Gáspari foi ignorada, pois não conseguimos compreender se o articulista trabalha com artigos, piadas, ficção, dramaturgia, jornalismo

palavras do articulista, gerado falsas notícias sobre a existência de uma pesquisa que traria indicadores do crescimento de Serra, num momento em que a candidatura estava em queda.

Concluímos que, durante a campanha eleitoral e 2002, enquanto o jornal O Globo preferiu manter o editorial longe da política eleitoral, o jornal paulista a colocou dentro do editorial: aconselhou candidatos, lideranças e eleitores; mostrou os prós e os contras das candidaturas; discutiu temas da agenda política; criticou o governo e a candidatura governista.

Quanto às colunas que vêm na página A2, ao lado do editorial, podemos afirmar que verdadeiramente antecipam toda a cobertura que virá no caderno de política. Cada um dos articulistas, a seu modo, informa e avalia para o leitor os diversos lances da política. A narrativa é sempre de conversa com o leitor, apesar de cada um apresentar um modo singular de contar as histórias da eleição.

Eliane Cantanhede procurava explicar as candidaturas no que elas tinham de confronto: as examinava em contraposição umas as outras, seus dilemas, fraquezas, dúvidas. Na sua avaliação diária, a competição eleitoral se mostrava como uma caixinha de surpresas, tudo podia mudar a qualquer momento. Esta característica nos pareceu relacionada ao fato da articulista não perder a esperança na candidatura governista. Que fique claro que não se está supondo que a articulista era partidária da candidatura Serra, mas que avaliava de modo favorável as possibilidades dos governistas na batalha eleitoral.

Carlos Heitor Cony se manifestou com menos freqüência do que os demais articulistas, em relação à competição eleitoral presidencial, dando preferência aos problemas da cidade do Rio de Janeiro. Seu olhar sobre a política nacional era revelado somente em momentos de maior indignação, como no caso da pressão dos bancos internacionais sobre a candidatura Lula e dos escândalos, especialmente o chamado 'propinoduto', que envolveu diversas lideranças da candidatura Serra.

Fernando Rodrigues focava nas impossibilidades das candidaturas: coligações, apoios, desistências, traições. No mês de abril, por exemplo, foi Rodrigues quem ofereceu as pistas para os padrões narrativos da Folha: analisou as impossibilidades do PFL; rebateu as especulações em torno da renúncia de Serra; comparou o candidato governista com o líder FHC, inquirindo e sugerindo uma estratégia em, ***O que falta a Serra***, vide edição do dia 22/04.

Clóvis Rossi se mostrou um articulista de pequenas espetadelas nas candidaturas, especialmente na governista. Na edição de 28/04, ***Imagem, dentro e fora,*** o articulista expõe a imagem de José Serra, segundo ele, a partir de avaliação feita por outra pessoa: Serra é antipático, desleal e até truculento. Rossi relembra o caso Lunus e a suspeita de que o candidato governista esteve por detrás da incursão surpresa promovida pela Polícia Federal no escritório da empresa de Roseana Sarney. Outra questão interessante é que, depois que as agências de risco rebaixaram o Brasil em função da dianteira de Lula na competição, pareceu-nos que Clóvis Rossi tornou-se um pouco mais crítico à candidatura Serra ou, de certo modo, menos intolerante à candidatura Lula. Em artigo do dia 01/05, ***Bom para o PT***, Rossi compara as avaliações das agências de risco com a *"idiotice proferida por Mario Amato"*, em 89, quando o banqueiro disse que 800 mil empresários deixariam o país com a vitória de Lula.

Tanto Clóvis Rossi quanto Fernando Rodrigues mostraram preocupação e indignação com o terrorismo eleitoral que, para eles, era somente o mercado, que nada tinha a ver com a democracia, preocupando-se com o capital. Para resolver a questão, aconselharam Lula e o PT a apresentarem provas de que mudaram. Esta comprovação de mudança seria apresentada, primeiramente, no lançamento da 'Carta ao Povo Brasileiro'.

A posição de sujeito interessado, na Folha, apareceu abertamente no editorial ***Lula e os fundamentos***, dia 05/05. Para a Folha, a incerteza econômica

podia estar relacionada não a Lula, mas ao modelo econômico inadequado que vinha sendo praticado e que, infelizmente, aprisionaria ainda o próximo presidente. A posição não era pró-Lula nem era anti-Serra, mas uma declaração de insatisfação com os resultados da política econômica praticada ma era FHC. Esta posição, de narrador e de sujeito interessado, assim permaneceu durante toda a competição.

Freqüentemente os articulistas seguiam a interpretação do editorial. Por exemplo, na edição acima referida Clóvis Rossi também criticou profundamente os agentes econômicos anti-Lula em ***O verdadeiro risco Brasil***, em que afirmou que o problema da economia brasileira era anterior às possibilidades eleitorais de Lula ou de qualquer outro.

4.1.4.3. OESP

Quando concluímos a análise das estratégias narrativas de Oesp, notamos que uma das marcas deste periódico é o seu envolvimento com a política dentro de um viés governista. Enquanto narrador e sujeito interessado, Oesp não se eximiu de discutir, opinar, criticar e até tomar posição em favor da candidatura governista, em diferentes momentos.

06/04, editorial, surge um tema que seria recorrente durante toda a campanha, especialmente na página A3, editorial ou tema do dia. Trata-se da gestão da prefeita de São Paulo, Marta Suplicy, que sofre um contínuo e implacável combate por parte de Oesp.

06/10, finalmente Oesp faz a tão esperada declaração de voto, na página A3, em editorial que comemora o Brasil e sonha com a vitória do candidato governista: ***Democracia consolidada***/ *A democracia brasileira alcançou um grau de robustez e de enraizamento reconhecido no mundo inteiro. A competição pelo voto modernizou-se e civilizou-se: nunca se avançou tanto rumo à igualdade de*

oportunidades eleitorais (...) Motivos de desassossego, portanto, não faltam. Daí a nossa convicção de que um segundo turno, com a eventual vitória de José Serra, seria uma alternativa muito mais tranqüilizadora.

27/10, página A3, o editorial ***Voto de confiança***: "*As eleições de 2002 revelaram um eleitorado maduro e instituições políticas sólidas, capazes de absorver as alternâncias no poder ditadas pela vontade da maioria dos brasileiros. O que se pode esperar é que os eleitos se mostrem à altura do povo que os escolheu"*.

A página A2 de Oesp oferece ao leitor a palavra de articulistas e formadores de opinião. Verificamos a presença freqüente de José Neumane e João Mellão Neto, além de uma certa regularidade para Jarbas Passarinho, Denis Rosenfield, Sandra Cavalcanti e Mauro Chaves. O foco principal dos articulistas e demais convidados da página A2 é a crítica ferrenha à candidatura Lula, numa rotina que, vez por outra é interrompida com algum artigo em que se lamenta a desarticulação da candidatura Serra ou a despedida de FHC. Uma significativa mudança de foco ocorre somente quando a candidatura Ciro oferece algum perigo.

02/05, artigo de João Mellão Neto: ***O encantador de serpentes*** */ Fernando Henrique vai deixar saudades. Ate mesmo a quem hoje ele se opõe*.

21/06, artigo de João Mellão Neto*:* ***Haja hipocrisia*** */ Não existe campanha barata. O que existe é candidato mentiroso*. O autor discorre sobre o suposto caixa 2 do PT e o caso Celso Daniel.

15/07, artigo de Mauro Chaves: ***Despudorada pregação de enganação*** */ Nem marketeiros nem dirigentes petistas tem o direito de fazer Lula de marionete*. O autor afirma que Lula está sendo obrigado a 'desdizer' tudo o que dissera tempos atrás.

16/07, artigo de Carlos Alberto Monbauer: ***Lula e a síndrome do revolucionário bom*** */ Esse tipo não existe, assim como não será uma espécie benigna de caruncho*.

17/07, artigo de Denis Rosenfield: ***Carta a Lula*** */ Adota o senhor a máxima "faça o que digo, mas não faça o que faço"*.

31/07, artigo de José Neumane: D*e que modo e porque Ciro e Lula assustam*.

10/08, artigo de Mauro Chaves: *As mentiras de Ciro*.

20/09, o artigo de João Mellão Neto defende a propaganda eleitoral de Serra que juntou "ovada em Covas" com discurso de José Dirceu: *Os tucanos tem o direito de expor ao eleitorado a perigosa ambigüidade do adversário (...)*.

21/09, o artigo de Mauro Chaves defende a propaganda eleitoral de Serra: *Exigir diploma não é preconceito*.

28/09, em novo artigo, Mauro Chaves mantém a defesa: *Exigir preparo não é preconceito - 3 / À cúpula do PT só interessou usar Lula como um tapete mágico que a levasse ao poder*. A numeração indica que este é o terceiro artigo sobre o tema, com o mesmo título!

Além dos artigos da página A2, é de grande importância a coluna da articulista Dora Kramer, localizada na página A6, que, de acordo com os resultados da análise, se propõe a decifrar as artimanhas da política para o leitor de Oesp. Em diversos momentos, Dora Kramer faz um certo papel de 'memória da política'. Ela analisa os acontecimentos, colige os fatos atuais e passados e até mesmo passa pito nas lideranças.

11/04, Dora Kramer analisa a posição de Bornhausen sobre o caso Roseana e a afirmação, feita pelo líder do PFL, de que a apresentação da lista de doadores encerrava o caso. A articulista cutuca o cacique pefelista com vara curta e (nos) lembra que foi 'homem forte' do governo Fernando Collor e que pronunciou a celebre frase *"A CPI não vai dar em nada"*.

24/04, Dora Kramer questiona o 'lulismo' de última hora em ***Amor, mas um estranho amor***: *"Deve ser o outono. Mas, também pode não ser. Esse repentino e estranhíssimo amor que a direita resolveu externar pelo candidato Luiz Inácio Lula da Silva dá margem a duas leituras. Uma, reafirma a certeza de que a natureza humana não falha nunca e guarda relação com a sincera convicção vivida por Paulo Maluf, Antonio Carlos Magalhães e o presidente da Confederação Nacional da Industria, ex-ministro Fernando Bezerra – entre outros -, de que Lula tem grandes*

chances reais de se eleger presidente em outubro (...)". A segunda conclusão de Kramer é de que seria pura pressão contra Serra, no intuito de fazê-lo abrir concessões em seu programa de governo. Esta conclusão merece uma pergunta: será que Dora Kramer acha mesmo que Serra é o grande guardião da moralidade política e que precisa de um jogo dessa natureza para 'abrir' negociações junto ao empresariado nacional?

No decorrer da análise, notamos ainda uma relação de continuidade entre a coluna de Dora Kramer e a reportagem disposta a seu lado, na própria página A6: neste lugar narrativo, freqüentemente, Serra aparece opinando sobre algum tema da agenda pública, expondo seu programa de governo, dando dicas sobre o (bom) andamento da sua candidatura. Devemos lembrar que a candidatura governista não era a melhor posicionada na disputa eleitoral. Mas a relação não era a mesma para com a oposição, pois a freqüência mais significativa, neste caso, era para temas pouco agradáveis para a candidatura Lula.

30/04, manchete principal, página A6: ***'Farei tudo para ficar com o PMDB', diz Lula*** */ Candidato afirma que, em busca da aliança, seu partido não vetará nem Quércia*. Para ilustrar, Oesp organiza um quadro demonstrativo para lembrar o passado da relação PT-Quércia, com o título, *A TROCA DE FARPAS*. Na manchete secundária, abaixo do quadro, *'Não se faz política olhando o passado'/ Quércia diz que se identifica com projeto petista e quer derrubar aliança PSDB-PMDB*; no box desta matéria, *'Se for olhar o passado, você cai no chão e ninguém faz acordo com ninguém'*. Outras manchetes secundárias: *Ex-governador ainda tem contas a prestar na justiça / Uma aliança que deixa a esquerda do PT arrepiada*. Enquanto isso, na coluna de Dora Kramer, que fica bem ao lado, a análise de todo o processo com o artigo, ***Do avesso, de trás para frente*** */ Mais um pouco, e o PT vai desmoralizar sua política de alianças eleitorais*.

O exemplo acima foi transcrito por causa de sua capacidade de esclarecer as relações de interdependência e continuidade entre lugares

narrativos, bem como sobre a persistência de padrões narrativos conforme verificados nos textos da articulista. Em definitivo, não há intenção de julgamento de valor sobre com quem estava agindo corretamente razão, se Oesp, o PT, ambos ou nenhum.

4.2.5. Charges: surpresa, humor e o desnudamento da política

4.2.5.1. O GLOBO

As charges não são apenas engraçadas. São lugares narrativos que se articulam com os materiais informativos, especialmente no que se refere à revelação de traços de personalidade ou de articulações políticas.

O uso das charges por O Globo já foi matéria de inúmeras pesquisas (Dias, 1995, 1997), pois o jornal carioca privilegia esse lugar narrativo enquanto lugar para se falar dos eventos políticos, seja em períodos eleitorais seja no cotidiano da vida política. Normalmente, as charges vêm na primeira página e quando o tema apresenta alguma longevidade, o autor cria peças que dão continuidade à discussão. Na eleição de 2002, o periódico manteve a tradição e as charges freqüentemente envolviam os temas mais áridos ou mais jocosos da competição.

Algumas séries marcantes: candidatos no ringue, marcando a luta eleitoral; corrida de jet-ski, envolvendo os debates na tv e as pesquisas de opinião; a vaca e o brejo, envolvendo as dificuldades encontradas pela candidatura Serra; Romanée-Conti e o caso do medo de Regina Duarte; FHC e a cadeira presidencial; saudade e ausência de FHC.

18/07, em uma série na qual trabalha com a perspectiva do dito popular sobre a vaca e o brejo. Nesta, Serra afaga a vaquinha e afirma: *'Não falei? Comigo a vaca não vai pro brejo, o brejo é que vem pra vaca'*. A charge faz uma

alusão a pronunciamento feito pelo candidato no horário eleitoral e o traduz em seu sentido mais concreto e grotesco.

23/07, desta vez a vaca caricaturada por Chico está atolada, com Serra puxando a corda e FHC, montado.

No mês de setembro, as charges de Chico falavam sobre a queda de Ciro e a subida de Serra, brincando com o posicionamento dos candidatos na competição eleitoral: o tema foi o da corrida de cavalos.

18/10, Chico, agora tenta pôr um fim bem-humorado à polêmica em torno do medo: *"A SOLUÇÃO FINAL PARA A QUESTÃO DUARTE: - Tomarás Romanée-Conti até perder o medo!"*. Lula é caricaturado de chapéu e sobretudo marrons, óculos escuros e despejando o famoso vinho num funil enfiado na boca da atriz que, amarrada, não reage!

Para compor as charges, Chico recolhe fragmentos dos eventos e os une por meio de elementos como humor, crítica, comparação, construindo, deste modo, uma informação relevante. Mostrando um ângulo da notícia. Na série Romanée-Conti, o chargista revela a questão do preconceito das elites em relação ao ex-operário que almejava o principal posto de comando político do país. Em outra série interessante, 'saudade e ausência de FHC', Chico apresentou um assunto que foi tratado por todos os periódicos analisados e em diferentes lugares narrativos, a do reconhecimento de FHC como uma das maiores lideranças políticas do Brasil contemporâneo, um reconhecimento que vinha inclusive dos críticos, que ressaltavam sua importância histórica e o seu garbo intelectual. Além disso, o tema da saudade remetia a substituição das elites políticas e ao medo do novo, do desconhecido, que a candidatura Lula tanto representava.

4.2.5.2. FOLHA

Na Folha, a observação das charges se deslocou para a utilização de mini-caricaturas dos candidatos (corpo inteiro ou cabeça) em infográficos e quadros demonstrativos. Em diversos casos, notamos que também essas caricaturas podiam envolver o risível da política, denotando sentimentos ou sensações físicas, como cansaço, alegria, desânimo. Ainda, percebemos que, além do risível, as mini-caricaturas podiam sugerir a posição do candidato na disputa eleitoral.

09/06, capa, infográfico para divulgação de pesquisa de opinião, intitulado, ***EVOLUÇÃO DA INTENÇÃO DE VOTO PARA PRESIDENTE***. Na disposição das caricaturas, cada candidato segura uma bandeira com informações e uma seta para cima, verde/positiva, ou para baixo, vermelha/negativa. Do seguinte modo:

↓ ***LULA CAIU /*** *15 pontos entre os que ganham mais de R$2.000,00*

↑***SERRA SUBIU /*** *8 pontos entre os eleitores do Nordeste*

Garotinho e Ciro também seguravam bandeira com seta para baixo, vermelha, negativa. A leitura da manchete principal não ajuda a localizar a interpretação do narrador: *Diferença entre petista e tucano tem queda de sete pontos percentuais; melhora a avaliação do governo FHC /* ***Serra se isola em 2º; Lula tem 40%.***

Ao examinarmos os detalhes do gráfico, constatamos que Lula tem 40%, Serra 21%, Garotinho 16% e Ciro 11%.

Primeiro: não há uma relação direta entre os índices porcentuais mais significativos e as informações que cada candidato oferece por meio da bandeira.

Segundo, a diferença entre o primeiro e o segundo colocado é de 19 pontos.

Terceiro, a diferença entre o segundo colocado e o terceiro é de 4 pontos, o que, em outras divulgações de resultados de pesquisa é considerado

dentro da margem de erro, o que, por si só, retiraria a bandeira negativa da mão do candidato Garotinho e, além disso, desqualificaria a manchete que traz no título a informação de que ***Serra se isola em 2º***.

Na página A7, encontramos os resultados da pesquisa. A manchete principal mantém o padrão da primeira página, ou seja, os índices porcentuais e as interpretações oferecidas por meio dos textos são incongruentes: *Petista vai de 43% para 40% das intenções de voto, mas lidera com 19 pontos de vantagem; tucano sobe de 17% para 21% /* ***Diferença entre Lula e Serra cai 7 pontos***.

Freqüentemente, a Folha usou deste tipo de ilustração para fazer alguma referência cruzada sobre as candidaturas, especialmente junto à divulgação de resultado de pesquisas de opinião. Por exemplo, candidatos ofegantes, sugerindo o tema da corrida de cavalos; candidatos com língua de fora, expressando cansaço; candidatos de olhos arregalados, como se assustados com os índices das pesquisas.

4.2.5.3. OESP

As charges de Oesp não abandonam a sisudez editorial. Assim, seus temas são sempre os mais sérios. Por exemplo, na cobertura da eleição presidencial de 2002, Oesp usou charges para ilustrar reportagens que punham a descoberto aspectos pouco favoráveis dos candidatos oposicionistas .

17/04, página A6, manchete principal: ***Ciro recebe carta branca para negociar com PFL /*** *Candidato do PPS recebe apoio dos aliados PTB e PDT, que tentam isolar Freire*. Na charge, o adversarismo entre Ciro e ACM, ex-atual-amigos-inimigos: cobras e lagartos saem da boca de ambos, servindo de introdução a um quadro demonstrativo sobre o que um disse do outro nos últimos tempos.

21/04, Página A4, manchete principal: ***Pelo poder, esquerda adere ao pragmatismo /*** *Apoio de conservadores, hoje difícil por causa da verticalização, tem*

ganho eleitoral contestado; No lead: *Direita, volver. Depois de três derrotas eleitorais e com algumas bandeiras esvaziadas, a esquerda brasileira começou uma corrida rumo ao centro. Como esse campo ideológico esta tomado pela coalizão PSDB-PMDB, os três candidatos de oposição foram para o outro extremo (...).* Na charge, os candidatos participam de um baile (uma espécie de dança das alianças) e tentam conquistar as mulheres (ou seja, os partidos); nas mesas o nome dos candidatos e seus possíveis aliados: Lula/PL; Ciro/PFL; Garotinho/PPB. Serra é o único que já encontrou seu par (Rita Camata/PMDB), embora, na prática, o PSDB ainda não tivesse fechado a aliança!

Na reportagem que acompanha a charge, Oesp traça um quadro comparativo sobre os partidos mostrando que as origens são diferentes, mas os programas semelhantes.

A possibilidade de comparação, neste tipo de formato, é ao mesmo tempo didática e convincente, pois põe, lado a lado, os elementos de cada sujeito ou problema tratado. Além disto, podemos dizer que servem à racionalização e à minimização dos custos da informação, especialmente quando envolve explicações que passam pelos eixos da espacialidade e da temporalidade, como exigem as explicações sobre trajetórias políticas e escândalos.

4.3. Síntese

Neste capítulo, apresentamos e discutimos a teoria e a prática da metodologia dos lugares narrativos, a qual consideramos uma ferramenta de pesquisa especialmente adequada à análise de cobertura jornalística feita por periódicos para eventos políticos com longevidade editorial, especialmente competições eleitorais majoritárias.

Demonstramos, ainda, que a busca por padrões narrativos deve considerar que há interdependência e continuidade entre os diversos materiais dispostos nas páginas que compõem uma edição diária.

A seguir, vamos sintetizar as principais proposições que dão sustentação à formulação da metodologia e também apresentar alguns elementos indicativos da validade do conceito de adversarismo político, cuja especificidade está relacionada à análise de coberturas jornalísticas de competições eleitorais majoritárias.

Lembramos, ainda, que a íntegra do estudo empírico encontra-se nos Cadernos da Pesquisa, onde poderemos demonstrar de modo mais contundente evidencias em relação à interdependência e continuidade entre os lugares narrativos, bem como a importância da temporalidade e da espacialidade que advém do acontecimento eleitoral e que são reorganizadas pela narrativa jornalística.

CONCLUSÃO

Compreender as múltiplas possibilidades de atuação dos meios de comunicação tem se mostrado uma tarefa urgente e de grande importância, especialmente no que se refere a sua atuação em períodos eleitorais[13]. Conforme literatura discutida (Hacket, 1993; Porto, 2002), essa área de pesquisa vem demandando novos estudos no campo metodológico e teórico.

O esforço desta tese é justamente o de dar início a uma nova proposição metodológica para estudos de periódicos, além de um novo conceito para estudos de enquadramento de eventos políticos, especialmente competições eleitorais majoritárias.

Durante o desenvolvimento do modelo teórico, evitamos debater sobre pilares tradicionais do jornalismo, como neutralidade, imparcialidade e objetividade, pois não dizem respeito ao arcabouço conceitual da tese[14]. Também evitamos termos como ideologia e visão de mundo (Cf. cap. 3).

Entretanto, desde o início, optamos por trabalhar com a idéia de que a cobertura jornalística que os meios de comunicação fazem não pode ser

---

[13] A campanha para a presidência do Brasil, de 2002, por exemplo, tão logo terminou e diversos pesquisadores já publicaram o resultado do acompanhamento quase diário que fizeram: 1) RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). Eleições presidenciais em 2002 no Brasil, que traz os seguintes artigos: "Visibilidade e estratégias nas eleições presidenciais de 2002", por RUBIM; Eleições no Brasil: o "medo" como estratégia política, por Vera CHAIA; "Os estudos sobre o Jornal nacional nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002", por Leandro COLLING; "A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002: análise do Jornal nacional e do horário eleitoral", por Mauro PORTO, Rodrigo Figueiredo de VASCONCELOS e Bruna Barreto BASTOS; "A descoberta da política – a campanha de 2002 na Rede Globo", por Luis Felipe MIGUEL; "As eleições presidenciais de 2002 nos jornais", por Alessandra ALDÉ; "Serra e a mudança: um discurso fora do lugar de fala", por Jorge ALMEIDA; "Como se faz e desfaz um 'fenômeno eleitoral': o caso Roseana", por Rejane Vasconcelos Accioly CARVALHO. 2) FAUSTO NETO, Antônio, VERÓN, Eliseo (orgs.) e RUBIM, Antonio Albino. Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral; 3) FIGUEIREDO, Rubem e COUTINHO, Ciro. "A eleição de 2002".

[14] Sobre o esvaziamento do conceito de neutralidade, por exemplo, ver: Robert Hackett, "Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos".

tomada como espelho da realidade. Se assim o fosse, poderíamos afirmar que cumpriria os três pilares anteriormente referidos. Para os objetivos desta pesquisa, elegemos, como princípio de entendimento, que as notícias divulgadas pelo jornalismo resultam de um modo particular de reconstrução e apresentação da realidade.

Dar uma notícia é narrar uma história. Narrar é contar a história segundo pontos de observação escolhidos pelo narrador, que, no caso, não diz respeito especificamente aos jornalistas, mas ao jornal[15] como um todo já que a história é contada e recontada em diversos momentos e de modos também diversos.

Se fossem espelhos, numa campanha eleitoral, os jornais teriam que cobrir todos os eventos de todas as campanhas, franqueando a palavra a todos os envolvidos. Tarefa impossível e inglória, pois resultariam em relatórios extensos e pouco atrativos. Portanto, para construir uma edição diária é preciso fazer escolhas e estas são feitas segundos critérios das editorias que, certamente, obedecem aos critérios instituídos pelo jornal.

Além de considerarmos o próprio jornal como narrador, no caso das competições eleitorais, supomos também que esse narrador passa à condição de sujeito interessado.

Todo processo eleitoral é um momento significativo de substituição ou de recondução do grupo que está no comando do poder político. A luta entre os grupos é acirrada e travada em todas as arenas permitidas pelo procedimento democrático — estamos falando das lutas visíveis à sociedade.

Por isto, as campanhas eleitorais tomaram proporções gigantescas facilitando a alguns meios de comunicação ocupar lugar de destaque como palco da política (Cf. cap. 1). Além de informar sobre o acontecimento eleitoral, as possibilidades discursivas desses meios incluem elogiar, criticar,

---

[15] Citamos o meio jornal por ser a referência da pesquisa.

lamentar, interrogar, acusar, julgar, vetar ou franquear a palavra, sensibilizar o medo e a esperança dos cidadãos.

Para analisar a cobertura desses meios, podemos partir de perguntas básicas, tais como: o espaço físico concedido aos competidores é, ao menos, semelhante, ou seja, igual percentual de aparição, com valência igual e nos mesmos lugares narrativos? Os temas são abordados em todas as suas nuances, quer dizer, a palavra é franqueada a todos os interessados? E os ângulos das fotografias escolhidas para compor as páginas: os sorrisos postos ao lado de manchetes dramáticas; o cenho franzido complementando manchetes vibrantes; as articulações da política presentes nos abraços e apertos de mão, ou na ausência deles? As questões substantivas são postas lado a lado, segundo a palavra das candidaturas?

E mais, porque uma candidatura é manchete e as outras não? Por que a primeira página recebe um tipo de assunto e não outro? Por que um candidato é exposto mais em sua face negativa do que positiva? Por que outro candidato não aparece nunca? Por que as reivindicações dos agentes econômicos têm espaço e a dos sindicatos de trabalhadores, não?

Contudo, um dos problemas mais complexos, que talvez sintetize estas e outras perguntas, refere-se aos critérios de noticiabilidade que permitem a primeira fase da construção da notícia, ou seja, quais indivíduos ou temas entram e como entram na cobertura jornalística (Figueiredo, 2000).

Conforme as proposições apresentadas no capítulo 3, consideramos que a noticiabilidade de indivíduos e temas, durante competições eleitorais, guarda relação direta com o adversarismo que se estabelece na arena política.

1. Lugares narrativos: ferramenta para estudo de periódicos

A metodologia dos lugares narrativos foi construída a partir de proposições envolvendo a topografia da página e os textos verbais e não-verbais nela dispostos:

1. Os formatos contêm padrões de apresentação e hierarquização, enquanto os conteúdos contêm padrões de seleção e interpretação da informação;
2. As estratégias narrativas são decompostas a partir da análise do entrelaçamento entre formato e conteúdo. Desta análise se depreende os padrões narrativos;
3. A edição diária dos jornais não ocorre de modo caótico e tem como principais elementos estruturantes as escolhas editoriais, disto decorre a presença de interdependência e continuidade entre as narrativas;
4. O entrelaçamento ou combinação entre formato e conteúdo permite uma narrativa organizada dos eventos, especialmente no caso de eventos com longevidade editorial. Do contrário, teríamos constantes entrechoques nos critérios de seleção, interpretação, apresentação e hierarquização das informações.
5. Os jornais (e não os jornalistas) devem ser entendidos como os narradores dos eventos;

Acreditamos que a metodologia dos lugares narrativos constitui não somente mais uma ferramenta de pesquisa, mas uma ferramenta que permite a análise em profundidade de todos os enfrentamentos e entendimentos que ocorrem entre os diversos atores, transformados em notícia pela cobertura realizada pelo periódicos durante as competições eleitorais majoritárias.

Cada uma das categorias anteriormente detalhadas serve à análise dos padrões narrativos persistentes em cada formato que compõe e se integra à topografia das diversas páginas de uma edição.

Além disto, ao considerarmos o jornal enquanto narrador, podemos deslocar o foco analítico da singularidade de cada reportagem ou artigo para o comportamento narrativo do jornal.

Devemos lembrar ainda, conforme apontado por outros pesquisadores, que: 1) os meios de comunicação desfrutam de grande credibilidade, maior do que seus competidores no mercado de informação política; 2) além de atores públicos, nas competições eleitorais tornam-se atores políticos porque fazem escolhas editoriais que têm valor político (Figueiredo, 2000).

Portanto, além de narradores, durante as competições eleitorais, os jornais devem ser compreendidos como sujeitos interessados no resultado do processo político. O tratamento concedido à política e aos competidores, nesses casos, é fruto de escolhas que vão refletir na natureza da cobertura realizada.

Por exemplo, notamos uma grande diferença entre a cobertura da eleição presidencial de 1998 em comparação com a de 2002. Mas esta diferença não está relacionada à dimensão da cobertura, mas à natureza da cobertura.

Em 1998, a competição eleitoral praticamente não foi mostrada, mas falou-se muito e bem, do governo e do presidente. A política eleitoral não apareceu, mas apareceu a política governamental, a crise econômica e o medo de um novo comandante para o Brasil. A candidatura vencedora era encabeçada pelo presidente da República e amparada por uma grande aliança. Os principais assessores do presidente, como ministros e líderes do governo na Câmara e no Senado, eram lideranças de projeção na mídia. Do outro lado, a candidatura oposicionista era encabeçada por um candidato que já havia sido

derrotado duas vezes e que mantinha o mesmo discurso, o mesmo leque de alianças de outrora.

Em 2002, a cobertura foi ampla, mas a visibilidade do candidato mais bem colocado nas pesquisas, o desafiante, foi semelhante a do seu principal adversário, o candidato mandatário, embora as pesquisas apontassem um grande distanciamento entre ambos.

Quando observamos a lógica da cobertura jornalística sob o conceito de adversarismo, notamos a presença significativa dos grupos políticos no embate eleitoral. O papel do grupo ou do partido é servir de anteparo às agressões e pressões, mas também de fonte de novos discursos: são as lideranças que avaliam os adversários, os escândalos, a formação das alianças, entre outros.

Em 2002, por exemplo, Oesp lamenta a sucessão presidencial pela ausência de um líder à altura de FHC: homem culto e elegante, um estadista. Serra não se mostra apto a assumir o lugar de novo líder. Pouco hábil com os amigos e com os inimigos, o candidato governista não consegue estabelecer claramente o seu campo de ação e, com isto, abre espaço para o ataque dos adversários, que emergem de diferentes grupos políticos, especialmente de seu próprio partido, o PSDB, do recente aliado PMDB e do ex-amigo PFL.

FHC, por sua vez, representa bem a personagem defensora da democracia em todos os momentos da sucessão: afirma que não vai se meter na campanha, só o fazendo em poucos momentos. Conduz a transição com maestria. Defende Lula em momentos difíceis, como o da falta de diploma e nas desconfianças quanto à capacidade de governo dos petistas. Contudo, observando mais atentamente, percebemos que FHC, ao mesmo tempo em que representa o defensor do jogo democrático, cede sua palavra para críticas mordazes aos adversários de seu apadrinhado. Além disso, notamos que, nos momentos em que a candidatura Serra apresentava sinais preocupantes de debilidade junto ao eleitorado, FHC era convocado a se expressar enquanto

governo, discutindo e apresentando alternativas para os diferentes problemas da agenda pública.

Nossa conclusão, portanto, não é a de que os meios de comunicação redescobriram a política em 2002, mas a de que, enquanto atores políticos, decidiram por uma estratégia narrativa que focava menos a política governamental e mais a política eleitoral. Acreditamos que essas questões reforçam nossa proposta metodológica e a hipótese de que é preciso buscar compreender os padrões narrativos da cobertura jornalística e de que estes padrões narrativos estão relacionados ao acontecimento eleitoral.

Para finalizar, partimos do óbvio, ou seja, que eleição é política; campanha eleitoral é política. Os atores envolvidos, inclusive a mídia, jogam no campo da política, independente da sua forma de participação. Se há manipuladores ou conspiradores, são todos jogadores, que, diante das regras e brechas do jogo democrático, jogam conforme podem e de acordo com o contexto eleitoral.

Supomos, assim, que diferentes atores disputam ou atuam em conformidade para inclusão de temas e problemas na agenda eleitoral. Por exemplo, na eleição de 2002, notamos a presença ostensiva dos agentes econômicos, que, do primeiro mês analisado até o último, exigiram que os competidores se posicionassem sobre seus compromissos com a agenda econômica. O mercado agiu com toda a pressão sobre a arena política.

Podemos retomar a idéia do mito como representação mobilizadora (Sorel, 1992) e analisar o poder dos agentes econômicos na eleição de 2002, pois, se há um mito no fazer político contemporâneo, globalizado, esse mito é o mercado. E assim, a violência do mercado seria mesmo a ‘boa violência’, uma espécie de filtro da política. O filtro que decantou as propostas dos presidenciáveis em 2002, transformando-as numa agenda positiva para o Brasil.

Retomemos o tema do lançamento da ‘Carta ao Povo Brasileiro’ e os motivos que poderiam ter levado a candidatura Lula a divulgá-la em junho, às vésperas da convenção que resultou no fechamento da chapa PT-PL e que juntou à Lula, o avalista José Alencar, um representante do grande empresariado nacional.

Lembremos que no mês, de maio duas agências internacionais de avaliação de risco divulgaram relatórios mostrando os perigos da candidatura Lula e que, nesta época, o mercado brasileiro se agitou provocando aumento do risco-país, do dólar e a queda nas Bolsas. Durante toda a competição, o ‘nervosismo’ do mercado era sempre atribuído à posição das candidaturas, especialmente Lula e Ciro.

Além disto, em um exercício ainda mais denso, lembremo-nos de 1998, quando uma crise econômica mundial ganhou contornos locais e incidiu sobre a competição entre candidato-presidente, FHC, e o desafiante, Lula.

Pois bem, voltando ao conteúdo da Carta ao Povo Brasileiro, vemos que era de estabelecimento de uma agenda de compromissos relativa às cobranças dos agentes econômicos: taxas de juros, superávit primário, manutenção de contratos, pagamento da dívida externa. Em 2002, todas as candidaturas se deixaram pautar pelo mercado, até mesmo Garotinho e Ciro, que optaram pela estratégia do ‘oposicionismo radical’ e passaram a se auto-intitular inimigos do mercado.

Este exemplo mostra o quanto a natureza da cobertura jornalística está relacionada ao enfrentamento dos diversos atores e reforça a importância de uma ferramenta de pesquisa que permita o esquadrinhamento da narrativa eleitoral, que é construída por um narrador-sujeito interessado, ou seja, o jornal. Acreditamos que esta ferramenta de pesquisa pode ser encontrada na metodologia dos lugares narrativos.

2. Adversarismo, noticiabilidade e construção narrativa

Consideramos que a análise da natureza da cobertura eleitoral de 2002 forneceu elementos[16] favoráveis à discussão das hipóteses apresentadas no capítulo 3, conforme abaixo sintetizado:

1. A cobertura jornalística recompõe a competição eleitoral por meio da apropriação do jogo discursivo que se estabelece a partir do adversarismo entre os grupos, indicando que o conceito de política, para a mídia, é revestido pela lógica do adversarismo;
2. Os critérios de noticiabilidade para a cobertura de competições eleitorais, ou seja, quem entra e como na cobertura jornalística, estão relacionados ao confronto que se estabelece na arena eleitoral;
3. Por meio de uma construção narrativa baseada no adversarismo, a mídia encobre a sua posição de sujeito interessado, mesmo quando a narrativa privilegia um competidor em detrimento de outros.

A partir da metodologia dos lugares narrativos, identificamos alguns padrões narrativos os quais consideramos elucidativos das proposições anteriormente indicadas:

a. Valorização dos eventos relativos a confrontos, ou seja, máxima exposição dos antagonismos mais virulentos;
b. Desvalorização do entendimento entre partes adversárias. Quando ocorrem são tratadas de modo jocoso ou suspeito. De modo geral, as alianças não são interpretadas em seus aspectos políticos, relativos à competição em curso, mas dentro de uma espacialidade e uma temporalidade que remetem a aspectos do antagonismo entre os

[16] Para a verificação de exemplos retirados da cobertura jornalística, sugerimos a leitura dos Cadernos da Pesquisa, pois repeti-los nesta seção seria improdutivo, já que são inúmeros e, para uma leitura mais adequada, é preciso considerar a questão da interdependência e da continuidade.

grupos, seja rememorados do passado seja prospectados em relação ao futuro;

c. Valorização do debate somente como espetáculo para gerar visibilidade, basicamente naqueles promovidos pelos próprios meios de comunicação, tais como os organizados pelas grandes redes de TV e as entrevistas em auditórios de rádios e jornais. Preferencialmente, são valorizados os debates promovidos pelo próprio grupo, por exemplo, O Globo/TV Globo.
d. Desvalorização da discussão substantiva por parte das candidaturas, seja individual ou coletiva. A discussão de temas e problemas é minimizada em função da ampliação do espaço para confrontos pessoais e escândalos;
e. Valorização da palavra inimiga para avaliação e julgamento de uma candidatura. Palavras inimigas ou amigas podem ser fornecidas por lideranças próximas às candidaturas ou por 'especialistas', como jornalistas, economistas, empresários, cientistas sociais etc.
f. Desvalorização da palavra do candidato para explicar sua plataforma eleitoral;
g. Inclusão de uma candidatura na cobertura diária em função da sua capacidade de criar fatos polêmicos, especialmente relativos ao vetor ataque aos adversários ou ao governo. Não necessariamente, a visibilidade é favorável à candidatura atacante, pois o ataque simplesmente cria um ambiente favorável à inclusão. Conforme a formulação inicial do conceito, o foco analítico deve recair sobre as candidaturas no todo, ou seja, candidatos, vices e lideranças. Logo, os ataques podem ocorrer entre candidaturas ou intracandidatura. Supõe-se que este critério de noticiabilidade se sobressai a outros, como o da corrida de cavalos a partir do qual se considera que a visibilidade é fruto da posição na competição.

A arena política não impõe critérios à mídia, nem temas, pessoas, problemas. As estratégias da política criam um ambiente ou fornecem elementos para que a mídia construa a sua estratégia narrativa.

Conforme discutido na seção anterior, ao usar o adversarismo como estratégia narrativa, a mídia pode ser sujeito interessado sem que este comportamento – que influi nas escolhas sobre que pessoas ou temas entram e de que modo entram na cobertura do evento eleitoral – possa ser apontado como inadequado e afetar sua credibilidade enquanto fonte de informação.

Nossa conclusão é de que a posição favorável nas pesquisas de opinião também é submetida à lógica do adversarismo e, portanto, da noticiabilidade. Analisemos o que aconteceu com as quatro principais candidaturas.

1. **Lula**: bem posicionada em todas as pesquisas que vinham sendo divulgadas desde janeiro. Durante o primeiro trimestre analisado (abril-junho), a visibilidade da candidatura Lula é pequena se comparada a seus adversários, especialmente à candidatura governista. Nos meses de largada da competição, nenhum dos jornais analisados escancarou suas páginas para o cavalo que estava na frente: Lula não abocanhou a primeira página, nem foi titular absoluto de grandes fotografias e manchetes.

   A mudança no perfil da cobertura da candidatura Lula mudou significativamente a partir do mês de junho, até mesmo em Oesp, não em função da divulgação de resultados de pesquisa mais significativos, mas em função de mudanças ocorridas na arena política, tais como: a formalização da aliança PT-PL que lançou a chapa Lula-Alencar; a divulgação da 'Carta ao Povo Brasileiro'; as visitas aos grandes representantes do empresariado, como Fiesp, Febraban, Fecomércio e CNI.

   Ainda assim, a cobertura da candidatura Lula não cresceu a ponto de suplantar significativamente a candidatura Serra, pois, em diversos

momentos, o adversarismo Serra-Lula propiciou que o candidato governista estivesse nos melhores lugares narrativos do jornal ou, pelo menos, numa situação equilibrada com a candidatura Lula.

Nos meses de largada da competição, nenhum dos jornais analisados escancarou suas páginas para o cavalo que estava na frente: Lula não abocanhou a primeira página, nem foi titular absoluto de grandes fotografias e manchetes.

Nossa conclusão é de que, assim como as grandes entidades de classe do empresariado, como Fiesp, Febraban, CNI, Fecomércio, a imprensa se manteve em compasso de espera diante da indecisão dos governistas e das mudanças apresentadas pelos oposicionistas.

2. **Ciro**: a visibilidade desta candidatura esteve freqüentemente atrelada à polarização estabelecida com a candidatura Serra. Por isso, à medida que as pesquisas de opinião detectavam o seu crescimento, aumentavam as denúncias, os ataques e a exposição de aspectos negativos dessa candidatura. Além disso, mesmo quando estava muito à frente da candidatura governista, a noticiabilidade da candidatura Ciro permaneceu sob a lógica do antagonismo com aquela candidatura, o que trazia benefícios para o adversário e prejuízos para Ciro, pois, sob ataque, não havia espaço na cobertura para a discussão das suas propostas e idéias.

   A candidatura Ciro apareceu na imprensa como um grande incômodo para a debilitada candidatura governista, pois o seu discurso explicitava José Serra como mandatário e principal inimigo do povo. Ao invés de antagonizar com Lula, que era o desafiante melhor colocado, Ciro antagonizou em todos os aspectos com a candidatura governista, denunciando e apontando os erros do passado e as inconsistências do futuro. Sem dúvida, a candidatura

Ciro foi das mais politizadas, ou seja, a que tratou com mais proximidade os problemas da agenda política. Esta característica propiciou que pudesse antagonizar com Serra e, posteriormente, coligar-se à Lula, uma espécie de 'oposição natural' ao governista.

Em relação ao resultado das pesquisas de opinião, o melhor dos tratamentos concedido à candidatura Ciro foi o de "onda", ou seja, algo que cresce, pode incomodar, mas que em algum momento vai passar e ceder lugar a uma nova onda. O perfil de Ciro era de alguém ao mesmo tempo risível e nojento; a candidatura tinha ares de comédia, lembrando a definição de Aristóteles.

> A comédia é, como dissemos, imitação de homens inferiores; não, todavia, quanto a toda a espécie de vícios, mas só quanto àquela parte do torpe que é o ridículo. O ridículo é apenas certo defeito, torpeza anódina e inocente; que bem o demonstra, por exemplo, a máscara cômica, que, sendo feia e disforme, não tem [expressão de] dor. (Aristóteles, 1991: 205).

3. **Serra**: essa candidatura é um caso exemplar de como a noticiabilidade está relacionada ao adversarismo que se estabelece na arena eleitoral e não ao posicionamento nas pesquisas de opinião.

   A estratégia adotada por Serra e seus aliados foi a de exacerbar o antagonismo com os adversários e tratá-los como inimigos declarados, prontos para serem abatidos por uma retórica sempre mordaz. A cobertura jornalística deu amplo espaço ao discurso ofensivo da candidatura Serra que, se analisada segundo critérios do que seria uma cobertura do tipo corrida de cavalos, teve muito mais visibilidade do que permitiria sua parca expressão junto aos eleitores.

   A candidatura Serra esteve sempre nos melhores lugares narrativos de todos os jornais, mesmo quando as pesquisas indicavam baixa taxa de adesão do eleitorado. O mau desempenho nas pesquisas, portanto, não conduziu o candidato à obscuridade, ao anonimato,

como ocorreu com Garotinho, que não teve espaço nas páginas dos mesmos periódicos, mesmo com a onda detectada no final do primeiro turno em que as pesquisas indicavam o crescimento do candidato.

A garantia de visibilidade de um candidato, portanto, está na posição que ocupa no cenário político e no resultado de estratégias relativas a alianças políticas e adesões vindas dos diversos segmentos sociais.

A visibilidade de Serra, portanto, além do leque de lideranças, amigas e inimigas que se encontravam no entrono da candidatura, é próximo ao governo e pertence ao partido do presidente. FHC é amigo de longa data de Serra. Como presidente, sua visibilidade é inegável. O adversarismo e a presença das lideranças vão garantir ao candidato governista mais espaço do que sua pífia performance merecia, até porque o desentendimento entre os principais líderes do PSDB, quanto a essa candidatura, era público e notório.

4. **Garotinho**: esta candidatura foi a que teve pior visibilidade, mesmo quando esteve em situação de empate técnico com Serra.

   A primeira questão que nos parece importante para discutir este problema diz respeito à ausência de lideranças de projeção nacional no seu entorno. Lembramos que o candidato nasceu e cresceu, enquanto liderança política, no Estado do Rio de Janeiro e até 2002, gozava de pouca ou nenhuma projeção nacional. Seu vice também era figura pouco conhecida. A candidatura, portanto, não consolidava uma aliança de penetração nacional. Sendo assim, a candidatura Garotinho era reduzida a uma única figura, de média expressão, ou seja, o próprio candidato, reduzindo as chances de antagonismo com os demais grupos competidores.

> Uma segunda questão de relevância refere-se ao fato de que, ao estabelecer a fé religiosa como base de sua candidatura, Garotinho não encontrou adversário político para o seu campo discursivo.
>
> Garotinho criou um campo discursivo para uma candidatura ancorada na fé e no chamamento divino[17] mas, observando as outras candidaturas, vimos que também lançaram mão de alguma proximidade com os diversos segmentos religiosos. Lula mostrou-se assíduo freqüentador de missas e aliou-se com o PL, partido dos principais bispos da Igreja Universal. Serra manteve a marca da devoção à Santa Rita, com idas freqüentes a alguma igreja católica para orações, fazendo-se acompanhar de lideranças políticas como Geraldo Alckmin e Rita Camata, além de ter buscado o apoio de grupos evangélicos. Até mesmo Ciro teve seus momentos de fé explícita ao lado da esposa-atriz Patrícia Pillar, recém recuperada de um câncer de mama.
>
> Para concluir, ressaltamos que estas conjecturas não estão sendo postas com o objetivo de explicar em definitivo a ausência da candidatura Garotinho da cobertura jornalística. Porém, indicam uma linha de investigação e, tomando como base o conceito de adversarismo, parecem reforçar a hipótese de que as estratégias políticas criam um ambiente favorável às escolhas editoriais que incidem sobre as estratégias narrativas dos meios de comunicação.

Para finalizar, enfatizamos que a leitura na íntegra do material analisado, disponibilizado nos Cadernos da Pesquisa, auxiliará na

---

[17] Há estudos, não conclusivos, indicando que Garotinho teria conseguido mobilizar a maior parte dos evangélicos pentecostais, o que teria contribuído para sua expressiva votação. César Romero JACOB, Dora Rodrigues HEES, Philippe WANIEZ e Violette BRUSTLEIN, "Eleições presidenciais de 2002 no Brasil: uma nova geografia eleitoral?". Não podemos esquecer que diversos bispos evangélicos, como os ligados ao PL, figuras de projeção religiosa e política, apoiaram a candidatura Lula.

compreensão do adversarismo enquanto conceito de enquadramento a ser usado na análise de coberturas jornalísticas de processos eleitorais.

Lembramos também que esses materiais mostram bem a relação de continuidade e interdependência existente entre os diversos lugares narrativos contidos na topografia da página do jornal. Mostra, ainda, a freqüência com que temas e pessoas entraram ou ficaram ausentes de cobertura e de que modo se deu a noticiabilidade de candidatos, lideranças e temas.

Com isto, chegamos ao fim da parte conceitual desta tese e esperamos que as propostas nela contidas possam enriquecer a área de estudos e pesquisas em Comunicação Política. Acreditamos que tanto a metodologia quanto o conceito podem e devem ser aprimorados com sua utilização em outras pesquisas. Esperamos mesmo que venham a ser usadas em profusão e que as críticas, que certamente virão, possam ser transformadas em novas possibilidades de conhecimento.

APÊNDICE

CADERNOS DA PESQUISA
ÍNTEGRA DO ESTUDO EMPÍRICO

Além de auxiliar na demonstração de nossas hipóteses de pesquisa, a análise da cobertura feita por O Globo, Folha e Oesp durante a campanha presidencial de 2002, resultou em três relatórios analíticos, os quais seguem apensados a este trabalho. A confecção destes relatórios foi submetida à lógica da metodologia, tendo sido dispostos, lado a lado, os textos jornalísticos e as conclusões resultantes do processo analítico. Por isto cabe ressalvar que parte dos exemplos transcritos e dos textos analíticos incluídos no capítulo 4 pode aparecer repetida nos Cadernos, pois foi deste material bruto que retiramos os materiais usados na discussão das hipóteses e categorias.

A transcrição dos materiais obedeceu à mesma formatação identificada no capítulo 4 e, de modo geral, à cronologia da competição. Devido a extensão do material bruto, optou-se por agrupar a análise num sistema mês a mês, pois, deste modo, se mantinha atenção para com a questão da continuidade apresentada pela narrativa. Finalizando, ressaltamos que os materiais contidos nos Cadernos de Pesquisa são de natureza descritiva e também analítica. Portanto, são, de certo modo, repetitivos, inclusive em relação ao capítulo 4, mas necessários, devido a sua importância para a compreensão do *modus operandi* da pesquisa.

O GLOBO

Abril: ponto de partida[18]

Saída de Garotinho e foco na ascensão de Benedita. O rombo das contas do governo do RJ é destaque e opõe o ex-governador e o PT, deixando claro o adversarismo entre Benedita e Garotinho.

Dia 1°, página 2, Diana Fernandes (ocupando a coluna de Tereza Cruvinel) aponta o cerne da questão que é carioca, mas tem contornos nacionais, haja vista o porte das lideranças envolvidas: ***Garotinho x Bené***. Lead: *Esquentou no fim de semana a guerrilha entre os grupos do governador Anthony Garotinho (PSB) e da vice Benedita da Silva (PT), que assumirá o Palácio Guanabara no sábado*.

Nos primeiros meses de 2002, a política já sentia o doce sabor do adversarismo mais acirrado. O Globo acompanhou as disputas eleitorais e procurou desvendar para o leitor as estratégias da política.

Dia 3, página 2, Tereza Cruvinel: ***Abril Definitivo***. Lead: *Na liturgia eleitoral, abril valerá por três meses, acelerando a definição do quadro que em junho será oficializado pelas convenções partidárias: governadores e ministros descerão à planície, alianças serão feitas, candidaturas reavaliadas, vices serão escolhidos. A única chapa presidencial que parecia completa foi desfeita, jogando agora o foco na escolha do novo vice do tucano José Serra*. É que Jarbas Vasconcelos, ilustre e bem cotado governador de Pernambuco, foi mais um dos desistentes da vice-candidatura tucana.

---

[18] Este, como os demais títulos referentes aos meses, faz alusão a simbologias pinçadas dos textos jornalísticos.

No dia 4, Cruvinel traduz novamente os perigos das disputas entre os grupos políticos: ***Vices, um problema*.** Lead: *Pedro, Itamar, Rita, Luiz Henrique, Garibaldi... Candidatos não faltam no PMDB ao posto de vice na chapa de José Serra. Mas se a escolha continuar sendo tratada assim em praça pública, o caldo da aliança PSDB-PMDB acabará entornando. Vetos, preterições ou exclusões acabarão criando mágoas e incompatibilidades de nefastos efeitos para a parceria eleitoral*.

Além de explicar, a articulista de O Globo antecipa os acontecimentos e aconselha as lideranças. Os vices são problemáticos, pois definem grande parte dos eixos bem-mal que, infelizmente ou felizmente, servem apenas a um turno eleitoral. Os amigos e os inimigos de agora podem mudar no turno seguinte ou na próxima eleição. É a lógica da política, por isto, as escaramuças devem ficar no limite da palavra, garantindo, assim, incríveis possibilidades de novos arranjos eleitorais.

FHC é o grande líder que tenta, sem perder a pose, resolver os nós da candidatura governista. No dia 5, a foto na página 3 revela um FHC de olhar severo, lábios fechados, demonstrando toda a seriedade do presidente. Na legenda: *FERNANDO HENRIQUE: o presidente pediu a tucanos e peemedebistas que se esforcem para resolver os problemas regionais.* Na manchete, a revelação: ***O padrinho da aliança*** / *FH assume comando e tenta resolver problemas na coligação entre PSDB e PMDB.* Na manchete secundária, os mesmos que já haviam sido citados por Tereza Cruvinel: *Os cotados no PMDB para a chapa de Serra.*

A pensão vitalícia que Garotinho concedeu a si próprio foi assunto de pouco interesse, talvez porque o próprio tenha retirado o benefício quando percebeu o estrago político.

No mês de abril, O Globo manteve sua velha identidade carioca e centrou sua capacidade discursiva na eleição local. Benedita da Silva, outrora uma simples “preta, pobre e favelada” (rótulo usado pejorativamente por O Globo quando explodiram os arrastões que derrubaram suas chances à

prefeitura do Rio de Janeiro, em 1992), ganhou ares de modernidade após conquistar o direito de ocupar o Palácio das Laranjeiras.

Dia 6, capa, manchete secundária em destaque sobre fotos: ***Mulher, negra*** (grifo meu)***, favelada e agora governadora*** */ Garotinho renuncia e Benedita leva o PT pela primeira vez ao governo do Rio*. A manchete recupera o *slogan* original de Benedita e indica um novo lugar para a líder petista. Nas fotos, *Garotinho chora e é consolado por Rosinha em festa religiosa / BENEDITA E PITANGA descem o Chapéu Mangueira, onde têm casa*.

Benedita ganhou ares de Cinderela e recebeu manchetes amenas: os planos e os sonhos de Benedita, governadora. Como em todo conto de fadas, os sonhos da Cinderela foram abruptamente interrompidos pela realidade: a violência bateu às portas do Palácio e tomou o Rio de assalto durante toda a campanha eleitoral.

O drama de Roseana também aparece nesta edição, página 3, com o problema da lista de doadores. Nem o abraço da amiga Alcione, que cantou "Guerreira" para a ex-governadora em festa de bumba-meu-boi, foi capaz de amenizar os constrangimentos do caso.

Dia 7, manchete principal: ***Benedita assume com plano de emergência para segurança*** */ Em tom conciliador, governadora pede reuniões com FH e Cesar Maia*. Na foto, a nova imagem da líder petista: *BENEDITA COMEMORA a posse na Assembléia, entre José Dirceu, Sérgio Cabral Filho, Lula e Marta Suplicy*. Na mesma edição página 3, com fotos, o cenário político sob a luz do adversarismo: ***O inimigo estava ao lado*** */ Brigas com vices provocaram reviravoltas na disputa eleitoral de norte a sul do país*.

Na página 4, o novo Lula por inteiro: *RUMO ÀS ELEIÇÕES / Dirceu diz que a campanha vai ser mais profissional /* ***Lula defenderá estabilidade e não negará avanços do governo de FH*** */ Petista entra na quarta disputa tentando evitar os erros do passado*. Na foto, Lula está sereno e sorridente: *LULA: O CANDIDATO petista agora segue orientação de Duda Mendonça e de pesquisas de opinião*.

Dia 8, capa: ***PF intima Roseana e PFL ameaça parar o Congresso /*** *FH apela a Marco Maciel para evitar obstruções de votações*. Roseana está na coluna de Tereza Cruvinel em ***Erros em dobro,*** artigo em que comenta sobre o 'açodamento da Polícia Federal' e na página 3, ***Polícia Federal intima Roseana /*** *Presidente do PFL diz que ex-governadora é vítima de ação sórdida e promete guerra ao governo*. Roseana aparece na foto principal, o caso é explicitado em detalhes nas manchetes secundárias e segue ocupando outras páginas desta edição.

Os desdobramentos estão ainda em boa parte da edição do dia 9, com as articulações do PFL para proteger a candidata. Na edição do dia 10 com nova foto das notas apreendidas e a manchete avassaladora: ***Ação em família /*** *Lista de doadores do R$ 1,3 milhão de Roseana inclui marido, irmão e cunhado*. Na manchete secundária: *Lista ainda tem sobra de R$ 10 mil*. Tereza Cruvinel e Márcio Moreira Alves comentam as articulações do PFL e espetam o coração das oligarquias em ***A lista da Lunus*** e ***Lição de Arrogância.*** Lula aparece nesta edição dizendo que espera que tudo não termine num grande acordo. Vejam como é interessante O Globo abrir para a liderança petista, comentar as escaramuças entre PFL e PSDB. No dia 11, o combate continua acirrado ocupando a colunas de Cruvinel, a de Moreira Alves, a página 3 e seguintes.

Dia 12, Tereza Cruvinel é definitiva: ***O PFL e o enterro da rainha-mãe***. Na página 3, a manchete principal dá continuidade ao tema e ao viés interpretativo em ***Com os dias contados /*** *PFL dá como certa a saída de Roseana e está dividida entre Ciro, Serra e ficar sem candidato*. Na foto, a candidata dá adeus: *ROSEANA SARNEY: a ex-governadora deverá desistir da candidatura e já defende o apoio dos pefelistas a Ciro Gomes*. A edição do dia 13 mantém o tom agressivo contra Roseana e um pouco menos contra o PFL.

Dia 14, na capa, o fim de um começo: ***Abandonada pelo PFL, Roseana Sarney renuncia /*** *Ex-governadora diz que 'operação de guerra' a levou ao limite de suas forças*. Na foto, Roseana aparece desolada e solitária: *ROSEANA*

SARNEY lê a carta de renúncia em São Luís, com críticas à investigação sobre a empresa Lunus, que causou a desistência. O caso ainda aparece na fala dos articulistas e nas páginas 3 e 4. Até agora Serra esteve ausente, para seu próprio bem.

Mas no dia 15, com inimigos mortos e semi-enterrados, começa a festa para os tucanos, que são citados na capa, na coluna de Cruvinel e na página 3: ***Em busca dos aliados perdidos*** **/** *Cúpula Tucana se reúne para traçar estratégias e ter o PFL de volta na base*. Há fotos de FHC inaugurando o Rodoanel Mário Covas e de Serra, na mesma festa. O adversarismo PFL-Serra, contudo, já virá estampado nas páginas seguintes.

Dia 16, capa, manchete secundária, o resultado dessas escaramuças: *Lula sobe para 35% com saída de Roseana*. Cruvinel comenta sobre a pesquisa e o nervosismo do mercado ante a possibilidade de Serra cair para terceiro lugar, atrás de Garotinho. Na página 3, a manchete passa à categoria e equação do problema: ***Lula = Serra + Garotinho*** **/** *Sem Roseana, petista sobe 11 pontos e chega a 35%. Disputa pelo segundo lugar é acirrada.* Além de Lula, a foto traz o sumido Ciro Gomes, que subiu 5 pontos na pesquisa.

Será que a presença de Ciro se deve à pesquisa ou à sondagem do PFL? O tema da nova aliança ocupará as páginas seguintes. A saída de Roseana não abrandou os problemas de Serra. Pareceu-me um novo começo de vários desacertos entre as próprias lideranças do PSDB, acrescido da ira do PFL.

As dificuldades do PT em firmar acordo com o PL apareceram no dia 20, mesma edição em que Garotinho ocupou a página 3, com Arraes. Tanta pluralidade estaria relacionada ao problema da verticalização, medida de última hora imposta pelo TSE que deixou as lideranças atônitas sobre como resolver o problema das alianças. Cruvinel explicou tudo em ***Salve-se quem puder,*** em que diz que teremos alianças brancas, que são como casais que moram em casas separadas.

O drama das alianças domina a cena eleitoral neste final de abril, até que, no dia 30, a política é surpreendida pelo humor do mercado com a avaliação das agências de risco, Morgan Stanley e Merril Lynch, e o medo da candidatura Lula.

Maio: delação e propina em tempos de guerra eleitoral

A violência no Rio continua em alta, com mais 17 manchetes principais, sendo 10 com fotos. O título de referência das páginas, em maio, é ***RUMO ÀS ELEIÇOES,*** sugerindo, talvez, que a competição ainda não tinha, de fato, começado.

Os lugares narrativos cumprem uma função estratégica, pondo em destaque a lógica discursiva do jornal. Notamos, em O Globo, que Tereza Cruvinel abre as portas da notícia política para o leitor, interpretando e antecipando as estratégias eleitorais. Comparando os materiais dispostos nos diferentes lugares narrativos, verificamos que a estratégia de O Globo é contar as histórias, continuamente, delineando os dramas e incertezas dos personagens que se antagonizam com seus adversários e até com seus 'colaboradores': é a violência no Rio e a agonia da governadora Benedita; o vice de Serra e a agonia do próprio candidato; as alianças de Ciro e a agonia de uma candidatura incerta; a agonia de Garotinho em suas 'trapacinhas diárias'.

Estamos em maio e a candidatura de Ciro é a bola da vez no ataque eleitoral.

Dia 1º, capa: *Brigas podem fazer a frente de Ciro ruir*. Página 3, com fotos: ***De frente para a crise*** */ PDT e PTB isolam PPS nos estados e ameaçam a candidatura de Ciro*. O PT reagiu aos bancos internacionais e ao Ministro das Relações Exteriores, Celso Lafer, quando este sentenciou, em entrevista, a

quarta derrota de Lula. Nesta edição, Tereza Cruvinel diz que o PFL alertou FHC para a vitória de Lula no primeiro turno.

Dia 2, capa, manchete secundária: Lula aparece numa pequena foto entre Caetano, Chico, Gil e Djavan. Abaixo, a palavra de quem sabe como vencer e já experimentou a derrota: *FH alerta Lula contra 'salto alto'*. A charge de Chico faz uma alusão ao choro de Romário por não ter sido convocado para a Copa, vários políticos aparecem sentados num banco e de mão no queixo: entre eles Ciro e Pedro Simon. O 'baixinho' está junto deles.

A página 3 se abre para a candidatura petista: ***Lula pede união das esquerdas*** */ Petista diz que voltou a sonhar com a união da oposição no primeiro turno*. Lula aparece na foto, em evento, reunindo artistas na comemoração do 1º de maio em São Paulo. O mercado, contudo, continua nervoso, como sugerem as manchetes.

03/05, capa, manchete principal: ***Mais um banco vê risco na eleição e derruba a bolsa*** **/** *ABN Amro desestimula investidores apesar de sinais positivos da economia* (grifo meu).

04/05, capa, manchete principal: ***Bancos estrangeiros divergem sobre o risco eleitoral no Brasil*** **/** *Quatro instituições têm análises otimistas para investimentos e quatro, pessimistas*.

07/05, capa, manchete secundária: *Banco manda tirar do Brasil e aplicar no México.*

08/05, capa, manchete principal: ***Malan diz que só clareza dos candidatos evita especulação*** / *PSDB rejeita ultimato do PFL e mantém candidatura de Serra à Presidência*.

10/05, capa, manchete principal: ***Especulação com pesquisas derruba bolsas e faz dólar subir*** */ Moeda americana salta para R$ 2,472 e Bovespa tem queda de 4%*.

14/05, capa, manchete principal: ***Banco que rebaixou o Brasil sugere agora compra de títulos*** */ Dólar vai a R$ 2,52. Armínio diz que Brasil não se tornará Argentina*.

17/05, capa, manchete secundária: *Especulação eleitoral custou US$ 139 milhões* (a manchete refere-se a perdas na Bovespa).

22/05, capa, manchete secundária: *Merryll Lynch paga multa milionária*.

A candidatura Serra segue no seu inferno eleitoral: agora é o caso Ricardo Sérgio que, segundo denúncias surgidas dentro do próprio PSDB, teria pedido uma propina de 15 milhões. As acusações giram em torno dos denunciantes (o ministro-quase-candidato Paulo Renato de Souza aparece como suposto algoz) e menos do denunciado. O caso traz à tona o adversarismo interno ao PSDB e mostra que os grupos políticos perdedores não aderiram a José Serra.

Dia 5, capa, manchete secundária: *Tucanos comprometem Ricardo Sérgio*. A fonte é a entrevista concedida à revista Veja e o caso vai para a página 13.

Dia 6, capa: ***Ministro ataca presidente do PSDB e acirra a crise tucana*** / *Mendonça de Barros promete fazer novas acusações contra Steinbruch e Ricardo Sérgio*. O caso é comentado nas colunas de Cruvinel e Moreira Alves e nas páginas 3 e 4.

Dia 7, capa: ***Devassa em patrimônio de Ricardo Sérgio será ampliada*** / *FH diz que denúncia é requentada; para Serra é trololó eleitoral*. Tereza Cruvinel explica tudo, em, ***CPI para não sair***. No lead: *Nem cataclisma nem mero trololó. O caso Ricardo Sérgio é uma rajada forte contra o governo para atingir seu candidato, disparada por descontentes da aliança governista e do próprio PSDB com munição que ajudaram a esconder sob o tapete. Mas PT e aliados pedirão a CPI para desgastar a candidatura Serra, não para matá-la, o que possibilitaria sua substituição por outro nome que reunifique a aliança governista*. O caso segue nas páginas 3, 4, 5 e 8, sendo que, nesta última, a manchete informa que Mendonça de Barros ***Inocenta Serra e acusa Steinbruch***.

As edições seguintes mostram que o PSDB não se renderá aos descontentes do PSDB, do PFL e do próprio (novo amigo) PMDB. Vencida a batalha, o caso Ricardo Sérgio sai da cena principal e Tereza Cruvinel

informa, na edição do dia 14, que o PSDB vai girar sua metralhadora na direção do PT: é que Lula está de vento em popa nas pesquisas eleitorais.

Dia 15, capa, manchete secundária: *Datafolha: Lula pode vencer já no 1º turno / Serra está em segundo lugar mas empatado tecnicamente com Garotinho e Ciro Gomes*.

Vejamos os dados: Lula, 43%; Serra, 17%; Garotinho, 15%; Ciro, 14%.

Enquanto isso, o problema de todos os candidatos continua sendo os vices. De fato, o principal problema que as candidaturas tiveram que enfrentar, no início da campanha, foi as alianças partidárias, como demonstrou o vai-vem da candidatura Serra.

Dia 19, página 3: ***A um passo da aliança*** */ Ala do PMDB pró-Serra diz ter 62% dos votos para assegurar acordo na convenção*. Na foto, a nova possibilidade tucana: *MICHEL TEMER, presidente do PMDB, conversa no Congresso com a deputada Rita Camata, provável indicada pelo partido para ser vice na chapa de Serra*. Logo abaixo, foto do próprio candidato.

No dia 23, a comemoração vem na coluna de Cruvinel e na página 3: ***A Rita levou a vaga*** */ Serra e Nizan dobram a cúpula do PMDB com o argumento de que a deputada atrai mais votos*. A edição é toda dedicada a pré-convenção e seus desdobramentos, com direito a perfil de Rita, a vice que consolidaria uma imagem de mulher jovial e sorridente.

Finda a querela dos vices, Serra tem espaço para discussão de seus projetos. Mas a candidatura petista ainda sofre com o fogo do aliancismo e até Quércia foi "*perdoado*", conforme mostrou a edição do dia 29, pela janela de Tereza Cruvinel: ***Tudo por um vice***. No dia 30, O Globo mostra que os petistas tentam arrebanhar os descontentes de todos os partidos, inclusive do PMDB. Página 3, com foto Lula (principal) e peemedebistas descontentes: ***Atrapalhando o adversário*** */ Petistas assediam o PMDB para tentar impedir o apoio a Serra e só descartam Jader*. Na manchete secundária: *De arquiinimigos a aliados / Almoço com Medeiros amainou a antiga troca de acusações*. Márcio

Moreira Alves dá a dica de como o PSDB pode conter as deserções, em ***O preço do PMDB***.

No dia seguinte, Tereza Cruvinel antecipa os possíveis realinhamentos, em ***Movimentos.*** No lead: *Algo se move no quadro eleitoral que vem sendo dirigido pelas pesquisas e temperado pelo terror econômico. Estão em curso dois realinhamentos de forças que não devem ser desprezados. A saber, o apoio de um considerável bloco do PFL ao candidato Ciro Gomes e a adesão de um segmento ainda não mensurável de dissidentes do PMDB à candidatura Lula*.

Junho: mês de São João, fogueiras e convenções partidárias

A temperatura da abordagem do tema "violência no Rio" cresceu com o assassinato do jornalista Tim Lopes: capas, editoriais, artigos assinados, articulistas. O assunto transborda nos mais importantes lugares narrativos. Mas logo vem a Copa do mundo, que passa a dividir as capas, trazendo fotos coloridas e festivas. A candidatura governista abre a temporada de ataque e se volta contra aquele que seria seu principal aliado.

Dia 1º, página 3: ***Serra critica Lula e o governo*** */ Tucano diz que Planalto foi omisso na segurança e aponta falhas também na educação*. Na foto: *JOSÉ SERRA cumprimenta uma eleitora na visita a Pernambuco: "Eu não prometo, eu me comprometo, com um amanhã melhor do que hoje"*. O candidato estaria abrindo mão de sua posição de continuador?

Dia 2, a coluna de Tereza Cruvinel impõe uma pausa para reflexão: ***A histeria***. No lead: *Os especialistas e os políticos costumam dizer que as pesquisas eleitorais feitas com tanta antecedência não têm importância. Mesmo assim, é comum que os partidos e seus líderes lancem dúvidas sobre a lisura de pesquisas. Essa foi a conduta adotada pelos aliados dos candidatos José Serra e Anthony Garotinho, que nessa fase disputam o segundo lugar na corrida presidencial*.

A polêmica que nos interessa, contudo, não diz respeito a quem está ganhando a corrida pelo segundo lugar, mas a visibilidade concedida à candidatura Serra que, neste quesito, ganha disparado dos demais competidores. Ora, se Garotinho e Serra estão tecnicamente empatados, porque o candidato do PSB não recebe o mesmo tratamento? Notamos que todas as ocorrências relativas à candidatura Serra geram visibilidade: as estratégias do candidato, as articulações das lideranças que o cercam, as idas e vindas das alianças. E para Garotinho, nada. E o que estaria acontecendo com Ciro, o próximo desafeto do candidato governista, já que também pouco aparece na cobertura?

Dia 4, manchete secundária na capa: *Tasso põe Ciro em programa de TV do PSDB*. E na página 3, com foto: ***Ciro, atração do PSDB na TV*** */ Tucanos tentam tirar candidato dos programas do PDT e PTB mas o exibem no Ceará*.

Dia 6, capa: ***BC faz megaoperação para tentar acalmar o mercado*** */ Lula chama Armínio de irresponsável; para Serra, pesquisas não deveriam influir*.

Dia 7, capa: ***FMI elogia a economia mas risco-Brasil sobe*** */ Dólar chega a R$ 2,66 e BC faz nova troca de títulos*. Na página 3: ***Infidelidade explícita*** */ Tasso (PSDB) e Erundina (PSB) prevêem vitória de Lula, que terá apoio de Itamar (PMDB)*. E algumas fotos: *O PETISTA Dirceu sela acordo com Itamar, observados por José Alencar e o prefeito Fernando Pimentel*; *O ato falho de Erundina / Deputada do partido de Garotinho apresenta Lula como o futuro presidente*; *TASSO: o tucano previu a vitória de Lula contra Serra*.

Dia 8, manchete secundária: *Dólar e Risco Brasil, enfim, voltam a cair*. Tereza Cruvinel comenta as dissidências, em ***Na horta de Lula***. Garotinho aparece na página 4, comentando a gafe do Ministro Celso Lafer. Parece que o empate em segundo lugar abriu uma pequena janelinha para o candidato evangélico. É preciso atentar para o tamanho desta janela, bem como sua perenidade.

Dia 9, página 3, com fotos: ***Frente lança Ciro-Paulinho*** */ Aliança escolhe sindicalista para vice na chapa, de olho no voto dos trabalhadores*. Na página 4, o

anúncio da convenção que oficializará Lula. Ficará faltando apenas o vice. Garotinho está na página 5, com programa de governo, foto e entrevista. O governo federal e a candidatura Serra ocupam as páginas finais dedicadas ao cenário eleitoral, tal como nas edições anteriores.

Dia 10, manchete secundária na capa: *Convenções oficializam Ciro e Garotinho*. A página 3 inteira, com fotos e entrevistas, é dedicada ao evento: *Frente lança Ciro-Paulinho*. A página 4 chama a atenção do leitor para a convenção do PT que ocorrerá no dia seguinte, mas alerta que a chapa somente será oficializada no fim do mês. A página 5 informa sobre a convenção do PSB. Em resumo, as convenções são um momento importante nas campanhas, pois selam as alianças entre os partidos, abrem a temporada de financiamento e, principalmente, definem o campo inimigo.

Dia 11, manchete secundária: *Garotinho é oficializado sem vice*. Na página 3, a convenção surge em página inteira, com fotos e entrevista com Rosinha. Tereza Cruvinel analisa as agruras da aliança PT-PL. E na página 5, a repercussão da convenção que oficializou o candidato Ciro Gomes. Com tanta movimentação, a pesquisa Ibope que mostra Lula com 39% e Serra com 19%, agora verdadeiramente em segundo, está na página 4. FHC e Serra novamente fecham a edição.

A polemica em torno das reações do mercado cresce no âmbito das campanhas e vai para as manchetes da capa, como a do Dia 12: ***Banco americano cria 'lulômetro'*** */ Dólar vai a R$ 2,714, em alta de 2,96%, a maior em um único dia desde março de 1999*. No lead, a reportagem explica que a fórmula mediria o quanto a possibilidade de vitória do candidato petista influenciaria a taxa de câmbio.

O mercado seguiu provocando os presidenciáveis, cobrando compromissos e especulando sobre a agenda eleitoral. Os candidatos foram unânimes em dizer que recusavam a pressão, mas foi FHC quem tranqüilizou a todos por meio de novo 'apoio' junto ao FMI. No dia 15, contudo, manchete

de capa indica que o mercado dá as cartas: ***PT já discute antecipação de nomes para BC e Fazenda.*** No lead, Aloisio Mercadante declara: *"Tudo o que o PT puder fazer para contribuir para a estabilidade, vamos fazer"*.

Dia 16, capa, manchete secundária: *PMDB, com pancadaria apóia Serra*. As convenções do PSDB e do PMDB são mostradas nas páginas 3, 4 e 8, em todos os seus aspectos, incluindo as dissidências e tumultos: *Chapa Serra-Rita agora é oficial*. A página 16 traz as agonias da candidatura Lula, sob a manchete: *Lula vive os últimos dias do dilema Alencar*.

A eleição raramente ocupa a manchete principal da capa de O Globo, a não ser quando o assunto é relacionado à esfera econômica. Os embates seguem o curso da normalidade e Tereza Cruvinel antecipa, na edição do dia 19, o pronunciamento que Lula faria para acalmar o mercado: é a famosa 'Carta ao Povo Brasileiro'.

Dia 20, manchete secundária, capa: *Reviravolta garante chapa Lula-Alencar / Negociações se estendem por quase 24 horas e mudam a tendência do PL, que fecha aliança*. O assunto está na coluna de Cruvinel e na página 3, em grandes fotos com os caciques de ambos os partidos. O Globo conta em detalhes a movimentação que resultou na aliança entre partidos ideologicamente opostos.

Dia 21, o caso Santo André aparece na capa, manchete secundária: *PT: pedida a prisão de assessores de prefeito*. Página 3: ***PT acusado de cobrar propina*** */ Ministério Público pede a prisão de seis acusados, um deles assessor de Lula*. Além do detalhamento da denúncia feita pelo MP, a página traz o depoimento do irmão de Celso Daniel. O caso segue na página 4 e na 5, que traz nota de José Dirceu: *RUMO ÀS ELEIÇÕES / 'Tenho 35 anos de vida pública e um passado ético', sustenta o deputado federal petista /* ***Dirceu diz que denúncia é caluniosa e indevida*** */ Presidente do PT afirma que parido só usou dinheiro do fundo partidário e que pedirá reparação moral na Justiça*. Na manchete secundária, a palavra do adversário: *Para tucanos, PT deve explicações / Aníbal diz que denúncia não será usada na campanha: 'É preciso ter cuidado'*.

A pesquisa Ibope aparece na página 10 e já mostra a tendência de crescimento de Ciro.

Dia 22, capa, manchete principal, o anúncio do pronunciamento de Lula que ficou conhecido como 'Carta ao Povo Brasileiro': ***Lula promete manter metas de FH para inflação e superávit*** */ Em disparada, dólar chega a R$ 2,84 e atinge a cotação mais alta do Plano Real*. No lead, as promessas de Lula ao mercado. A candidatura ocupa também a página 3 inteira e com foto de Lula, além das páginas 4 e 5, esta sobre o caso Santo André e a suspeita, como no caso Lunus, de envolvimento de partidários da candidatura governista.

Dia 23, capa, manchete principal: ***Carta-compromisso de Lula garante contratos*** */ Candidato petista defende 'transição lúcida' para novo modelo econômico*. No lead, a informação de que o propósito da carta foi o de acalmar o mercado. Na página 3, ***Pela 'transição lúcida'*** */ Lula discursa para acalmar mercado e prega negociação antes de fazer mudanças*. A página é toda para a candidatura e tem com diversas fotos: Lula e Dirceu neste mesmo evento; Lula durante campanha, em 98; Lula na campanha de 94; Lula, Arraes e Brizola, comício na Candelária em 89. Apesar da cobertura positiva, o caso Santo André permanece ocupando toda a página 4.

No dia 24, Tereza Cruvinel comenta sobre o conteúdo da 'Carta' e as possíveis reações do mercado.

As alianças nacionais não resultam em acordo nos estados, deixando, por exemplo, a petista Benedita da Silva sozinha. A violência no Rio de Janeiro dificultou a candidatura de Benedita, enquanto a candidata Rosinha, mulher do ex-governador e atual presidenciável Garotinho, arrebanhou os bispos do PL carioca, dificultando o apoio à governadora e lançando espinhos sobre a aliança nacional PT-PL.

Dia 25, capa, manchete principal: ***Atentado com 200 tiros desafia poderes no Rio*** */ Sede da prefeitura é atacada de madrugada, em nova ação do crime organizado*. Em meio ao turbilhão de desencontros, o presidente Fernando

Henrique Cardoso demonstra total solidariedade para com Benedita, apesar de tudo, de todos, e, especialmente, de seu companheiro Serra. Uma postura de estadista, de líder máximo, que FHC manteria durante toda a campanha, numa estratégia que deixou livre o caminho para uma cobertura positiva para as ações do governo, mas não ajudou a positivar a relação Governo-Serra. Que influencia a posição de FHC poderia ter trazido para a postura de O Globo, que demonstrou tanta complacência para com a governadora, num feito inusitado e fora dos padrões políticos desse jornal? Mudou O Globo ou a conjuntura política? A paciência com Benedita estaria relacionada à pujança eleitoral de Lula?

Ainda na capa, manchetes secundárias: *Mercado ignora Lula e comemora pesquisa / FH elogia comportamento de petista*. O lead informa que Lula caiu de 40,1% para 36,1% e que Serra passou para 20,9%. Na coluna de Tereza Cruvinel, o interino Ilimar Franco instala a polarização Lula-Serra. Na página 3, a visão economicista: ***Entre a política e o mercado*** */ FH elogia petista mas investidores dizem duvidar do discurso moderado de Lula*. O petista está na foto principal: *LULA NA OAB de São Paulo: operadores e investidores mantêm a incredulidade nas novas opiniões do petista sobre dívida, superávit e controle da inflação*. Ciro, com foto, vem logo abaixo, comentando a crise e responsabilizando o governo pelos rumos da economia. A pesquisa da capa também está nesta página, é da CNT/Sensus, e os dados são confusos. O caso Santo André continua nas páginas 4 e 5.

Dia 26, o caso Santo André está na capa: *PF se contradiz sobre grampo de petistas*. Na foto, surge Malan elogiando o discurso de Lula em defesa da estabilidade. Tereza Cruvinel revela as articulações entre a política e o mercado, em ***Sob as palavras*****.** No lead: *O mercado não ligou para a carta-compromisso de Lula e agora o PT sente-se dispensado de fazer-lhe novos acenos. A subida de José Serra na pesquisa CNT/Sensus foi o calmante de segunda-feira mas o efeito dissipou-se ontem e o nervosismo voltou. O que mudou foi o discurso do ministro Pedro Malan, que não só elogiou a carta de Lula como apontou razões*

pelas quais o Brasil não será um Argentina, desarticulando o discurso central dos tucanos.

A análise de Cruvinel nos conduziu a refletir sobre a divulgação dos resultados das pesquisas. O que O Globo ressaltou como muito positivo nessa pesquisa seria o crescimento de Serra em 7,6 pontos, passando de 13,3% para 20,9%. Mas isto já havia sido registrado nas últimas pesquisas Ibope, especialmente a do dia 21, divulgada na página 10, que mostrou o governista com 19% e Lula em queda de 1 ponto.

O problema é que a presença de vários institutos de pesquisa parece permitir a manipulação dos dados no momento da divulgação. Como nesta, em que se comemora a saída de Serra do patamar de 13,3%, um dado que já havia sido apontado em pesquisa anteriormente divulgada. Então, não há o que comemorar. Foi o que Cruvinel acabou apontando quando revelou que a euforia do mercado teria sido passageira.

Dia 27, na capa, em fotos coloridas e manchetes, o Brasil vence a Turquia e passa à final da Copa. Mas na página 3, a manchete principal traz uma mensagem emblemática. ***O medo chega à campanha*** */ Escalada de violência faz petistas se reunirem para tentar salvar candidatura de Benedita*. Na foto, Benedita está solitária (lembrando a Roseana de abril) e caminha defronte de uma foto em que Lula está sorridente, embora desfocado: *BENEDITA: sem conseguir conter onda de violência, a governadora petista teme prejudicar sua campanha e a de Lula*.

O caso Santo André tem novos contornos e domina a cena nas últimas edições do mês de junho, ocupando os principais lugares narrativos. Com a repercussão dos grampos feitos pela Polícia Federal, Lula compara a instituição à Gestapo. FH entra no debate, assim como outras lideranças tucanas e Serra declara: *'Eu jogo limpo, mas se bater, leva'*. Cruvinel fala em polícia política.

No dia 30, O Globo noticia a convenção do PT e mostra o quanto Alencar e o PL são rejeitados pelos petistas. Entre o final de junho e o início de julho, a polarização Lula-Serra, instalada no discurso dos jornais, já era evidente. Mas Serra buscou outra polarização ao comparar Ciro a Collor.

O caso Santo André repercute nas páginas de O Globo, sem a pluralidade oferecida pela Folha. O comportamento do jornal carioca, por exemplo, difere bastante em relação ao grampo contra petistas cujas críticas ficam limitadas à coluna de Cruvinel e artigo de Elio Gáspari, ao passo que o jornal paulista saiu em defesa da lisura das investigações, criticando ferrenhamente a ação da PF.

Julho: as duplas já estão formadas, agora o jogo é 'valendo'

Na capa do dia 1º, a festa é dos pentacampeões. Mas a competição não deu trégua e Ilimar Franco, interino na coluna de Cruvinel, avisa: ***Serra x Ciro***. No lead: *O crescimento da candidatura de Ciro Gomes nas pesquisas, decorrente de sua presença nos horários de propaganda na TV dos partidos da Frente Trabalhista, reabriu o debate sobre a polarização das eleições entre Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, e José Serra, do PSDB. Os aliados de Ciro estão convencidos de que passaram a disputar o segundo lugar com o candidato governista*. O articulista cita como fonte as principais lideranças da Frente e da candidatura Ciro.

Na página 3, as fotos ainda indicam a polarização Lula-Serra: 1) *JOSÉ EDUARDO Dutra: "Temos de investigar se a PF está se transformando numa polícia política"*; 2) *JOSÉ ANIBAL defende apuração das denúncias: "O PT está querendo fazer manobras diversionistas"*. E na manchete principal, abaixo das fotos: ***A campanha vai para as ruas*** */ Fim da Copa do Mundo marca início da fase*

de comícios eleitorais. Na manchete secundária: *Tucanos estão preocupados com Ciro*.

Dia 2, os pentacampeões ainda dominam a capa, mas O Globo lembra uma data importante e faz crítica: ***Real faz 8 anos com dólar mais alto de sua história*** */ Cotação atinge recorde de R$ 2,90 por causa de rumores de pesquisas*. Na manchete secundária: *PT: mais um empresário confirma propina*. Interessante: de modo geral as manchetes sobre o caso Santo André vêm precedidas da sigla do PT. O caso está nas páginas 3 e 4 e as reportagens mostram as intranqüilidades petistas ante os rumos do grampo. Serra aparece na página 9 e se compara a Felipão. Na página 10, Ciro rebate comparações feitas por Serra, que sugeriu semelhanças entre ele e Collor. Na página 11, os entraves do adversarismo no âmago do PT: Heloísa Helena, sempre ela, desiste de candidatar-se ao governo de Alagoas e recusa qualquer convivência com os peelistas locais, usineiros e seus tradicionais desafetos.

Dia 4, na capa e página 3, mais divergências na cúpula da candidatura Lula, sendo que agora o tema é a área econômica.

Dia 5, capa e página 3, as divergências no PT e a retirada da palavra ruptura do programa de governo. Tereza Cruvinel antecipa o quadro eleitoral sob o prisma do adversarismo: ***Serra e Ciro: luta de vida ou morte*****.** No lead: *As próximas pesquisas são particularmente importantes para esclarecer se a polarização Lula-Serra foi estabelecida ou se o candidato do PPS, Ciro Gomes, ameaça mesmo o segundo lugar do candidato tucano. De todo modo, os dois estão no curso de um duelo que promete sangue*. Na página 3, a crise petista: ***Os três lados da crise*** */ PT enfrenta resistências à aliança com PL, divergências no plano de governo e caso Santo André*. Nas fotos: 1) *A SENADORA Heloisa Helena, do PT, que confirmou ontem sua desistência de disputar o governo de Alagoas: ela fez críticas duras ao PL, o partido do vice de Lula*. A petista surge num de seus famosos discursos em que imperam a fala agressiva e os gestos espalhafatosos; 2) *UNIDOS SÓ NO passado: Bispo Rodrigues e Costa Neto, do PL, estão cada vez menos afinados sobre a aliança com o PT*. Nas manchetes

secundárias: *"Nos estados foi uma catástrofe"* (são palavras do Bispo Rodrigues) / *"Líderes: importante é a aliança nacional"* (o apelo é de João Paulo Cunha) / *Itamar não sobe no palanque do PT com Newton* / ***Heloísa acusa PL de corrupção*** */ Senadora diz que não vai se juntar a políticos indiciados por narcotráfico* A senadora aparece em destaque, abaixo das fotos. O drama da candidatura petista ocupa ainda as páginas 4, 5 e 8.

As pesquisas eleitorais confirmam o crescimento de Ciro e a divulgação do resultado das pesquisas, então, vai para a capa, na manchete principal. Perguntas: a vinda de Ciro para a capa teria relação com sua nova posição na corrida eleitoral? E Lula, porque não veio? Supondo que esteja sendo usado o critério de noticiabilidade, não seria o caso de, vez por outra, se divulgar a pesquisa favorável ao petista nas mesmas proporções? E a cobertura tipo "corrida de cavalos", seria coincidência ter começado nesse momento do processo eleitoral ou o cavalo Ciro agregaria fatos mais interessante do que o cavalo Lula? Considerando tais critérios de noticiabilidade, porque Ciro é mais interessante do que Lula? Seria a novidade? Ao compararmos com a cobertura das eleições presidenciais de 1989, 94 e 98 encontraremos a candidatura melhor posicionada nas pesquisas sempre em destaque nas manchetes principais das capas.

Dia 6, capa, manchete principal: ***Ciro cresce e embola a disputa com Serra*** / *Exposição na TV beneficiou trabalhista; só tucano perde ponto em pesquisa*. Os dados: Ciro, 18%; Serra, 17%; Lula, 39%; Garotinho, 12%. Tereza Cruvinel: ***Ciro cresce e a incerteza aumenta*.** Na página 3, com infográfico: ***Ciro sobe e Serra cai*** */ Vox Populi mostra ex-governador com um ponto à frente do tucano, num empate técnico*. Nas manchetes secundárias: *Ciro: vai começar a pancadaria | Tasso: PSDB apoiaria Ciro no 2º turno*. Na foto, contudo, o destaque é para a candidatura petista: *ALENCAR E LULA em reunião com representantes de ONGs, ontem, em São Paulo: o candidato a vice* (grifo meu) *será apresentado como um exemplo do "Brasil que dá certo"*.

Dia 7, capa, manchete secundária: *Datafolha confirma subida de Ciro*. Na página 3, os presidenciáveis e suas idéias sobre geração de emprego. O Globo já havia feito outras páginas em que as propostas aparecem em comparação, mas esta veio para a página 3, com alusão ao problema da falta de diploma, um tema que ainda colocaria Serra e Lula em rota de colisão. A manchete secundária traz fotos de desempregados e sentencia: *'Até para ser gari é preciso estudar'*.

Na página 5, novamente a confusão com o resultado das pesquisas: *Lula conserva a liderança, mas perde dois pontos em relação à consulta anterior, realizada pelo Instituto há cerca de um mês. Garotinho cai três pontos e vai a 13% /* ***Datafolha: Ciro sobe 7 pontos e fica a 2 de Serra*** */ Pesquisa confirma tendência de ascensão do candidato do PPS, que chega a 18%, contra 20% do tucano*. Na pesquisa divulgada anteriormente, Ciro estava na frente, enquanto nesta, está 2 pontos atrás de Serra.

Com a disputa reorganizada, O Globo mudou o cabeçalho do caderno de política, de **RUMO ÀS ELEIÇÕES**, para **ELEIÇOES** *BRASIL*, o que nos parece significativo, pois deixa subentendido que é a partir deste momento que o país entra, de fato, na campanha eleitoral. O adversarismo parece acirrado entre os presidenciáveis.

Página 10, *'O governo federal sabe que o povo já vestiu a camisa da mudança. E desta vez, quer ver Lula como seu presidente. É o que todas as pesquisas mostram', diz texto /* ***PT distribui panfleto com ataques a tucanos*** */ Documento acusa governo de apelar para baixarias para desestabilizar a candidatura de Lula à Presidência*. Abaixo, uma entrevista confessional de Frei Beto: ***"Na eleição, é preciso engolir sapos",*** falando sobre a aliança com o PL. Na página 11: *'Não há a menor chance de eu trair esse sentimento de mudança dos milhões de pobres, da classe média esclarecida e dos produtores nacionais', afirma o candidato do PPS /* ***Ciro afia o discurso de oposição a FH e a Lula*** */ Ex-ministro culpa o governo pela instabilidade na economia e diz que não cederá à chantagem dos especuladores*. Desta feita, Serra e Garotinho estão na página 12.

A partir desta edição, notamos a instalação da polarização Ciro-Serra: a cobertura de O Globo enfatiza, por exemplo, a divisão do PFL e as idéias e embates das duas candidaturas.

Dia 12, capa e página 3: *Tucano compara proposta de alongamento do perfil da dívida com calote e é acusado pelo candidato da Frente trabalhista de desonestidade no debate eleitoral / **Partindo para o confronto** / Ciro e Serra acusam-se mutuamente de adotar comportamento igual ao de Collor*.

Chico inicia uma série de charges em que registra os candidatos Serra e Ciro com luvas de boxeadores, atracados em luta. Lula e Garotinho também tentam entrar no ringue. Na manchete secundária da capa e na página 3: *PPS de Ciro fecha aliança com Collor*. O tema permanece em alta durante outras edições e os articulistas já falam da 'onda' Ciro, sendo que as articulações das lideranças em torno de Ciro passam a ser esmiuçadas.

Dia 17, capa, manchete principal: ***Ciro cresce mais e força Lula e Serra a mudar campanha** / Ibope mostra candidato do PPS com 22%, sete pontos à frente de tucano*. A página 3 é toda dedicada a Ciro: C*andidato da frente trabalhista cresce quatro pontos, chega a 22% dos votos no Ibope e força adversários do PSDB e do PT a reverem suas estratégias*. Há um gráfico compondo o topo da página: *Os números da pesquisa Ibope*. Manchete principal: ***Efeito Ciro sacode a campanha***. Três subtítulos: *Ciro passa Serra, se isola no segundo lugar e vence Lula no segundo turno por um ponto; Comando da campanha de Serra convoca reunião de emergência e pede ajuda a FH; Lula diz que elite tenta minar sua candidatura e pede que se evite um anti-Lula ou anticristo*. Há também uma foto de Ciro com cara de anjo, em que parece bater palmas: *Ciro Gomes: subida na pesquisa Ibope com a possibilidade de vencer Lula no segundo turno*.

Observamos também uma outra questão: em diversos momentos, o crescimento de Ciro é noticiado em termos de 'onda' ou 'efeito', palavras que sugerem algo passageiro. Na praia, 'onda', é algo que vem, estoura e acaba, vira espuma e nada mais: não tem perenidade, só assusta mesmo aos maus nadadores. Vejamos o artigo de Tereza Cruvinel: ***Matar ou morrer***. Lead: *O*

Ibope mostra o crescimento da onda Ciro, mas ninguém sabe ainda se ela está na crista, próxima ou longe dela. Certo é que os tucanos sabem que se não furar a onda agora, José Serra será por ela afogado. Este o sentido da reunião de emergência de hoje. Urge não só corrigir as falhas da campanha, diz o aliado Moreira Franco, do PMDB, cobrando uma presença mais ativa do presidente. Tereza antecipa todo o conteúdo da edição, que é inteiramente dedicada ao embate. Na página 10, a posição da candidatura petista: ***Lula afirma que elite procura um anti-Lula.***

Dia 18: Tereza Cruvinel, que já havia antecipado a primeira polarização Serra-Lula, agora fala que o '*mudancismo'* detectado na pesquisa Ibope estaria, nesse momento, beneficiando Ciro. Porque 'mudancismo'? Cruvinel lança uma sombra sobre o sentimento de mudança da população que vem sendo detectado em todas as pesquisas desde o início do ano. O termo 'mudancismo' parece sugerir infantilidade, precipitação, irracionalidade, tal qual o confuso humor das massas. A edição mostra ainda a convocação dos aliados para cerrar fileiras junto a seus eleitos, além do sacrifício das bases e de casos misteriosos envolvendo Ciro Gomes.

Como em vários momentos da campanha, o humor de Chico desvenda a política naquilo que ela tem de risível e de sério, ao mesmo tempo. O que temos agora é a série 'a vaca, o brejo, Serra, FH' e quem estiver na berlinda. Nesta, Serra afaga a vaquinha e afirma: *'Não falei? Comigo a vaca não vai pro brejo, o brejo é que vem pra vaca'*. O pronunciamento feito pelo candidato no horário eleitoral foi traduzido em seu sentido mais verdadeiro e grotesco.

A transição entra na pauta política e na de O Globo. FHC negocia com os candidatos apoio ao novo pacto com o FMI. Nestes itens, a candidatura petista sairá ganhando.

Dia 20, Tereza Cruvinel informa que FH poderá votar em Lula.

Dia 21, capa, manchete principal: ***Lula proporá mínimo 20% maior e manterá projetos sociais de FH*** / *Programa do PT prevê reforma tributária, com aumento de alíquota do IR*. Na manchete secundária, *Tropa de choque de Collor*

está de volta. De volta e a bordo da candidatura Ciro Gomes. A página 3 analisa o programa do PT e mantém o adversarismo em alta.

Dia 22, a vaca de Chico agora está atolada, com Serra puxando a corda e FHC montado. Na manchete secundária: *Programa do PT causa polêmica*. A questão ocupa a página 3 e o embate de idéias entre Ciro e Serra segue animado.

Dia 23, capa: *Vox Populi: Ciro sobe mais e vai a 27%*. A página 3, com foto, mostra que ***Ciro amplia vantagem*****.** Vamos ver como a candidatura Serra vai reagir diante deste cenário.

Lembramos que até o momento pouco ou nada se falou de Garotinho. Não aparece na capa, nem na página 3, nem nas palavras dos colunistas. Por onde andaria Garotinho?

Márcio Moreira Alves analisa o quadro eleitoral, em ***O tombo de Serra*****;** lead: *Água de morro abaixo, fogo de morro acima e governo federal são as três coisas contra as quais ninguém pode (...). Parece que o refrão não vale mais (...). É o que mostra a queda de José Serra, candidato do governo federal (...).* O programa do PT e a repercussão junto às lideranças empresariais e especialistas completa o caderno.

Fugindo à regra, o editorial comenta e critica proposta de Ciro Gomes acerca de um regime político híbrido, uma mistura de parlamentarismo e presidencialismo. Para O Globo, *"Ciro realizaria, assim, o sonho de João Goulart e da linha-dura do general Costa e Silva. Duas vias que levaram o país a impasses"*.

Dia 24, capa, manchete secundária: *Lula lança plano e propõe 'desprivatização do Estado'* (interessante notar que Programa virou plano) / *Garotinho admite dificuldades.* Enfim o evangélico surge na ribalta, mas sem luzes. Cruvinel analisa o impacto que o programa da candidatura Lula terá sobre os adversários. Na página 3, com foto em que Lula está ao lado de Marisa, José Alencar, Palocci e outros caciques da política, *Em resposta ao fato de não ter experiência administrativa, petista diz que 'foi bom não ter passado por*

uma máquina pública corrompida como a brasileira' / ***O <u>plano duplo</u> do PT*** (grifo meu) */ Lula lança programa moderado com discurso radical de oposição para enfrentar Ciro.*

Dia 25, na capa somente a face negativa: ***Candidatura Garotinho entra em crise*** */ Martinez pede afastamento do comando da Frente Trabalhista, mas Ciro Gomes não aceita*. Tereza Cruvinel bate na tecla do adversarismo: ***A onda Ciro e a reação de Serra*****.** Na página 3 o lamento de uma candidatura que, pela imprensa, nasceu sob o signo da derrota: ***Pressão total sobre Garotinho*** */ Socialistas pedem retirada da candidatura do ex-governador, que já lamenta ter se lançado*. Diante de tudo, isto surpreendente mesmo foi o resultado eleitoral obtido por Garotinho no 1º. turno, pois chegou bem pertinho de Serra.

Dia 26, capa, manchete secundária com destaque: ***Ibope: Ciro venceria Lula no segundo turno*** */ Ex-governador sobe 4 pontos, chega a 26% e põe Serra em empate técnico com Garotinho*. Tereza Cruvinel comenta: ***Na boléia de Ciro***. Na página 3, a explicação: *O petista lidera a disputa com 33% mas se manteve estável;, enquanto o candidato da Frente Trabalhista cresceu 4 pontos percentuais e chegou a 26%* / ***Ciro venceria Lula no 2º. turno*** */ Ibope: Serra, com 13%, está tecnicamente empatado com Garotinho, com 11%*.

Dia 27, capa, foto: *MALAN E SERRA almoçam no Ministério da Fazenda: troca de afagos na visita do candidato tucano ao antigo desafeto*, e logo abaixo, a manchete: ***Em pratos limpos*** */ Serra faz elogios a Malan, que declara voto no candidato de FH*. A partir desta edição notamos uma nova ofensiva, na tentativa de emplacar a candidatura Serra. Cruvinel informa: ***Cravo e ferradura*****.** No lead: *Tucanos e peemedebistas contam com o engajamento do governo na campanha de José Serra (...).* Na página 3, uma pequena mostra da reconciliação tucana: *Depois de oito anos de divergências, o candidato do PSDB e o ministro da Fazenda voltam às boas num almoço em que o tucano apoiou as medidas da equipe econômica /* ***Serra cola no governo /*** *Tucano se reúne com Malan e diz que ação da equipe econômica vai conter a crise*. Nas manchetes secundárias: *Malan: voto no*

candidato de FH / ***FH critica 'candidatos milagreiros*** */Presidente diz que oposição promete milagres que não pode cumprir e reafirma voto em Serra*.

Dia 28: Tereza Cruvinel novamente dá o tom da cobertura: ***Empresários procuram o plano B***. No lead uma análise significativa dos acontecimentos**:** *Eles não tiveram duvida em 1994 nem em 1998 ao apoiar Fernando Henrique. Agora tudo é incerto, a crise tirou as idéias e os conceitos do lugar. São cobrados ate hoje por terem ajudado a eleger Collor só por medo de Lula. Deu no que deu. José Serra, opção inicial e natural, tem ainda que recuperar a competitividade. Na busca de um plano B, comparam riscos e vantagens oferecidos por Lula e Ciro*. Cruvinel segue explicando que Serra ainda não havia começado a campanha, e que um discurso seria mantido até último minuto do segundo tempo. A articulista também manteve a avaliação de que o eleitor de Ciro era um *'eleitor-turista'*. O plano B, conforme dito por Cruvinel, nos remete também ao "plano" que fora lançado pelo PT poucos dias antes e que O Globo noticiou timidamente. Na ocasião abriu-se um bom espaço para a palavra de especialistas contrários ao referido programa, então denominado "plano".

Garotinho (sua renúncia) é apresentado como o fantasma dos presidenciáveis com chance. A edição traz ainda a posição de Tasso em favor de Ciro, o discurso antigo dos presidenciáveis, as novas munições de Ciro e Serra.

Dia 29, foto de capa em cores: *O PRESIDENTE Fernando Henrique e José Serra passeiam no Alvorada, enquanto Ruth Cardoso beija Serra*. Nas manchetes secundárias: ***FH e d. Ruth colam em Serra*** / *Presidente elogia tucano e minimiza pesquisas* / *Lula ganha hoje apoio de empresários*. Na página 3 a defesa de FH em favor de Serra. Na página 5 o apoio dos empresários a candidatura Lula. Ciro aparece na página 6.

Notamos que o crescimento de Ciro nas pesquisas rendeu pouco ao candidato, pois a entrada de FH na campanha repõe a candidatura governista no foco da cobertura, polarizando com Lula e não com Ciro.

Dia 31, capa, foto principal: *LULA NA FIESP: o candidato petista defendeu propostas que têm o apoio dos empresários e foi elogiado*. Ainda na capa, uma manchete secundária com destaque acima da foto: ***Ibope mostra estabilidade na disputa*** */ Lula afirma, na Fiesp, que concorda com 90% das propostas econômicas da entidade*. Garotinho aparece na outra foto, mas a legenda informa que os investidores da Bovespa não gostaram de palestra feita pelo presidenciável.

Na página 2, Tereza Cruvinel esclarece o novo momento político com ***Tropeçou na onda,*** texto que disseca o movimento de descida da candidatura Ciro e o relaciona com as denúncias contra os seus aliados, além da defesa que o candidato fez dos parceiros.

Com a página 3, já podemos comparar as informações dispostas nos diferentes lugares narrativos, juntando o dito e o não-dito: *Lula mantém a liderança e subiu um ponto percentual, chegando a 34%; Serra subiu um ponto percentual e tem 14% das intenções de voto, segundo pesquisa* / ***Ibope: Ciro pisa no freio*** / *Pela primeira vez depois de quatro consultas seguidas, candidato perde um ponto*.

O que não é explicitado nos textos, mas pode ser lido no gráfico, é que Ciro tem 25%, ou seja, apenas nove pontos a menos que Lula e 11 pontos a frente de Serra.

Se a candidatura Ciro mantinha-se no alto da onda, pelo menos é o que revelavam os dados, por que uma mudança tão rápida na avaliação de seu desempenho? Se o candidato perdeu apenas um ponto, o que poderia estar relacionado à margem de erro das pesquisas, por que O Globo carregou nas tintas? Teria o encontro de Lula com empresários da Fiesp lançado novas cores na corrida eleitoral? Ou seria a entrada de FHC na campanha? Temos ainda as palavras de Tereza Cruvinel, sobre o plano B. Quem ‘está’ amigo das poderosas Fiesp e Febraban: Lula, Ciro, Serra? Para quem não for escolhido sabemos que restará o campo adversário.

Findo o mês de julho, concluímos que o tema violência no Rio marcou inteiramente a cobertura de O Globo, com manchetes e fotos especiais na capa, intenso debate nos editoriais e artigos assinados. Foi assunto constante nas páginas dedicadas à política local, onde se destacou, com todas as letras, a derrota de Benedita da Silva diante do inimigo que tomou as ruas e brincou de roleta-russa com a população.

Os temas econômicos também estiveram presentes em toda a cobertura. Contudo, notamos que o tema tinha contornos diferentes dependendo do lugar narrativo em que estava posicionado: especulação eleitoral do mercado, especialmente quando localizado na capa e nas colunas dos articulistas, problema da agenda pública, quando localizado no editorial.

Agosto: mês de desgosto... ou de especulação?

Cresce a visibilidade de Lula, o que nos leva a enfatizar que a boa recepção obtida por Lula junto aos empresários da Fiesp e da Febraban ajudou a consolidar a imagem da candidatura oposicionista. Ao mesmo tempo, o mercado voltou a exigir dos candidatos um posicionamento mais próximo das suas expectativas. Vejamos as manchetes de capa, no mês de agosto, para o tema :

01/08, capa, manchete principal: ***Especulação leva dólar à cotação irreal de R$ 3,47*** */ mercados futuro e paralelo negociam a moeda com valores mais baixos*. A manchete vem acompanhada de foto da missão brasileira que estava indo negociar com o FMI.

02/08, capa, manchete principal: ***Proximidade de acordo com FMI derruba dólar*** */ Moeda cai para R$ 3,15. Fundo diz que solução deve ser rápida.*

04/08, capa, manchete principal: ***Dólar alto faz consumidor poupar e adia compras*** */ Pesquisa da Fecomércio mostra que 67% temem aumento de preços.*

06/08, capa, manchete principal: ***Sinal de recessão nos EUA derruba bolsas no mundo*** */ Nem os elogios de Paul O'Neill evitam alta do dólar e do risco-Brasil.*

08/08, capa, manchete principal: ***FMI facilita transição para futuro governo com ajuda de US$ 30bi*** */ Acordo prevê liberação de 80% dos recursos em 2003, se houver aval de candidatos.*

09/08, capa, manchete principal: ***Serra elogia, Lula apóia e Ciro faz ressalvas a acordo com FMI*** */ Empréstimo anima bolsas no mundo e no Brasil dólar cai para R$ 2,91.*

10/08, capa, manchete principal: ***Especulação eleitoral anula efeito FMI e dólar volta a R$ 3 /*** *Mercado reage ao fenômeno Ciro e risco-país sobe para 2.005 pontos.*

11/08, capa, manchete principal: ***Acordo com FMI limita as promessas de candidatos*** */ Economistas dizem que partidos devem rever metas sociais e de crescimento.*

12/08, capa, manchete principal (dividindo o topo da página com esporte): ***Brasil terá de crescer o dobro para cumprir metas do FMI*** */ Queda de arrecadação de R$ 14bi em 2003 é o maior problema.*

13/08, capa, manchete principal: ***FHC chama candidatos para negociar pacto de transição*** */ Lula, Ciro e Serra já mandaram avisar que vão comparecer; dólar tem nova alta e fecha cotado a R$ 3,155.*

14/08, capa, manchete principal: ***Lula e Ciro cobram medidas de FHC para pacto de transição*** */ Encontro com candidatos será na segunda-fera; dólar fecha a R$ 3,17.*

15/08, capa, manchete principal: *BC baixa pacote para impedir fuga de investimento* ***/ Governo vai recomprar R$ 11 bilhões em títulos para evitar prejuízo dos investidores*** */ Mercado pressiona e dólar fecha em alta.*

16/08, capa, manchete principal: ***Ciro vai propor a FHC mudança imediata no acordo com FMI*** */ Candidato diz que é contra a minirreforma tributária apoiada por Lula.*

19/08, capa, manchete principal: ***FHC apelará a candidatos por votação de reformas*** */ Nos encontros de hoje, presidente pedirá ajuda, principalmente, para autonomia do BC.*

20/08, capa, manchete principal: ***Candidatos dizem a FHC que vão cumprir metas do FMI*** */ Lula, Ciro e Garotinho avisam, porém, que vão mudar a política econômica atual.*

21/08, capa, manchete principal: ***FEBRABAN diz não ter divergências com Lula*** / *Ciro circula pela Rocinha com Patrícia Pilar; Ibope mantém quadro estável*. Traz ainda uma foto de Lula com o presidente da FEBRABAN e divide alto da página com: ***Comércio resiste a aumentos da indústria*** / *Consumidor troca de marca para fugir da alta do dólar nos preços.*

22/08, capa, manchete principal: ***Consumidor paga juros mais altos em prazo menor*** */ Copom mantém a taxa básica da economia em 18%, com viés de baixa.*

27/08, capa, manchete principal: ***Bancos renovam apoio mas não ampliam já o crédito a país*** */ Instituições dizem que economia é sólida e vão manter linhas comerciais.*

31/08, capa, manchete principal: ***Governo decide fazer ajuste fiscal ainda maior este ano*** */ Meta de superávit primário passa de 3,75% para cerca de 3,9% / PIB cresceu apenas 0,14% no 1° semestre.*

Ao todo, são 19 manchetes na capa, somente no mês de agosto, para questões da arena econômica. Os culpados por esta megaexposição? Talvez seja a própria arena política, pois FHC precisa do aval dos candidatos para fechar novo acordo com o FMI. O fato importante, contudo, é a força da arena econômica no cenário eleitoral.

Vamos retomar a cronologia dos acontecimentos.

Dia 3, capa, a queda do palco em que se apresentava o casal Garotinho. Pressão sobre a candidatura Ciro, que segue acirrada e igual a das duas edições anteriores. A pesquisa Vox Populi aparece na página 5: Lula tem 34%; Ciro segue firme com 30%; Serra 13%; Garotinho 10%. Vamos lembrar: Ciro não

estava descendo a onda, segundo Cruvinel e outros? Mas os dados informam que temos 30% para Ciro e apenas 13% para Serra.

Página 10: *Candidato elogia a atuação da Rede Globo e afirma que esta é a campanha mais isenta dos últimos tempos, com todos tendo a mesma atenção dos meios de comunicação* / ***'O debate tem que ser sobre programas'*** / *'Se a gente não mantiver o respeito, não estará contribuindo para a politização da sociedade', diz Lula*.

Mas enquanto Lula começa a receber tratamento diferenciado e Ciro cai em completa desgraça, à medida que as pesquisas reafirmam o seu crescimento eleitoral: suas escorregadelas são maximizadas e repetidas, suas contradições expostas, as denúncias contra seu grupo político reafirmadas diariamente. Enquanto isso, a combalida candidatura governista ocupa os melhores lugares narrativos de O Globo.

Dia 4, página 3, com 4 fotos: *Projeto do candidato tucano será dividido em três grandes blocos: a defesa da estabilidade, a aceleração do crescimento e avanços na área social / **À imagem e semelhança** / Programa de Serra recria o de FH, com a mesma meta de empregos e salto no social*.

O adversarismo segue em campo aberto e a candidatura Ciro sofre ataques de todos os lados. Nas edições dos dias 4, 5 6 e 7, há páginas inteiras com denúncias contra os aliados de Ciro, incluindo o vice Paulinho. Discursos antigos de Ciro são esquadrinhados e comparados com o de 2002, pondo o candidato em situações embaraçosas e como se somente ele tivesse mudado de opinião em relação a temas e pessoas, como ACM. Quando Collor vem a público dizer que apóia Ciro, a notícia ganha ares de comprometimento, aliança, como se existisse algo 'por debaixo dos panos'.

Os planos de Serra prevalecem na cobertura.

Dia 8, capa: *Serra diz que vai priorizar emprego / 'É o que o povo mais quer e mais precisa', afirma tucano ao lançar programa de governo*. Na página 3 com foto: *Tucano anuncia criação de mecanismos para elevar o crescimento médio da economia brasileira a aproximadamente 4,5% ao ano, entre 2003 e 2006 / **As metas***

de Serra / *Candidato diz que priorizará emprego e promete aumentar receita em R$ 57 bi em quatro anos*. Logo abaixo da foto, um quadro explicativo sobre ***Os principais pontos do programa*.** O candidato governista ganha ainda as páginas 4 e 8. E para criticar Ciro, ninguém melhor do que o elegante FHC.

Dia 9, capa, manchete secundária: *Ibope: Ciro sobe mais, Serra cai e empata com Garotinho / Lula lidera e avança nas capitais; Ciro cresce no interior*. Nesta pesquisa Serra aparece com 11% e Ciro está apenas a seis pontos atrás de Lula.

Dia 10, capa, novas cores para esta pesquisa: ***Especulação eleitoral anula efeito FMI e dólar volta a R$ 3*** */ Mercado reage ao fenômeno Ciro e risco país sobe para 2.005 pontos*. Cruvinel comenta sobre o nervosismo do mercado e o atribui a boatos sobre a renúncia de Serra. Na página 3, mais informação sobre a candidatura Serra, com foto e beijo em eleitora: *'Não há nada para ser feito antes do dia 20 de agosto, quando começa uma outra eleição; diz um dos coordenadores da campanha tucana, João Roberto Vieira da Costa* / ***Tucanos perplexos*** */ Coordenadores de Serra se assustam com queda no Ibope e temem debandada*. O restante da edição antecipa as estratégias do embate entre Lula e Ciro. A grande questão é que se trata de previsão.

Ora, o coordenador tucano diz que nada pode ser feito até o dia 20, quando começaria a campanha (o horário gratuito na TV). Mas a suposta trégua não foi respeitada e deu-se prosseguimento à desconstrução da candidatura Ciro com vistas a eliminá-lo do cenário eleitoral antes do prazo estipulado pelo coordenador tucano. É o que antecipa Ilimar Franco, interino da coluna de Cruvinel, no dia 12: ***Lula no camarote***. No lead: *O candidato Luiz Inácio Lula da Silva vai assistir de camarote a refrega entre Ciro Gomes e José Serra. O comando estratégico da campanha petista não planeja qualquer atitude de hostilidade a Ciro Gomes, por mais que ele tenha crescido e algumas pesquisas lhe dêem vantagem no segundo turno. Lula e os seus vão deixar o chumbo grosso para os tucanos*.

Nas edições seguintes, percebemos que FHC impôs a agenda com o tema ‘pacto para a transição. Os candidatos foram recebidos pelo presidente no Palácio do Planalto e o governo, amparado pelo exercício democrático, pôde freqüentar os melhores lugares narrativos de O Globo. A língua afiada e o temperamento de Ciro repercutem nas manchetes: agressivo, explosivo, estourado, centralizador, enfim, segundo a cobertura, Ciro assusta até seus principais aliados. Lula, apesar de não aparecer constantemente na capa e tampouco na 3, tem tratamento positivo.

Nova pesquisa Ibope confirma o crescimento de Lula. Começa o horário eleitoral. A Febraban declara seu amor pela candidatura oposicionista. Dia 21, capa, com foto: ***Febraban diz não ter divergência com Lula*** */ Ciro circula pela Rocinha com Patrícia Pillar; Ibope mantém quadro estável*. Na foto sorrisos e afagos do empresariado: *GABRIEL JORGE FERREIRA, presidente da Febraban, e Lula: elogios à maturidade do candidato petista*. No lead: *O candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, surpreendeu 70 banqueiros reunidos na Febraban com um discurso afinado com o da entidade (...).* A capa traz uma estranha e confusa foto de Ciro e Patrícia na Rocinha, além de um resumo do programa de estréia da propaganda eleitoral.

O apoio de Tasso a Ciro é visto como punhalada pelas costas, segundo os aliados mais próximos a Serra.

Dia 23, capa, sob título de referência, *ELEIÇÕES 2002* / ***Ciro: ‘Serra tem comportamento marginal’*** */ Candidato do PPS diz que é vítima da ‘imprensa, das pesquisas manipuladas e do Judiciário’*. Manchete secundária: *Remédio abre polêmica entre Lula e Serra*. Tereza Cruvinel faz um comentário interessante acerca da cizânia envolvendo Tasso e o alto tucanato: ***O futuro do PSDB.*** No lead: *Ainda que não tenha explicitado em sua carta à direção do PSDB, a adesão do ex-governador Tasso Jereissati à candidatura de Ciro Gomes dispensa palavras e é confirmada por sua participação nos últimos lances da campanha do amigo. Está, pois, caracterizada uma dissidência e seu surgimento afeta definitivamente o futuro desse partido de raízes essencialmente paulistas*.

Na página 3, *Ciro Gomes bate forte em Serra acusando-o de ter um comportamento marginal na campanha. E faz uma ameaça: 'Nesta munheca ninguém pega' /* ***Partindo para o ataque /*** *O 'ministro da dengue' e o 'governador do cólera' passam o dia trocando acusações*. Na foto: *CIRO CUMPRIMENTA uma balconista numa loja no centro de Fortaleza: "Enquanto sinto o carinho e o respeito da população, os poderosos sentem o desprezo de nosso povo"*. Há frases e manchetes secundárias sobre o assunto: *Serra chama Ciro de instável*. A foto mostra Ciro desfocado e visivelmente irritado. *'Você é um pilantra do Serra' / Ciro tenta desligar filmadora de cinegrafista do PT achando que era tucano*. Na legenda: *Ciro se volta para o cinegrafista do PT, a quem acusou de estar a serviço de Serra*. Outras polêmicas envolvendo a candidatura Ciro são esmiuçadas nas páginas seguintes.

Dia 24, capa, manchete secundária: *Serra defende obra que condenara / Pra Tucano, Ciro deve procurar ladrões na própria campanha*. Na página 3: *'O candidato (Ciro) até já afastou gente que deu avião para ele, que paga o escritório dele em Brasília e tudo o mais. Ele deve começar por aí, naturalmente /* ***Chumbo grosso*** */ Serra diz que Ciro deve começar a caçar ladrões em sua própria campanha e Jefferson faz ameaças*. Nas fotos, os adversários surgem trocando ameaças e nas manchetes secundárias, mais ataques: *Serra: Ciro não tem moral para criticar economia / Mais um aliado de Ciro na mira da Justiça: Fleury*.

O civilismo do governo FHC é lembrado vez por outra. Lula diz que o PT não pode brincar de plebiscito e critica a participação de petistas no evento promovido, entre outras organizações, pela CNBB, contra a Alca.

Dia 26, capa, manchete secundária: *Aliados pedem a Ciro que pare agressões*. O ataque entre os adversários dentro e fora do horário eleitoral, domina a narrativa jornalística.

No dia 27, pesquisa Ibope detecta queda de Ciro.

Dia 28, a divulgação da pesquisa Ibope volta para a capa: ***Ibope mostra empate técnico de Ciro e Serra no 2° lugar*** / *Diferença entre os dois cai de 15 para 4 pontos; Lula lidera com 35%*. Os dados: Ciro, 21%; Serra, 17%; Lula, 35%;

Garotinho, 10%. Enquanto isso, Lula empreende novas articulações junto ao poder estabelecido e aparece em foto dupla na capa. Na foto maior: *SARNEY CUMPRIMENTA Lula, após declarar seu apoio ao candidato do PT à Presidência: 'Ele é fator de estabilidade'*. Na foto menor: *LULA com a embaixadora dos EUA, Donna Hrinak*. Na manchete, relacionando as duas fotos, o afago: ***Lulinha paz e amor*** */ Petista recebe apoio de Sarney e encanta embaixadores*.

Tereza Cruvinel define o cenário eleitoral a partir da pesquisa, em ***A queda de Ciro.*** A confirmação das palavras da articulista está na página 3, manchete principal e infográfico. Na manchete secundária a repercussão na candidatura governista: ***Animo novo no QG de Serra*** */ 'Agora o jogo começou e já marcamos um gol', afirma o candidato do PSDB*. Foto e legenda reafirmam o espírito da cobertura: *EXIBINDO BOM humor Serra visita um bar vizinho à produtora onde grava os programas de TV, em São Paulo*.

A linha narrativa "sobe Serra, cai Ciro" seguiu para a coluna de Márcio Moreira Alves, que comenta a queda de Ciro e dá a candidatura como morta: ***Nabos e abobrinhas***. No lead: *"Seu Chico Pedro tem um filho que tá homi, quando tem raiva não comi, pega as armas e vai brigar". A velha toada mineira parece ter sido feita para Ciro Gomes. Não perde a oportunidade de puxar uma briga. Desautorizou sua equipe econômica, vive às caneladas com o presidente de seu partido, Roberto Freire, armou um forrobodó com Miriam Leitão. Com Serra é desaforo todo dia* (grifo meu).

As edições dos dias 29, 30 e 31 repetiriam o mesmo jogo narrativo: Ciro, o monstro *versus* Serra, o adversário. Surgem novas ameaças, ataques, discussões, xingamentos, exposições de mazelas e tudo o que puder levar o inimigo ao enfraquecimento ou morte definitiva. Uma pergunta, contudo, ficou sem resposta: e Serra, também não atacava violentamente o(s) adversário(s)? Então, porque somente Ciro levou a fama?

Se a candidatura Ciro morreu e a de Garotinho nem nasceu, o cenário está definido: o embate é entre Lula e Serra.

Setembro: a primavera de Lula está se aproximando

Setembro começa morno, mas a cobertura já prenunciava, sem muita convicção, uma possível vitória de Lula. Na edição do dia 1º., Márcio Moreira Alves analisa: ***Perigos dessa** vida*. No lead: *Serra sobe. Ciro desce. Lula continua a voar em céu de brigadeiro (...).*

Dia 2, O Globo tem um surto democrático. O editorial se abre para o tema da mudança em, ***O mito da revolução,*** e sintetiza que a eleição de 2002 representa *(...) sepultamento da clássica visão de ruptura que acompanhou durante toda uma vida frações representativas da esquerda brasileira (...).* Não bastasse a própria avaliação, o jornal abre espaço para Milton Temer, deputado petista, falar das tendências à esquerda das eleições 2002, um sinal do desejo de mudança real dos desígnios da sociedade.

Temer ressaltou tratar-se de tendência mundial e citou como exemplo a derrota de Lionel Jospin, França, que, por amenizar o discurso, teria sido preterido pelo eleitor. Esta coluna é bem interessante pois noutras campanhas O Globo abriu seu espaço editorial para a defesa de uma candidatura, como ocorreu em 1992 com o candidato a prefeito do Rio, Cesar Maia, que disputava com Benedita da Silva. Desta feita, contudo, tomou a palavra de um aliado do candidato mais bem posicionado para esclarecer o cenário político para o eleitor.

Ora, em plena corrida eleitoral, abrir espaço para um militante do cavalo mais bem posicionado comentar as tendências da campanha é uma estratégia no mínimo inusitada, principalmente se o candidato é um oposicionista histórico e o jornal é O Globo. Se considerarmos que no início da campanha esse mesmo cavalo não ganhava nem a página 3, podemos concluir que houve um avanço em termos de abertura da cobertura política para esse competidor.

A esta altura da competição Lula já se parece mais com um estadista, ou seja, a liderança que faltava com a saída de FHC. Por isto, as reportagens envolvendo a candidatura oposicionista passaram a tratar de temas gerais relativos à agenda política nacional e a sul-americana. O 'novo' Lula foi insistentemente cobrado a tomar posições firmes, principalmente em relação aos movimentos radicais, como o MST.

Por estes dias o embate entre Ciro e Serra foi violento. O sobe e desce está nas manchetes de capa, nas palavras dos articulistas, em grandes gráficos. A guerra chegou ao TSE e a lisura das eleições é posta em xeque pela candidatura Ciro. Mesmo com toda a briga, ainda havia espaço para idéias e propostas, mas somente as de Lula e Serra.

A vitória petista era tida como certa, mas havia dúvida sobre um segundo turno.

Dia 10: ***Lula sobe, Serra se isola em 2° e Garotinho encosta em Ciro*** / *petista vai a 39% no Ibope e abre vantagem de 20 pontos sobre o tucano*. Na foto de capa, a entrevista de Serra no auditório de O Globo. Na manchete secundária, *Serra ataca Lula por elogio a militares*. Os articulistas revelavam que a partir daquele momento Serra iria bater em Lula, numa tentativa desesperada para ir ao segundo turno.

Lula responde as cobranças dos formadores de opinião sobre temas de interesse nacional. Dia 11, a capa noticia a entrevista de Ciro no auditório de O Globo, mas a página 3 é toda para a candidatura petista apresentar suas propostas para o mundo rural: política comercial, reforma agrária, agricultura familiar e o fim da repressão ao MST.

Uma nova onde de violência explode no Rio e toma as manchetes de capa. No dia 12, a capa traz a chamada para a entrevista de Garotinho, num espaço bem menor do que o obtido pelos outros candidatos. O tema principal é a questão da segurança no Rio.

A criação de empregos domina o horário eleitoral e as páginas de O Globo. Cada candidato faz sua promessa. FHC se defende e diz que também criou muitos empregos, cerca de 9 milhões. Lula foi aplaudido durante encontro representantes dos militares. As idéias do petista estão em alta. A língua de Ciro está cada vez mais afiada e o humor do candidato em vertiginosa depressão. Serra tenta polarizar com Lula, mas os argumentos do governista são tomados como ataques pessoais. As adesões e debandadas estão na ordem do dia e recebem toda a atenção de O Globo.

Os boatos e especulações voltam a circular. A presença de Lula na página 3 torna-se constante e seu programa de governo povoa as páginas do periódico. Os aliados da candidatura petista entram em campo para blindá-lo contra os ataques tucanos, que crescem à medida que se aproxima o dia da votação.

Dia 18: ***Lula cresce mais e Serra radicaliza a campanha*** / *No Ibope, candidato petista fica a dois pontos da vitória no primeiro turno*. Tereza Cruvinel também analisa o futuro governo: ***As feridas de agora e a governabilidade***. No lead: *O candidato tucano partiu definitivamente para a guerra contra Lula, num esforço legítimo para alterar o quadro que já acena com a possibilidade de vitória do petista no primeiro turno. O mal da disputa sangrenta é que ela deixa feridas que vão dificultar as composições para governar*. A página 3 traz a notícia da capa e analisa a propaganda tucana que junta o discurso de José Dirceu com um acontecimento passado, em que este foi relacionado a um ataque com ovos desferido por professores durante manifestação contra o então governador Mário Covas. O ataque tucano acabou se revelando um tiro contra o próprio pé.

Nas últimas edições, as charges de Chico falam da queda de Ciro e da subida de Serra e brincam com o posicionamento dos candidatos na competição eleitoral: parece-me que neste lugar narrativo a corrida de cavalos ganhou corpo, literalmente.

A língua ferina de Ciro, sobre a qual muito se falou negativamente, na verdade serviu para abrir espaço na cobertura eleitoral, principalmente se considerarmos a tendência à polarização governo/Serra *versus* oposição/Lula. Ciro buscou um adversário. Em muitos momentos Serra se deixou enredar por esta estratégia e foi o adversário perfeito, mas logo descobriu que estava lutando na batalha errada e, então, lançou-se no campo do inimigo-mor: Lula.

Dia 19, capa: ***BC mantém juros; dólar sobe com medo de guerra e eleição*****.** Manchetes secundárias: *Serra intensificará ataque a Lula*. Página 3 com fotos: *Ofensiva tucana para evitar vitória do petista já no primeiro turno prosseguirá. PT anuncia que não atacará mas que também não deixará de responder aos ataques / **Declaração unilateral de guerra** / Serra vai intensificar ataques pesados a Lula, mas petista diz que não alterará campanha*. Manchetes secundárias: *Tucanos decidem usar artilharia contra petistas / 'Vou manter a serenidade', afirma Lula / Crítica à falta de diploma provoca polêmica / Dirceu diz que Serra retoma política do terror / O fantasma de Lula*. Esta última em referência à gafe cometida por Rita Camata.

A nova onda de violência no Rio deu um alento a candidatura Benedita. Com a prisão de Elias Maluco, a candidata ganha as páginas 1, 3 e o editorial.

Dia 21: a entrevista concedida por Lula no auditório de O Globo repercute muito bem. A foto é a melhor, em comparação com os concorrentes: *"O Brasil está precisando muito mais de um líder do que de um técnico. O PT pode ser a salvação da lavoura"*. Lula já fala como presidente e é neste momento que surge o tema da importância do líder. Tereza Cruvinel comenta e elogia o amadurecimento emocional de Lula, segundo ela um requisito *'para quem almeja a mais alta função pública'*.

FHC critica a propaganda em que Serra cobra o diploma escolar a Lula. Nas páginas reservadas a entrevista com Lula, o tom é amigável. O presidenciável retribui com elogios a cobertura de O Globo, sob a manchete ***Em paz com a mídia***.

No mês de setembro a divulgação das pesquisas permaneceu na capa, quase todas em manchetes secundárias, sob o título de referência **Eleições 2002.**

Dia 22, O Globo traz um caderno especial cuja manchete de capa é quase uma declaração de voto: ***Um país que avança e pede mais.*** O caderno apresenta as propostas dos presidenciáveis e analisa criticamente temas importantes como educação, rodovias, cultura, distribuição de água potável, saúde, ecologia, violência e reforma agrária.

Dia 25, nova pesquisa Ibope aponta crescimento da candidatura Garotinho. Tereza Cruvinel informa que esta é a mais nova onda da campanha. Segundo o Ibope, os ataques de Serra foram benéficos para a imagem de Lula. FHC critica o tom da campanha governista e se mostra decepcionado com os ataques especulativos contra a economia. Empresários da Fiesp declaram disposição para arregaçar as mangas e entrar de vez na campanha oposicionista.

Edição do dia 26, o tema é ***Garotinho cresce e ameaça*****.** Os candidatos são sabatinados no Jornal Nacional. Serra recua sobre exigência de diploma feita a Lula, ao passo que desertores e desafetos da candidatura governista declaram apoio a Lula.

O FMI declara confiança na transição, nos fundamentos da economia brasileira e nas palavras de Lula. FH e Serra divergem publicamente sobre temas diversos, como o Mercosul. Uma vírgula, segundo Lula, foi mal colocada e causou constrangimento entre a candidatura petista e os argentinos, já que ninguém quer morar numa ‘republiqueta. As fotos de Serra, nas últimas edições de O Globo, já não são tão amigáveis: dedos em riste e feições preocupadas são freqüentes nesta fase da competição.

Quando a vitória de Lula parecia cada vez mais inevitável, mais nítida, em meados de setembro, O Globo se esforçou ainda mais para traduzir o que estava acontecendo na política brasileira.

Dia 27: a posição e a confiança do FMI em relação ao Brasil vem na manchete principal da capa e na página 3. A narrativa indica transição pacifica, confiança, flexibilidade, compromissos, elogios.

Dia 28, página 3, manchete principal: *Candidato do PT ameniza seu discurso de criticas ao Congresso ao receber o apoio de peemedebistas do Rio, entre eles Picciani* / ***Em lua-de-mel com o PMDB*** / *Lula agora elogia o partido e diz que conta com peemedebistas para governar*. Há também uma foto com a legenda *LULA CUMPRIMENTA Jorge Picciani, sob os aplausos do candidato a vice em sua chapa, José Alencar, e de Antônio Palocci.* A aproximação do PT com o PMDB, apesar da dupla Serra e Rita, se destaca na cena política. Diante de tantas novidades, Tereza Cruvinel tenta explicar o relacionamento e o estranhamento entre ***FH e Serra***. No lead: *O relacionamento entre esses dois tucanos de bico longo nunca deixou de ser afetuoso, mas nunca foi exatamente pacífico. Quando Serra estava ganhando a batalha interna no PSDB para viabilizar sua candidatura, Fernando Henrique lhe disse interrogativamente: "Sem ambivalências?" "Naturalmente", disse o outro. Mas era previsível que ao longo da campanha se estranhassem.* Cruvinel enfia um punhal no peito de Serra, pois explica que o candidato não agrada nem àquele que é tido como seu padrinho. E mais, o que ela quis dizer com 'ambivalências'?

Dia 29, capa, manchete principal: ***Cenário pós-eleição assusta mais economistas do que empresários*** / *Lula negocia acordo com representantes de bancos, industrias e sindicatos*. Uma emblemática foto de Eriberto França, com a mão no queixo e olhar contemplativo e sereno, com a legenda: *O MOTORISTA Eriberto França, que denunciou Collor, faz o balanço: "O Brasil mudou para melhor"*. Na página 3, *CUT promete trégua e PT afirma que, se Lula for eleito, vai anunciar o Ministério logo após as eleições, discutir a transição com o atual governo e dialogar com todos os partidos* / ***PT já negocia pacto*** / *Empresários, banqueiros e sindicalistas se reúnem com Lula para discutir acordo.*

Uma foto da afinada dobradinha Lula-Alencar, e a legenda: *LULA E O SENADOR José Alencar durante encontro com empresários num hotel em São*

Paulo: o candidato petista à Presidência da Republica esta a um ponto de vencer a eleição no primeiro turno, segundo pesquisa Datafolha. O petista foi aplaudido de pé por cerca de 30 pesos-pesados da economia após ouvirem a proposta de pacto social em que banqueiros e industriais tentariam aumentar a oferta de emprego e os trabalhadores evitariam fazer greve.

Outra foto: *VIVIANE SENNA: a presidente do Instituto Ayrton Senna ouviu propostas de Lula*. E mais foto: *MAGLIANO: O PRESIDENTE da Bovespa participou da reunião com o petista*. Nestas fotos Lula e Alencar conversam demonstrando intimidade, enquanto Viviane Senna e Magliano aparecem sorridentes.

Tereza Cruvinel, como aconteceu até o último minuto do segundo turno e, segundo ela diante dos resultados das pesquisas, dá a ultima oportunidade a Serra: ***SEMANA 'S'.*** A jornalista disserta sobre quem vai cair, quem vai subir, se Serra ou Lula. Quem vai ser beneficiado por isto ou por aquilo. Para os perseverantes e também os receosos de mais uma derrota do petista, a possibilidade da virada de Serra esteve presente até o último minuto da competição. O discurso de Tereza Cruvinel, por exemplo, manteve esta linha de raciocínio.

As páginas 4, 5, 8, 8A, 8B, 15 e 19 mostram as adesões em torno da candidatura oposicionista, especialmente a dos empresários e instituições representativas do capital nacional, como Fiesp e Febraban: Lula se torna o queridinho dos poderosos e O Globo é extremamente generoso com o presidenciável.

Dia 30: Ilimar Galvão, interino da coluna de Tereza Cruvinel, explicita as preocupações que vão dominar a narrativa jornalística a partir de então: ***O PT no governo.*** No lead, a preocupação: *Uma pergunta não quer calar à medida que se torna provável uma vitória de Luiz Inácio Lula da Silva na eleição presidencial: como seria seu governo? O tucano José Serra esta martelando sobre essa questão quando afirma que "Lula esconde o que pensa". Para os petistas, o "lulinha paz e amor" existe, já não assusta muita gente e sintetiza a vitória da linha*

moderada no partido. Sarney mantém a palavra dada e diz que Lula é o mais preparado para fazer um pacto social.

Outubro: um ex-operário faz aniversário duas vezes e ganha um presente incrível!

Uma manchete: *Guerra do trafico ou exploração eleitoral? /* ***Rio refém do medo*** */ Ação de grupos e onda de boatos põem cidade em clima de estado de sítio; Benedita vê razão política*. Uma foto: *Avenida Nossa Senhora de Copacabana, segunda-feira, 17h* (completamente vazia).

É primeiro de outubro e O Globo informa e impõe questionamentos aos acontecimentos. No lead e boxes, uma análise precisa e um resumo do que foi atingido e das perdas financeiras: *(...) refém do medo e sitiado, o Grande Rio parou ontem, vítima da ação de grupos armados que ordenaram o fechamento do comércio... industrias... escolas... ônibus... cerca de 40 bairros (...) No inédito toque de recolher (...) Às ameaças reais se somaram boatos que terminaram por deixar as ruas desertas... a ação teria relação com o trafico... Mas a proximidade das eleições levou algumas autoridades a não descartar outras motivações. Para a governadora Benedita da Silva, houve exploração política (...).*

ELEIÇÕES 2002 é o título de referência das manchetes secundárias: *Lula: presidente do BC tem de entender de fome*. Em um discurso para correspondentes estrangeiros o candidato diz que não manterá Armírio Fraga e que nomeará alguém que conheça *"as sutilezas do mercado, do desemprego e da fome"*. Alguns líderes religiosos criticam Lula por ter se comparado a Jesus Cristo e as oscilações do dólar continuam na pauta. A manchete *Chance de 2° turno agita a eleição no Rio*, mostra a Pesquisa Datafolha e a correlação entre a violência e o cenário eleitoral. *Ciro, o distraído*. na série perfil dos candidatos.

Tereza Cruvinel continua preocupada com o relacionamento entre FH e Serra e ao perceber a movimentação política, informa aos eleitores que podem

respirar aliviados: ***Enfim juntos.*** A página 3 novamente fica toda para Lula com a reportagem da capa: *'O coração desse presidente do Banco Central vai balançar cada vez que ele tiver que tomar uma decisão. Ele não vai pensar apenas no mercado' /* ***Lula diz que quer um BC social*** */ Petista afirma que presidente do BC tem que entender também de fome e desemprego*. A página traz uma foto interessante: a imagem mostra Lula, na entrevista concedida a correspondentes estrangeiros, com semblante grave e pensativo, quase triste. Ao fundo um cartaz da campanha mostra Lula sorridente. A vida real parece contrastar com a vivida sob as ferramentas do marketing eleitoral.

Formadores de opinião continuam a se manifestar em favor de Lula: *Roberto Setúbal: 'Lula é o próximo presidente do Brasil' / presidente do Banco Itaú diz que vota em Serra mas que o petista fará aliança com o PSDB.* Na Foto: *SETÚBAL: "LULA é muito racional e é um homem pragmático"*. Lula confirma que não haverá calote.

Articulistas e formadores de opinião comentam positivamente o voto em Lula. Na página 7, J. Roberto Penteado em artigo intitulado ***Presidente da Silva.*** fala da genealogia dos Silva e demonstra que só milagre fará com que Lula não seja o próximo presidente. Veríssimo também fala do voto em Lula e já é visível a mudança da cobertura para uma narrativa completamente favorável à candidatura petista.

Dia 2, capa, a violência e o poder do tráfico no Rio continuam na pauta. Manchete secundária, sob o título de referência *ELEIÇÕES 2002*, deixa muito claro o porquê da positividade em favor de Lula: não há possibilidade de retrocesso. Lula vai ser o novo presidente: ***Ibope: Lula, Serra e Garotinho sobem***. Enquanto isto o lead esclarece que *O petista... ainda continua com 48% dos votos válidos, a dois pontos de vencer no primeiro turno*. Sob foto de Lula em campanha, ***Lula ganha oito minutos nos últimos programas de Serra*** */ Chico vai à TV para ajudar petista a conquistar as mulheres*. E mais: *Garotinho e o poder das palavras*. na série perfil, *Serra diz que o PT é cúmplice de invasões*.

A capa mostrou como seria a cobertura: Lula aparece na foto e em duas manchetes positivas. O presidenciável ganha as páginas 3, 4, 5 e 8. Serra fica somente com a página 9.

Dia 3, Benedita pede tropas federais para garantir a eleição: ***Rio pede tropas federais para garantir a eleições*****.** Sob o título *Eleições 2002*, o duelo: *Serra vai a 21%, Lula mantém 45%*. No lead: *O candidato José Serra foi o único a subir na nova pesquisa Datafolha, passando de 19% para 21%. A um ponto da vitória no primeiro turno, Lula (PT) manteve o índice de 45% e Garotinho (PSB) o de 15%. Ciro (PPS) caiu para 10%*. Na série perfil dos candidatos, *Serra, o católico devoto de Santa Rita*.

Na charge de Chico a guerra eleitoral é explicitada com humor. Lula, Serra, Garotinho, Ciro (nesta ordem), de pé, olhos vendados, mãos para trás, engravatados, em frente a uma câmera com a logo da TV Globo, numa referência ao debate: *"Preparar... apontar... plim-plim!"*. A televisão também é uma arma na guerra (discursiva) eleitoral.

Dia 4, capa, a manchete principal traz o debate ocorrido na noite anterior: ***Candidatos evitam troca de ofensas no último debate*** / *Lula, Serra, Garotinho e Ciro encerram a campanha procurando demonstrar humildade*. Em outra chamada: *A revista britânica "The Economist" circula com capa sobre Lula*. A foto também é sobre o debate e mostra os candidatos e o mediador William Bonner no estúdio da TV. E na charge de Chico, uma brincadeira com o formato da mesa em que os candidatos se posicionavam durante o debate: ***A GRANDE QUESTAO*** *— E aí? Quem ganhou essa corrida de jet-ski?*

Na série perfil dos candidatos, *Como Lula trocou o rancor pelo humor / Do sindicalista raivoso ao "Lulinha paz e amor", o petista conta a* ***JOÃO MÁXIMO*** *como mudou para tentar chegar lá*.

A dois dias da votação de 1º turno Tereza Cruvinel mostra-se aflita: (...) *pode voltar a mística de que ele* Lula *ameaça mas não vence*. A página 3 e seguintes análises sobre o debate num tom favorável à candidatura Lula.

Dia 5: ***Segurança para a votação no Rio terá 50 mil homens*** */ Esquema inclui Exército, Marinha, Aeronáutica, PM, PF e Polícia Civil*. Em nova repercussão do debate, fatos e fotos envolvendo os presidenciáveis, na ordem: A) ***Em família****: Lula e Marisa deixam o restaurante* (Osteria DelAngolo) *onde reuniram assessores e amigos. Duda Mendonça levou o vinho: um Romanée-Conti, de R$6.900*; B) ***Na madrugada****: O tucano José Serra cumprimenta um porteiro do Satyricon, em Ipanema, onde jantou com a mulher, Mônica, e assessores depois de participar do debate na Rede Globo*; C) ***Reanimado****: Ciro Gomes (PPS) renovou as forças depois do debate na TV e fez caminhada pelas ruas de Campo Grande e outros bairros do Rio*. A foto é do dia posterior ao debate; D) ***Confiando em Deus****: Anthony Garotinho (PSB) deixa o templo da Assembléia de Deus em São Paulo, onde rezou com pastores para chegar ao segundo turno*. Aqui também a foto é do dia seguinte ao debate.

Chico continua brincando com o debate e a posição dos candidatos na competição em *"E DEIXANDO O DEBATE"*. Os púlpitos em que se encontravam os candidatos são transformados em *jet-ski*. Eles seguem para uma rampa, onde já se encontra Lula, e refletem: — *"Será que vai dar para saltar?"*.

O Globo faz reportagem sobre o tema *Pobreza no Rio aumentou de 99 a 2001*. Sem dúvida o alvo é Garotinho e a fonte. Tereza Cruvinel em, ***E todos erraram...***, conclui que ninguém ganhou nem perdeu com o debate.

Dia 6, 'Dia D', uma edição com "meia" boca de urna. O Globo demonstra incrível otimismo e reverência ao feito eleitoral e faz elogios ao regime democrático e a todos os candidatos. *O Ibope para presidente* e *O Ibope para o governo do Rio* vêm em gráficos no topo da página. Na manchete, ***Pesquisas mostram que decisão sobre 2º turno será voto a voto*** */ Lula atinge 50% dos votos válidos no Ibope mas, no Datafolha, fica a dois pontos de vencer já*. A ansiedade gira em torno da possibilidade de 2º turno. Na charge, Chico tenta acalmar os ânimos: *"Muito bem: quem vai sentar?"*. FHC apresenta a cadeira presidencial aos candidatos.

A eleição do Rio é marcada pela presença do Exército. Mas pouco se fala sobre o crescimento de Benedita na preferência eleitoral. Apenas uma pequena chamada na capa, dá a dica: *Institutos divergem sobre 2º turno no Rio*. Parece que a cinderela vai voltar à condição de borralheira.

No dia da votação O Globo franqueia a palavra a alguns economistas que dizem não notar diferença significativa nas plataformas dos candidatos. Para esses especialistas, os limites impostos pelo FMI e a disparada do dólar tornaram as propostas econômicas dos candidatos parecidas.

Na página 3, ansiedade: *Pesquisa do Ibope mostra que, se houver outra eleição no dia 27, José Serra, com 22%, será o adversário do petista* (grifo meu) / ***Adrenalina pura*** */ Lula tem 50% no Ibope e 48% no Datafolha; segundo turno ainda é incerto*. Só para polemizar, vamos imaginar que, se os tempos fossem outros, esta manchete certamente teria uma outra forma, por exemplo: 'Pesquisa do Ibope indica que poderá haver segundo turno', ou ainda, 'Pesquisa do Datafolha dá segundo turno como certo'. Mas neste momento O Globo prefere o direito a dúvida.

Na página 19, adornada por um gráfico com a evolução da intenção de voto para presidente (pesquisas Ibope), uma manchete surpreendente: ***Quase Lula-lá***. Este é também o título do balanço da campanha oposicionista, que contrasta com os títulos conferidos ao resumo dos demais competidores, todos um tanto risíveis: *Serra, o homem que não ria / Garotinho, o ressuscitado / Ciro, o ex-fenômeno*.

Finda a votação, as urnas revelam a vitória do adversarismo mais explicitado em todo a competição: governo e oposição vão duelar mais um pouco.

Dia 7, capa, manchete principal: ***Lula e Serra preparam 2º turno*** */ Urnas indicam nova disputa no dia 27*. As explicações vêm no lead: (...*) Com 46% dos votos válidos, quase o dobro de José Serra (23,8%) o petista Luiz Inácio Lula da Silva obteve resultado inferir ao que apontavam as últimas pesquisas eleitorais e a boca-de-urna do Ibope (49%). Em entrevista na madrugada, Serra afirmou que as*

condições de disputa no segundo turno, dia 27, serão outras e garantiu que vencerá. Lula votou cedo em São Paulo e passou o dia ansioso com a indefinição, mas se disse preparado para enfrentar novo duelo (...). O Globo traz os percentuais de votos, as articulações políticas e as expectativas dos candidatos para a nova batalha que começou antes mesmo do fim da anterior.

As fotos de capa são alusivas a um estado de espírito dos candidatos: *LULA: o petista teve votação menor do que a prevista em pesquisa; SERRA: crescimento e esperança de estar no segundo turno*. O primeiro aparece beijando a bandeira do Brasil, enquanto o segundo faz o famoso 'V' da vitória.

As votações do Rio e de São Paulo merecem destaque: *Rosinha e Benedita: chance de novo duelo*. E nas fotos: *ROSINHA MATHEUS, com a filha Clara: a candidata do PSB lidera* / *BENEDITA: a petista cresceu na reta final e surpreendeu os petistas* / *O TUCANO Geraldo Alckmin* (sorridente) / *O PETISTA José Genoino* (com o queixo apoiado nos braços). Outra manchete: *Alckmin e Genoino repetem em SP confronto nacional*.

A manchete secundária traz os *Eleitos no 1º turno* e num texto digno de um jornal de esquerda, O Globo demonstra um novíssimo sentimento: *A aposentadoria, enfim*. Com fotos de Collor, Maluf, Quércia e Newton Cardoso, a legenda: *Os ventos moralizadores desta eleição derrotaram, de uma só vez, alguns símbolos nacionais (...).*

Lula e Serra dividem igualmente a cobertura desta edição. Voltamos a estaca zero?

Dia 8: Lula, Serra e as alianças. O adversarismo é novamente acirrado e envolve os derrotados, antigos inimigos que passam a cerrar fileiras no exército dos combatentes finais.

Na capa, ***Lula e Serra racham partidos*** / *Garotinho impõe condições para apoiar petista; tucano muda coordenação de campanha*. No lead: *Confirmado o segundo turno, Luiz Inácio Lula da Silva e José Serra saíram em busca de alianças, rachando os partidos. Lula ligou no domingo mesmo para Ciro Gomes, o candidato derrotado da Frente Trabalhista. O presidente do PPS de Ciro, Roberto Freire, já*

conversou com o presidente do PT, José Dirceu, mas a Frente está dividida. Anthony Garotinho (PSB), também procurado por Lula, disse que não ira apóia-lo se continuar com José Sarney e ACM, que ontem declarou voto no petista. Grande parte do PSB, porém, deve ficar com Lula. Serra ligou para o presidente do PFL, Bornhausen, mas o partido também rachou. O pefelista devera recomendar o voto no tucano, respeitando a posição dos que já apóiam Lula, como Roseana Sarney. O PMDB vive o mesmo dilema. Pimenta da Veiga, coordenador da campanha de Serra, deixou o cargo.

Diante dos resultados, O Globo passa a explicar o novo cenário político nacional: ***PT deve ter a maior bancada***. No lead: *Projeções do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar... Hoje o partido é o quarto colocado, com 58 representantes... agora entre 88 e 92 deputados, o que lhe daria o direito de fazer o presidente da Casa. No Senado, o crescimento do PT também surpreendeu: o partido elegeu dez representantes (...).*

Não há monopólio de poder, diz FHC. No lead: *(...) cobrou de Lula e Serra propostas claras de governo. Só assim, analisou, será possível governar, pois as urnas revelaram "que não ha monopólio de poder". FHC disse que seu estilo fez "oligarquias e caciques perderem"*.

Tereza Cruvinel analisa a preponderância do PT na eleição proporcional. E na página 3 o jornal explica que ***Começa a batalha por aliados***. No editorial O Globo avalia que o resultado eleitoral mostra que eleitor quer mais tempo para conhecer as propostas dos candidatos.

Dia 9, capa, a dança das cadeiras na arena política está na charge de Chico, que caricatura lideranças importantes girando em torno da cadeira presidencial: uns para um lado, com Lula, outros para o outro, com Serra.

Manchete principal: ***Ciro declara apoio a Lula e Serra atrai a base de FHC***/ *Tasso anuncia voto no tucano, Brizola fecha com petista e evangélicos se dividem*. O Globo explica tudo sobre o desenrolar da política: *(...) O candidato derrotado da Frente Trabalhista, Ciro Gomes, anunciou ontem apoio "irrestrito e entusiástico" à candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no segundo turno. Alem do PPS, o PDT, de Leonel Brizola, fechou com Lula. Já o candidato José Serra*

recuperou o apoio de Tasso Jereissati e atraiu o PFL, que recomendará hoje o voto no tucano, liberando Antonio Carlos Magalhães e Roseana Sarney, que estão com Lula. Serra também conta com o PPB não malufista: em nome do tucano, o deputado Francisco Dornelles procurou o candidato derrotado do PSB Anthony Garotinho. O PSB deve apoiar Lula mas o ex-governador pode ficar neutro. Serra e Lula já disputam os votos dos evangélicos, que impõem condições. Na foto, a demonstração de que a política tem lógica própria: *Ciro e Tasso caminham com Lúcio Alcântara no Ceará mas se dividem entre Lula e Serra na disputa à Presidência*.

Começa a polêmica dos debates: *Lula vai propor só um debate; (...) Em vez de três debates na TV, como previsto, Luiz Inácio Lula da Silva quer participar apenas de um no segundo turno. O deputado José Dirceu disse ontem que vai propor às emissoras que façam um único debate, em pool. José Serra insistiu na realização dos debates agendados*.

O novo cenário político continua em pauta e a força do PT faz história: *Renovação da Câmara será de 47%*; *...O PT será a maior bancada, com 91 deputados, seguidos do PFL, com *$, e do PMDB, com 74. O PSDB ficou em quarto, com 71 representantes*.

O realinhamento político aparece como tema dominante. O texto mais esclarecedor, contudo, vem na coluna de Márcio Moreira Alves, que decifra a eleição pro eleitor: *Mike Tyson x Popó*. A referência é o duelo Lula *versus* Serra e o articulista deixa claro que Popó é ótimo, mas, considerando o percentual de votos de cada um, pode-se dizer que a eleição já está definida. Lula teve 46,4% dos votos válidos e venceu em todos os Estados, menos no Ceará do novo aliado Ciro e no Rio do também aliado Garotinho.

Dia 10, capa: as negociações políticas seguem favoráveis ao mais provável vencedor, mas a nova oposição começa a se organizar, ainda sem muita convicção. ***Garotinho apóia Lula e PFL recomenda Serra*** */ Candidato derrotado do PSB à Presidência impõe condições e pefelistas liberam dissidentes*; (*...) Além do PSB, o PPS e o PDT – aliados petistas conquistados no segundo turno – deverão integrar um possível governo do PT, informou o porta-voz da campanha*

de Lula. Em reunião, o PFL recomendou o apoio ao tucano José Serra, mas liberou os dissidentes (...).

Lideranças importantes se movimentam em torno dos candidatos. As fotos revelam os bastidores da competição: *ARRAES e DIRCEU: encontro para discutir aliança* / *TASSO E AÉCIO durante reunião com lideres tucanos que apóiam Serra*. Na manchete mais articulações políticas: *Lula tem o apoio de sete dos 13 governadores eleitos*. No lead, o cenário completo: *O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, largou na frente de seu adversário tucano, José Serra, na disputa pelo apoio dos governadores eleitos no primeiro turno. Dos 13, sete pretendem apoiar o petista e quatro ficam com o tucano. Os outros dois por enquanto estão neutros – Paulo Hartung, do Espírito Santo, e Paulo Souto, da Bahia*. A charge de Chico também fala das articulações da política e mostra Garotinho tomando um puxão de orelha de seu líder superior, Miguel Arraes.

Dia 11, capa, manchete principal**:** *Dólar encosta em R$ 4, com tendência de alta /* ***Falta de moeda, receio e especulação levam câmbio a novo recorde***. Será que o mercado ainda não absorveu a vitória de lula? A que se deve esta reação se o grosso do empresariado nacional está de braços dados com o petista? Os grupos políticos, mesmo em fase de arrumação, já indicam predomínio de apoio a Lula. Vejamos o que traz a cobertura de O Globo:

Lula e Serra ampliam leque de apoios */ PMDB de Minas e PTB aderem ao petista*. Evangélicos *que apoiavam Garotinho ficam com tucano*. Lead: *Na disputa por apoios, Luiz Inácio Lula da Silva conseguiu a adesão formal do PSB de Anthony Garotinho enquanto José Serra atraiu os evangélicos que apoiavam o ex-governador do Rio. Garotinho disse que vai engajar-se "para valer" na campanha de Lula. O PTB aprovou recomendação de voto em Lula, mais por ódio do que por amor ao petista, como disse o presidente do partido, José Carlos Martinez. O PMDB de Minas também aderiu a Lula, que prometeu tratar o governador eleito do estado, o tucano Aécio Neves, como um petista. Em dia de novo recorde do dólar, Serra disse que poderá baixar o valor da moeda americana se for eleito. Para Aloizio Mercadante (PT) o tucano está fazendo o papel de quem toca fogo na própria casa para inaugurar a roupa nova de bombeiro*.

As fotos ajudam a compreender o momento político: *ACORDO SELADO: Garotinho e Lula conversam, observados por Rosinha, enquanto Arraes discursa* / *SERRA REZA na Assembléia de deus de Brasília com o bispo Samuel Ferreira e o Pastor Manoel Ferreira*.

O rearranjo nacional continua sendo avaliado. *PT: moderados são metade da bancada / Com 48 deputados entre os 91 eleitos, a corrente moderada do PT terá de se aliar aos independentes (17) para obter maioria folgada na nova bancada do partido na Câmara. Os mais esquerdistas são 26*.

E a polêmica do debate vai para a charge de Chico: *"- E aí Lula, vamos debater?"*, caricatura esta que envolve a série 'corrida de *jet-ski*' e mostra Lula, de óculos escuros, já tendo saltado a rampa, seguido por Serra, Garotinho e Ciro.

Tereza Cruvinel avalia que a votação do PT para o Congresso Nacional pode ser considerada como a mais importante dos últimos tempos, uma votação histórica.

A edição revela as artimanhas da política com a formação do novo quadro de alianças, como indicado na página 3: ***Política sem amor e com ódio*** */ Ala do PTB ligada a Martinez adere a Lula apesar de líder dizer: 'Tenho horror do PT'*.

Dia 12: complementando a avaliação que Tereza Cruvinel fez na edição anterior sobre a 'histórica' votação do PT para o Congresso Nacional, a capa desta edição apresenta um balanço de todos os votos obtidos por Lula e pelo PT. A questão segue para a página 3, com manchete principal, gráficos e comentários.

Vejamos as manchetes de capa:

PT recebeu 126 milhões de votos / *Números finais do TSE mostram que partido de Lula foi o mais votado em todas as disputa*s. Lead: *O PT foi o partido que mais votos recebeu nas eleições de 6 de outubro. Incluindo a votação dos candidatos a presidente, governador, senadores, deputados federais e estaduais do partido, o PT de Luiz Inácio Lula da Silva teve 126.747.233 votos, 50,61% a mais do*

que o segundo colocado, o PSDB. O partido de José Serra registrou 84.151.889 votos. O PMDB, partido aliado do tucano, teve 57.075.632 votos. Sem candidato a presidente, o PFL ficou abaixo do seu desempenho histórico, em quarto lugar, com 54.943.207. O PSB de Anthony Garotinho alcançou a quinta colocação, com 36.962.674 votos. Dos 30 partidos, nove tiveram menos de um milhão de votos.

Na foto, os embaraços de quem precisa de todo o apoio possível: *SERRA AO LADO de Roriz durante comício em Brasília:apoio polêmico no DF*. O presidenciável aparece como se estivesse tapando o nariz com os dedos.

Chico faz humor com um dos grandes temas desta campanha: a ausência de um líder à altura de FHC: *"- Já estão com saudades, né?"*. FHC aparece em pronunciamento.

Mais constrangimentos para o segundo colocado: ***Serra vai a Minas e não vê Aécio /*** *O candidato do PSDB à Presidência, José Serra, visitou ontem Minas Gerais mas não viu seu principal cabo eleitoral no estado, o governador eleito Aécio Neves (PSDB), que esta descansando no Nordeste. Serra fez palestra para empresários da construção civil e voltará a Minas semana que vem. Líderes do PFL, porém, prestigiaram a palestra do candidato, que voltou a cobrar a participação do petista Lula em debates. À noite, em Brasília, Serra participou de comício do governador Joaquim Roriz, candidato à reeleição e envolvido no escândalo da grilagem de terras no DF*.

Dia 13, capa: ***Lula começa segundo turno com 58% e Serra com 32%*** **/** *Pesquisa Datafolha mostra que petista e tucano dividem votos de Ciro e Garotinho*. No lead: *A primeira pesquisa eleitoral do segundo turno, feita pelo Datafolha, mostra que o petista Luiz Inácio Lula da Silva tem 58% das intenções de voto, contra 32% do tucano José Serra. Pelo critério de votos válidos (que não conta os nulos e os em branco), Lula está com 64% e Serra com 36%. Os eleitores de Ciro Gomes e Anthony Garotinho, segundo ainda a pesquisa, dividiram-se igualmente entre os candidatos petista e tucano. O Datafolha revelou que o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, tem 50% das intenções de voto para se reeleger e seu rival, José Genoino, do PT, 42%. No Rio Grande do Sul, segundo o Ibope, Germano Rigotto (PMDB) tem 57% das intenções de voto, contra 35% do petista Tarso Genro. Ontem,*

Lula encontrou-se com Ciro Gomes pela primeira vez depois do fim do primeiro turno e Serra foi à festa de Nossa Senhora Aparecida. A alta do dólar deve ser o principal tema na guerra entre Serra e Lula no horário eleitoral, a partir de amanhã.

Nas fotos, velhos e novos amigos: *CIRO GOMES e Lula se cumprimentam em uma reunião em São Paulo: foi o primeiro encontro dos dois depois do fim do primeiro turno* / *O GOVERNADOR de São Paulo, Geraldo Alckmin, reza com José Serra em uma missa celebrada na festa de Nossa Senhora Aparecida*.

E a votação obtida pelo PT continua em destaque: ***PT elege mais deputados estaduais*** / *A maior bancada eleita na Câmara dos Deputados, o PT também conseguiu levar o maior número de deputados para as assembléias estaduais: foram 146 petistas contra 135 do PMDB, 134 do PSDB e 120 do PFL, um crescimento de 60%, em comparação com 98. O PT foi ainda o único que elegeu representantes em todas as unidades da Federação*.

E na charge, Chico faz mais uma da série a falta que FHC fará: *"- Digo e repito: vou parar a musica e fazer muita falta..."*. FHC está no comando da vitrola e os políticos dançando em torno da cadeira presidencial.

Tereza Cruvinel e Márcio Moreira Alves analisam as estratégias dos candidatos e a página 3 mostra que nem milagre daria a vitória ao tucano: ***Vantagem ampliada /*** *Datafolha: Lula tem 26 pontos a frente de Serra na primeira pesquisa do 2. turno*.

Dia 14, capa, manchete secundária: *PSDB e PT sobem o tom dos ataques. No l*ead*: Num ensaio do tom a ser adotado no horário eleitoral que começa hoje, aliados do tucano José Serra endurecem as criticas ao petista Luiz Inácio Lula da Silva. "Lula não tem substância", atacou o deputado Alberto Goldman. "Eles não têm autoridade para cobrar nada", reagiu o presidente do PT, José Dirceu /* ***PM não intimida trafico na Mineira*** */ Apesar de operação com 80 policiais militares, bandidos continuam armados no alto da favela*.

E mais: *BC* ***eleva juros a 21% para conter dólar e inflação*** **/** *PT diz que medida era inevitável. PSDB elogia mas espera impacto na campanha.* Lead: (*...) A alta de juros foi considerada inevitável pelo presidente nacional do PT, deputado*

José Dirceu. Para o coordenador nacional de campanha do candidato José Serra, do PSDB, deputado José Aníbal, a medida terá impacto na campanha eleitoral, mas era necessária para combater a especulação. Para ajudar na compreensão das diferentes avaliações feitas pelas lideranças, O Globo introduz gráficos mostrando a variação dos juros desde Janeiro de 1999.

Lideranças políticas e empresariais cerram fileiras em tono de Lula e o velho sábio Miguel Arraes dá a dica, em entrevista de meia página, com foto: ***'Tem que montar rolo compressor para Lula'***.

As lideranças do PT precisam acalmar o mercado a qualquer custo e, no dia 15, informam que *PT admite autonomia para o Banco Central.*

A propaganda eleitoral recomeçou e com ela surgiu o medo de Regina Duarte. Aliás, o medo renderia controvérsias em toda a sociedade e ocuparia diversos lugares narrativos de O Globo, incluindo bem-humoradas charges de Chico.

Na manchete, ***Lula mostra aliados e Serra aposta na estratégia do medo na televisão*.** O debate na Rede Globo foi marcado para dia 25, a dois dias da votação de segundo turno. Esta edição mostra a retomada da propaganda eleitoral e Tereza Cruvinel reafirma que a eleição tem caráter plebiscitário, na qual o eleitor vai julgar o governo FHC. Veríssimo faz humor com o vinho de Duda e diz que a elite não pode suportar um ex-operário tomando uma iguaria dessas.

Dia 16, capa, manchete principal: ***Previsão para PIB de 2003 cai apos aumento dos juros*** / *CNI diz que efeito negativo vai durar seis meses. Dólar fecha em queda; Medida opõe Lula e Serra*. No lead: *O candidato Luiz Inácio Lula da Silva considerou equivocada a alta de juros. José Serra voltou a criticar a ambigüidade do PT na economia. O presidente Fernando Henrique disse que a medida foi inevitável: "Mas é melhor para o meu sucessor do que para mim."*.

Enfrentando democraticamente a dicotomia medo-esperança, o líder FHC manda um recado para os eleitores e para seu próprio candidato: ***FHC: ganhe quem ganhar, nada vai acontecer*** / *Presidente diz que instituições estão cada*

vez mais fortes e garantem transição democrática. No lead: *Em discurso na posse da diretoria da Confederação Nacional da Industria... Diante de uma platéia que incluía o presidente do PT, José Dirceu, e o vice na chapa de Lula, José Alencar, disse que não há o que temer: "Se ganhar fulano ou beltrano, não vai acontecer nada!" O PT elevou de R$ 36 milhões para R$ 48 milhões a sua previsão de gastos na campanha presidencial*.

O discurso de FHC também é um auto-elogio, pois a defesa da consolidação das instituições serviu, durante diversos momentos de seu governo, como garantia de apoio a medidas impopulares.

José Dirceu, braço direito de Lula, participa dos círculos de poder como quem já da as cartas. É o que mostra a foto: *NA POSSE na CNI, o ministro Pedro Malan cumprimenta José Dirceu, presidente do PT, observado por Antonio Ermírio*, este último, contudo, parecia não participar da cena descrita.

Na página 3, O Globo usa o capital de confiança de um estadista para esclarecer o cenário político: ***FH: 'Não vai acontecer nada' /*** *Presidente diz que transição se dará dentro da democracia seja quem for eleito*. As fotos ajudam a confirmar as palavras do presidente. Foto maior: *FH DISCURSA na posse da nova diretoria da CNI, observado pelo empresário Antônio Ermírio de Moraes (à esquerda) e pelo presidente do PT, José Dirceu (no centro)*, bem juntinhos, na primeira fila. Foto menor: *JOSÉ ALENCAR, vice de Lula, ao lado do ministro Malan, na CNI*. Na manchete secundária: *PT lançará programa para economia na Fiesp.*

A página 5 traz nova pesquisa, com infográfico: ***Lula 60% dos votos válidos e Serra, 31%***. E se o medo de Regina Duarte rendeu até um bate-boca no meio artístico e intelectual, cabe aos articulistas de O Globo explicar o cenário eleitoral. Tereza Cruvinel, em ***PT sem medos*** e Márcio Moreira Alves, em ***Contar as favas***, explicam porque a eleição de Lula já é tida como 'favas contadas' e dentro da mais rigorosa normalidade democrática. O Globo deixa bem claro que Serra faz a campanha do medo e Lula a da esperança.

Dia 17, véspera da eleição: a onda de violência ocorrida no Rio repercute na capa: ***Noite de terror foi planejada por traficantes na Rocinha*** */ Policia estima que 300 bandidos foram mobilizados para aterrorizar a cidade*. As fotos destacam as marcas da violência. Há um mapa da invasão, o horário de cada ação e a retaliação do tráfico à família do Chefe de Polícia.

Quem sabe arrependido da defesa que fez, indiretamente, da candidatura Lula, FHC ataca o adversário: ***FHC acusa PT de estelionato; Lula vê empresários*****.** Contudo, O Globo não deixa o petista em posição solitária e registra no lead: *Um dia depois de ter afirmado que nada aconteceria ao país qualquer que fosse o presidente eleito, Fernando Henrique Cardoso, durante encontro com aliados, acusou o PT de "estelionato eleitoral" por apresentar promessas que não poderão ser concretizadas. Hoje à noite, o candidato petista Luiz Inácio Lula da Silva será homenageado em um jantar com cerca de 200 empresários.*

Enquanto isto, Antonio Palocci ocupa a página 4 para explicar as propostas petistas.

Dia 18, na capa e nas páginas 3, 4 e 5: o mercado não tem medo de Lula

Capa, o esforço dos petistas para acalmar o mercado: **Lula *se compromete com o superávit que for necessário*** */ Proposta do PT para o mercado de capitais fazem bolsa subir 6%*. No lead, mais informações: *No lançamento das propostas do PT para o mercado de capitais, ontem, na sede da FIESP, o coordenador do programa do partido, Antonio Palocci, disse que Lula se compromete a cumprir "o superávit primário que for necessário" para ajustar as contas do país. "Não vamos nos furtar a tomar, se eleitos, todas as medidas necessárias para que haja tranqüilidade no mercado", acrescentou Palocci. O FMI devera exigir uma "correção de rumo" nas metas acertadas para 2003. Em outro encontro com empresários, Lula, num discurso mais radical, disse que a equipe econômica é cega e que subordinou a economia aos banqueiros e à especulação. O plano do PT para o mercado de capitais fez a Bolsa de São Paulo subir 6,3%*.

O presidente continua arrependido ou atemorizado pelas lembranças de quando sentou na cadeira do prefeito de SP, antes da hora, perdendo a eleição para o azarão Jânio Quadros: ***FH: é ruim salto alto antes da hora*.**

Enquanto isso, Chico tenta pôr um fim bem-humorado às polêmicas discussões em torno do medo: *"A SOLUÇAO FINAL PARA A QUESTAO DUARTE: - Tomaras Romanée-Conti até perder o medo!"*. Lula é caricaturado usando chapéu, sobretudo marrons, óculos escuros e despejando o famoso vinho num funil enfiado na boca da atriz, que amarrada, não reage.

Tereza Cruvinel dita quais devem ser as primeiras iniciativas do próximo presidente, tema que se repete na página 3, ***Compromisso com o mercado** / PT promete, na Fiesp, cumprir o 'superávit primário que for necessários'*. Nas fotos: 1) *ANTONIO PALOCCI, Horácio Lafer Piva, Humberto Casagrande, Raymundo Magliano e Ricardo Berzoini no ato de entrega do plano para o mercado de capitais*; 2) *ALOIZIO MERCADANTE cumprimenta Horácio Lafer Piva antes da entrega do programa à Fiesp*. Na manchete secundária, entre as fotos: ***PROPOSTAS COMUNS** / PT, indústrias e setor financeiro lançam plano para revitalização do mercado de capitais*. Márcio Moreira Alves parece ter razão: já são favas contadas.

Dia 19: <u>O Globo</u> continua no firme propósito de esclarecer completamente sobre a posição econômica de Lula e do PT, além do humor do mercado. Na capa, *Risco-país e dólar voltam a ter queda*. Sob o título de referência *ELEIÇÕES 2002*, ***Economistas acham difícil aumentar meta de superávit** / Especialistas se dividem sobre a necessidade de esforço fiscal maior*. No lead, (*...) Em jantar com empresários anteontem, Lula reafirmou o que o coordenador do programa de governo do PT, Antonio Palocci, havia dito na quinta-feira na FIESP: se eleito, o petista vai manter o equilíbrio fiscal, fazer o superávit primário que for necessário e baixar os juros.*

E mais: ***Lula: só catástrofe impede vitória***. No lead: *Em jantar com empresários paulistas, o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, disse que só uma catástrofe semelhante à queda das torres gêmeas em Nova Iorque será capaz de*

impedir sua vitória. O presidente do PT, José Dirceu, disse ter proibido o salto alto, o oba-oba e o já ganhou.

Na foto, uma brincadeira com o sisudo candidato governista: *SERRINHA PAZ E AMOR: Tucano beija Rigotto, seu aliado do PMDB gaúcho*. José Dirceu ganha a página 3 e Antônio Palocci a página 4.

Dia 20, novamente as propostas de Lula e do PT: hoje, a reforma tributaria. Ao que parece, Serra tornou-se o candidato sem propostas ou, pior, aquele que todo mundo já conhece o que pensa e o que pretende fazer enquanto governo.

Na capa: ***PT anuncia 'choque no Congresso'*** / *Assessor de Lula diz que, se ganhar, partido tentará aprovar reforma tributária ainda este ano*. No lead: *O principal assessor econômico da campanha do PT, Guido Mantega, anunciou ontem que, se eleito, Luiz Inácio Lula da Silva vai tentar mobilizar o Congresso para aprovar a reforma tributaria e do sistema financeiro ainda este ano. Usando a expressão "choque na inércia do Congresso", disse que o partido também investirá na votação da proposta de autonomia operacional do Banco Central, a partir do dia 28, um dia depois da eleição. Em discurso a cerca de cem empresários, banqueiros e líderes sindicais ontem em São Paulo, Lula descartou qualquer risco de rompimento de contratos e de crise institucional, e reafirmou seu compromisso com as metas pactuadas com o FMI. Para o candidato do PT, o cambio flutuante é ruim devido a seus efeitos inflacionários. Se eleito, ele quer uma intervenção mais vigorosa para deter a especulação. Já Serra aposta no tripé metas de inflação, cambio flutuante e responsabilidade fiscal para conter a crise*.

Nas fotos: *LULA COM José Dirceu e Marta Suplicy em encontro com empresários*. E a nova pesquisa: *Datafolha: Lula sobe e Serra se mantém*. No lead: *A uma semana da eleição, Luiz Inácio Lula da Silva ampliou de 26 para 29 pontos sua vantagem sobre José Serra, segundo a ultima pesquisa do Instituto Datafolha, divulgada ontem. Os votos de Lula subiram de 58% para 61%. Serra, que intensificou os ataques ao PT, manteve o índice da pesquisa anterior: 32%*. Somente Chico para fazer rir num momento em que todas as lideranças se

mostram absolutamente estressadas: *"COMO DERUBAR O DÓLAR? Romanée-Conti nele!"*.

Notamos que não somente Lula fala nos momentos importantes. José Dirceu, Antonio Palocci e Guido Mantega são figuras definitivas na tradução das articulações políticas do comando petista.

Dia 21, os ânimos estão acirrados nos QGs eleitorais: ***Lula e Serra alertam eleitor em pronunciamento na*** *TV / Tucano diz que adversário pode levar país à ruína e petista culpa governo por crise*. Nas fotos, O Globo dá a sentença final: *ELEITORES DE LULA agitam bandeiras do PT no domingo de sol em Ipanema / UMA PARTIDARIA de Serra exibe a bandeira do candidato na Praia de Copacabana* (grifo meu). Interessante, pois, em pleno domingo de sol somente uma eleitora se aventura a sair de casa em defesa da candidatura Serra.

Os últimos programas da propaganda televisiva gratuita são tensos e repletos de expectativas. Serra busca desesperadamente disseminar o medo, enquanto Lula, a esperança. Na manchete secundária, O Globo informa a seus leitores o que está acontecendo na arena eleitoral: *Programa gera tensão pré-eleitoral.* No lead: *A expectativa sobre o pronunciamento que o candidato do PSDB à Presidência, José Serra, fez na noite de ontem deixou os políticos tensos durante todo o fim de semana. O presidente do PT, José Dirceu, chegou a ligar para o presidente Fernando Henrique Cardoso, para saber o que Serra diria na TV. Fernando Henrique telefonou para o coordenador da campanha tucana, João Roberto Vieira da Costa, em São Paulo, e teve a garantia de que nenhum ataque de caráter pessoal a Lula seria levado ao ar. Petistas com bom trânsito no PSDB também se mobilizaram para tentar descobrir o que Serra diria. Os petistas acionaram até mesmo o ex-presidente José Sarney (PMDB), o ex-prefeito de São Paulo, Paulo Maluf (PPB), o ex-governador do Rio, Anthony Garotinho (PSB) e o ex-ministro Ciro Gomes (PPS) para tentar conhecer o teor do depoimento tucano.*

Agora sim, Lula já fala como presidente eleito. É o que diz a página 5, sem assombro.

No dia 22, capa: as propostas de Lula para cortar gastos e os artistas que o apóiam. Tereza Cruvinel explica a relação de Lula com o mercado em ***Ensaios e Vacinas.*** No lead: *Consta que o encontro de Lula com quase uma centena de empresários e sindicalistas, sábado, teve um efeito psicológico altamente negativo sobre a campanha de José Serra. Comparecendo o patronato ajudou o PT a blindar Lula contra os efeitos do discurso programado pelo tucano para domingo. Na pauta oficial do encontro, as preliminares do pacto social proposto pelo petista*. A vitória de Lula já é considerada como certa até pelos analistas mais pessimistas. O Globo reflete esta certeza eleitoral e a edição é quase toda dedicada a candidatura Lula: quem é o candidato, suas propostas, equipe, antigos e novos aliados.

No dia 23, a resposta para o apoio do empresariado nacional: ***PT articula com a FEBRABAN proposta de reforma bancária*** / *Palocci diz que Lula, se eleito, não baixara juros caso haja risco de inflação voltar*. Mais explicações no lead: *O PT de Luiz Inácio Lula da Silva e a Federação Brasileira das Associações de Bancos (FEBRABAN) negociam uma proposta de reforma bancaria que influi a redução dos elevados spreads (a diferença entre a taxa de juros que os bancos pagam ao captar dinheiro no mercado e a que cobram de seus clientes) como contrapartida de mudanças na legislação para incentivar a oferta de credito no país... A articulação do PT com os bancos visa a tentar mudar, no Congresso, a Lei de Falências e a Lei de Processos para facilitar a execução de dividas, entre outras alterações no sistema bancário. Em entrevista ao "Bom Dia Brasil", o coordenador do programa de governo do PT, Antonio Palocci, disse que, caso Lula seja eleito, não vai baixar a taxa de juros se houver risco de volta da inflação. O PT planeja renegociar contratos com fornecedores e empreiteiras para tentar reduzir custos. Em Macapá, Sarney foi ao palanque pela primeira vez com Lula*.

As articulações da política, em foto histórica: *SARNEY E LULA sobem no mesmo palanque pela primeira vez: campanha pela reeleição da petista Dalva Figueiredo*. Nova pesquisa confirma o favoritismo da oposição: *Ibope: Lula tem 60%; Serra 32%*. A charge de Chico dá o ultimato ao governista:...*E NO PALCO*

(E NA PLATEIA) DO CANECAO. Lula aparece cantando abraçado a Chico Buarque, enquanto Serra penteia a careca.

A edição é toda dedicada às articulações petistas e a transição é explicada em todas as suas sutilezas. Positivamente.

No dia 24 o PSDB fala novamente que fará oposição. Mas o bem votado líder Aécio Neves traduz o que pensam alguns tucanos: ***Aécio: PSDB fará oposição responsável***. Na página 3 a explicação: ***PSDB ruma para a oposição***. Mas a foto é simbólica e mostra Aécio Neves caminhando ao lado de João Paulo Cunha, amigavelmente.

Márcio Moreira Alves lê a história do Brasil e sentencia: ***Não é por acaso*** (...) que o PT passará a ocupar a cadeira presidencial.

A edição do dia 25 traz o encerramento da campanha na propaganda eleitoral televisiva e anuncia o verdadeiro encerramento da competição: o debate na Rede Globo, naquela noite. FHC reafirma que o Brasil sai vencedor.

Dia 27: há festa em todas as ruas do país. O Globo, como em todos os grandes momentos da vida política nacional, não podia ficar de fora. A manchete de capa traduz o sentimento nacional (de O Globo): ***O começo de uma nova era*** */ Pesquisas apontam a vitória de Lula hoje: 62% a 38% no Ibope; 64% a 36% no Datafolha*.

Nas fotos, a tradução do novo Brasil: *LULA: pesquisas mostram o favoritismo do ex-torneiro mecânico, que deve levar o PT ao Palácio do Planalto / SERRA: o candidato do presidente Fernando Henrique cresce na reta final mas chega em desvantagem à eleição*. No lead, a política brasileira em detalhes: *Vinte e dois anos depois de fundar o Partido dos Trabalhadores e na quarta tentativa de alcançar o comando da Republica, Luiz Inácio Lula da Silva deve ser eleito hoje presidente do Brasil. Com ampla vantagem sobre o tucano José Serra... o ex-torneiro mecânico, se vitorioso, levará a esquerda pela primeira vez ao poder no Brasil e encerrara dez anos da era Fernando Henrique. Mas precisará fazer um governo voltado para o centro, em aliança com o Partido Liberal, o PPS de Ciro Gomes, o PSB de Anthony Garotinho e parte do PMDB. Lula quer imprimir uma*

marca ao seu governo, tentando unir empresários e trabalhadores num grande pacto social para enfrentar o cenário econômico adverso no Brasil e no mundo. Nas duas pesquisas divulgadas ontem, realizadas após o debate na Rede Globo, Lula perdeu pontos para o tucano José Serra. Mas a oscilação não deve impedir, segundo os institutos, a vitória do candidato petista.

Há felicidade e democracia em todos as páginas de O Globo. A eleição do ex-operário Luis Inácio Lula da Silva entrou para a história da República brasileira como um momento de grande emoção para toda a sociedade, independente de credo, etnia, condição socioeconômica e formação educacional.

FOLHA DE S. PAULO

Abril: governo feio não tem continuador

Nos primeiros dias, pouca repercussão da campanha na capa, sem destaques, preferência para uso de manchetes secundárias. De qualquer modo, certo é que em abril o jogo ainda estava na fase do aquecimento, do posicionamento dos jogadores no campo.

Dia 6: A renúncia de Garotinho e a ascensão de Benedita estão na capa.

Dia 7: A performance política de Garotinho à frente do Governo do Estado do Rio merece destaque na capa, em manchete secundária: *Garotinho investe na área social, mas esquece educação*. Esta chamada faz referência a uma reportagem especial que se inicia na página A14, sob título de referência formatado por um carimbo com os dizeres *GOVERNO* / ***RAIO-X*** / *GAROTINHO*. Toda a reportagem é ilustrada por infográficos demonstrativos dos investimentos feitos por Garotinho nas diversas áreas, como saúde, educação, saneamento, violência, etc. Traz ainda fotos de projetos como o "Piscinão de Ramos" e do próprio Garotinho participando de um culto evangélico.

Página A14, manchete principal: *Governo distribui R$100mi a carentes; igrejas indicam maior parte das famílias* / ***Evangélicos definem destino da verba social.*** Nas manchetes secundárias, *Loterj financiou ong dos projetos da primeira dama; Ensino apresenta piora; saúde avança*.

Na página A15, manchete principal: *Ações sociais de impacto, uso do radio e cultos evangélicos alavancam Garotinho* / ***Religião e mídia são a base de neopopulismo.*** Nas manchetes secundárias, *Negociação da divida e os royalties deram verbas para investimentos*; *Estaleiros são ativados e área rural e ignorada*. A página A16 segue com o raio-x: *Cinco tipos de violência aumentaram e outro*

cinco diminuíram durante gestão / ***Crime fica estacionado em patamares elevados***. Manchetes secundárias: *Conflitos do trafico vivem recrudescimento*; *Verba para política triplica, mas reforma atrasa*.

O especial é bastante significativo, pois parece indicar todos os pontos em que a prática política de Garotinho emperra do ponto de vista administrativo. Esse pontos serão explorados, até o final da campanha, por todos os periódicos analisados, tendo se tornado rótulos negativos para a imagem do presidenciável: neopopulista: relações perigosas com grupos evangélicos, principalmente no que se refere ao trato com a verba pública, desatenção com o problema da violência, uso do dinheiro público em causa própria e pouca atenção a áreas básicas, como a educação. Garotinho não passou no "gargalo" da imprensa.

Uma outra questão que se instala já neste momento da análise diz respeito a ausência do líder das pesquisas na capa. Onde estaria Lula? Por que sua candidatura, até o momento, não teve o destaque normalmente dado a quem está em primeiro lugar? Se as questões são as mesmas dos demais candidatos, ou seja, a busca do vice e as alianças, onde estariam as notícias sobre a esta candidatura? Que corrida de corrida de cavalos é esta na qual o primeiríssimo colocado não tem destaque?

Dia 8: a crise da candidatura Roseana Sarney, assim como a do PFL junto ao governo, permanece em destaque na capa e no miolo do caderno de política. É bom destacar que a cobertura dada ao Governo e ao presidente FHC é toda ela permeada por uma crítica sutil.

Dia 9: o programa partidário do PT exibido na noite anterior recebe a seguinte manchete na página A7: *Programa de Duda Mendonça evita atacar FHC e diz que "PT não vai tolerar desrespeito" à propriedade produtiva* / ***TV exibe Lula na defensiva e longe do MST***. A explicação é bastante didática e interpretativa, com frases do tipo: *'Lula começa se defendendo'* ou *'Lula adota tom conciliador'*.

Dia 10: a divulgação da pesquisa Datafolha está na capa, com infográfico: *Serra mantém os 19%, e Garotinho está com 15%; Roseana cai para 13% e deixa o 2º lugar, mostra pesquisa no Datafolha* / ***Lula sobe e também lidera 2º turno***.

O editorial, na página A2, comanda um novo olhar sobre a candidatura petista***: AS CHANCES DE LULA*** / *A recuperação do cacife eleitoral de Luiz Inácio Lula da Silva, revelada pela pesquisa do Datafolha publicada hoje, pode ser atribuída a dois fatores não necessariamente excludentes entre si: o começo da propaganda gratuita do partido nos meios de comunicação; a decantação do quadro eleitoral após ter sido agitado pelo episódio Lunus, que abalou fortemente a candidatura de Roseana Sarney... O maior partido de oposição dá mostras de que optou por modular seu discurso em direção ao centro, mitigando ou até atacando clássicos dogmas de esquerda. Parece agora colher algum resultado, embora o quadro eleitoral, a seis meses do primeiro turno, continue propenso a mudanças significativas.*

A pesquisa eleitoral foi detalhada na página A8.

Uma questão importante: nota-se de imediato uma diferença significativa entre O Globo e Folha, pois, enquanto o primeiro mantém o editorial longe da política eleitoral, o segundo a coloca dentro do editorial, aconselha candidatos, lideranças e eleitores, mostra os prós e os contras das candidaturas, enfim, indica que a Folha participa ativamente do momento político.

Retornando a cronologia dos acontecimentos, registramos que nesta edição, na página A9, são detalhados os dados relativos ao caso Lunus e aos eventuais prejuízos causados a Roseana, ao PFL e ao Governo Federal: *Em março, 43% apontavam envolvimento da pefelista em desvios; para 47%, governo agiu para prejudicá-la /* ***Sobem para 53% os que culpam Roseana***.

Em uma montagem em que a foto é superposta ao gráfico, Roseana aparece de costas, como se olhasse os dados com surpresa e melancolia:

‘***GRAU DE CONHECIMENTO SOBRE A OPERACAO DA PF NA EMPRESA DE ROSEANA SARNEY’***.

O detalhamento da pesquisa de intenção de votos, a coluna de Fernando Rodrigues e a pesquisa acima referida antecipam o fim da candidatura Roseana Sarney.

Mais um destaque relevante: na Folha, as colunas que vêm na página A2, ao lado do editorial, antecipam toda a cobertura que virá no caderno de política. Cada um dos articulistas, a seu modo, informa e avalia para o leitor os diversos lances da política. Nesta página escrevem com regularidade alguns articulistas como Clóvis Rossi, Eliane Cantanhede, Carlos Heitor Cony e Fernando Rodrigues. Mas eles têm preferências quanto aos temas e pontos de vista ou, dito de outro modo, quanto a um modo próprio de contar as histórias. Por exemplo, Eliane Cantanhede procura sempre explicar as candidaturas no que elas têm de confronto, as examina em contraposição umas as outras: seus dilemas, fraquezas, dúvidas. Seu resumo diário informa que a competição eleitoral é uma caixinha de surpresa e tudo pode mudar a qualquer momento. Esta idéia de que o rumo da eleição poderia mudar a qualquer momento permaneceria até as vésperas do primeiro turno.

Dia 11, na página A2, Fernando de Barros e Silva, editor da seção Brasil e que nesta edição substitui Otávio Frias Filho, analisa as possibilidades de cada candidatura, em: ***Democracia marcada***. O caso da aposentadoria de Garotinho aparece na página A7 e o caso Ricardo Sérgio ocupa as páginas A8 e A9. De caso em caso as especulações sobre os escândalos eleitorais rendem muitas matérias, principalmente quando giram em torno do núcleo central de alguma candidatura, ou seja, candidatos, vices e assessores próximos.

Dia 12, na capa, o fim de uma candidatura: *Roseana diz a PFL que desistiu da campanha*. De um lado a desgraça de Roseana, do outro a boa sorte de Lula, em foto: *DIPLOMACIA / Ajudado pelo conselheiro internacional do PT,*

Luis Favre, Luiz Inácio Lula da Silva conversa com o premiê da França, Lionel Jospin (à esq.), que disse apóia-lo.

Mas o caso Lunus não é esquecido, bem como as agruras e impossibilidades do PFL, que dominam a cobertura do mês inteiro. No dia 13, por exemplo, o PFL, Roseana e a Lunus estão em todas as paginas, em praticamente todas as matérias, mesmo com assuntos diferentes.

A novela envolvendo Roseana e o PFL é reescrita todos os dias a partir do discurso das lideranças: tentativas de novas alianças, novos acertos com o governo e novos acordos políticos. Por mais paradoxal que possa parecer, as 'novidades' são sempre as mesmas, inclusive a possibilidade de aproximação com Ciro Gomes. O que permanece na narrativa jornalística são as impossibilidades desse partido na eleição em curso.

Dia 14, a edição segue os caminhos do PFL nesta eleição: ***Roseana desiste, e PFL negocia com Ciro***. Coligações, apoios, desistências, acordos, o que pode e o que tenta um dos maiores partidos do Brasil em dias de tempestade?

Aliás, impossibilidades é o tema preferido do articulista Fernando Rodrigues. No dia 15, Rodrigues disseca as impossibilidades de todas as candidaturas, fazendo crer que, no máximo, restariam Serra e Lula.

No dia 17 analisa a possível (ou impossível) aliança entre Ciro e PFL, tratando de um tema que estava também na capa.

A decisão do TSE sobre a obrigatoriedade de verticalização das alianças foi tema de intenso debate no meio político, refletindo na cobertura jornalística. No dia 19, o debate repercutiu no editorial ***REALIDADE VERTICAL***, de onde se avaliou quem ganharia e quem perderia com a medida. Serra foi apontado como o principal beneficiado. A Folha mostrou também a repercussão do debate no âmbito das candidaturas, ouvindo candidatos, líderes políticos. Organizando, assim, para o leitor, a posição dos partidos.

A esta altura da competição e com a medida do TSE, a candidatura Ciro ficou numa perigosa berlinda: consolida ou fenece? Do mesmo modo, todas as (possíveis) coligações são avaliadas, para o bem ou para o mal.

A idéia de coligação PT-PL também passou pelo crivo da Folha. Dia 20, capa e coluna de Fernando Rodrigues, que dá o veredicto: ***Eram 6, são 4 e podem virar 3***. A coluna de Rodrigues antecipou o conteúdo da edição e fez um esquadrinhamento de todas as possibilidades de Lula, Serra e Ciro.

Dia 22, novamente Fernando Rodrigues lança a discussão de um tema marcante em todo o primeiro turno: ***Hipótese improvável*** fala da renúncia da candidatura Serra, um problema que marcou diversos momentos desta candidatura e que foi um assunto diversas vezes abordado na cobertura da Folha, seja pela boca dos adversários, seja nas especulações dos analistas políticos (incluindo os jornalistas).

A renúncia foi somente uma das muitas dores-de-cabeça da candidatura Serra. A tentativa de distanciamento da face negativa da imagem do governo, rendeu ao candidato muitas cobranças durante toda a competição. O meio governista demonstrava preocupação com o distanciamento de Serra e cobrava posições, como dizia a manchete: *Malan cobra 'afinidades' de candidato governista*.

Podemos dizer que a coluna de Fernando Rodrigues deu o tom da cobertura da Folha no mês de abril: tratou das impossibilidades do PFL e das candidaturas, rebateu as especulações em torno da renúncia de Serra, comparou o candidato governista com FHC, inquirindo e sugerindo uma estratégia em ***"O que falta a Serra"***.

Diante dos impasses de Serra a Folha abriu a página de Tendências/Debates para o cacique carioca César Maia, em *O dilema do prisioneiro*. No artigo o pefelista profetiza a derrota de Serra, mas diz que a aliança com o governista é uma estratégia necessária e deve ser feita em nome da governabilidade.

Tendências/Debates, na página A3, confere uma marca pluralista à Folha, pois é por meio desta que o jornal abre suas páginas para todas as tendências políticas e os mais diversos matizes sociais: empresários, sindicalistas, economistas, professores, políticos e muitos outros vão falar em favor dessa ou daquela candidatura, dessa ou daquela proposta.

Dia 25. Eliane Cantanhede parece reagir diante da 'premonição' de César Maia e, em meio a explicações sobre as incongruências das alianças que eram cogitadas, lança um foco de luz sobre a estabilização da candidatura Serra. O texto traz um misto de reflexão e alívio: Serra está emplacando!

Dia 26: foto na capa mostra Benedita-Cinderela no Palácio Laranjeiras, numa tomada idêntica a de O Globo.

Pela primeira vez Clóvis Rossi fala da eleição em ***Casuísmo suspeito***. O articulista parece despertar para a competição eleitoral e critica severamente a decisão do TSE que proibiu Ciro de aparecer na propaganda partidária gratuita do PTB e do PDT, apesar de já existir uma coligação entre o PPS de Ciro e esses partidos. Para Rossi, que durante todo o período da campanha vai se permitir pequenas espetadelas em Serra, a medida se destinava a beneficiar o candidato governista.

Já Eliane Cantanhede se manteve crédula em tempo integral. Brincou com a cacofonia em ***Serra irrita*** (Serra e Rita), mas sinalizou claramente que a candidatura ia bem, apesar dos boatos sobre a personalidade pouco simpática de Serra e ainda que não tivesse a repercussão que teve as candidaturas de FHC.

Um relatório do governo com dados incorretos sobre realizações na área social renderam algumas edições. A Folha não aliviou a barra governista, mostrando que, em muitos casos, metas foram divulgadas como realizações.

Na edição do dia 27, Clóvis Rossi espetou a candidatura petista em *Lula e Duda, Duda e Lula*, comentando o quanto era esquisito ver *'Lula by Duda'*. O

sonho poderia acabar quando a campanha virasse realidade, sem preconceitos, disse o autor.

No dia 28, a capa põe veneno na candidatura do PPS, em *Ciro teve projeção no CE e recriou oligarquia*. É o raio-x da candidatura conforme mostrou as páginas A12, A13 e A14. Clóvis Rossi, em ***Imagem, dentro e fora*** expõe a imagem de José Serra, segundo ele a partir de avaliação feita por "outra pessoa": Serra é antipático, desleal e até truculento. Rossi relembra o caso Lunus e a suspeita de que o candidato governista esteve por detrás da incursão surpresa promovida pela Polícia Federal no escritório da empresa de Roseana Sarney.

O impasse da candidatura Serra está nas páginas A7 e A11: *Em segundo lugar nas pesquisas, tucano entra em atrito com publicitário e sofre pressões de PSDB, PMDB e PFL /* ***Candidatura Serra vive impasse político*****.**

O raio-x de Ciro Gomes traz as seguintes manchetes: página A12, *Bolsões de pobreza e a concentração de renda persistem no estado nordestino /* ***Ceara eleva renda e melhora índices acima da media do NE***. Manchetes secundárias: *Saúde foi prioridade / CPI investigou cooperativas*. Na página A13, *Gestão de quatro meses foi marcada por confrontos verbais com empresários /* ***À frente da Fazenda, ex-tucano promoveu "abertura radical"***. Manchete secundária: *Ciro expõe de forma clara pensamento volúvel*. Na página A14: *Dupla moderniza gestão do Estado, mas incorpora vícios de antigos adversários /* ***Recriação do poder oligárquico marca projeto político Tasso-Ciro***.

Neste raio-x novamente a Folha expõe a candidatura pondo em relevo especialmente os aspectos negativos de Ciro e de seu principal aliado, Tasso Jereissati.

Dia 30, um "meteoro" vindo da arena econômica se chocou contra a corrida eleitoral e provocou reações em todos os cantos da arena política e da narrativa jornalística. Com isto, na manchete principal da capa: *Merryl Lynch e Morgan Stanley recomendam a seus investidores menos negócios com títulos brasileiros /* ***Bancos dos EUA vêem risco maior com subida de Lula***.

Os petistas tomaram a avaliação como uma represália a seu candidato, afirmando que as instituições teriam 'outro candidato'. Este modo de avaliação retornou em diversos momentos da campanha e, em todos eles, a Folha reagiu com exacerbado nacionalismo, aconselhando as instituições a darem palpite nos EUA, ou com extrema frieza, dizendo que era coisa do mercado, especulação eleitoral.

A avaliação das agências de risco fez com que a Folha criasse um novo título de referência para as páginas sobre a eleição: *MERCADO DA SUCESSAO*. Vejamos a manchete principal da página A6, nesta edição: *Para o ministro, partido tem dado "passos" na direção certa, mas ainda tem de rever posições /* ***PT precisa mostrar se mudou, diz Malan***.

Em resumo, no mês de abril, o que predominou foram as suposições e expectativas em torno das alianças e da consolidação das candidaturas de Serra e Ciro. As principais lideranças partidárias foram ouvidas e suas palavras minuciosamente analisadas pelos especialistas. A luta entre os partidos, para a indicação dos cabeça-de-chapa, ficou evidente nas páginas da Folha. O escândalo Lunus recebeu destaque diário, principalmente a expectativa em torno da renúncia de Roseana e da nova posição do PFL no cenário eleitoral. O governo FHC sofreu críticas abertas e veladas, maximizadas quando lançou o relatório que continha dados incorretos.

A candidatura Lula teve pouquíssima cobertura, apesar de disparada na frente. Será que isto foi reflexo das eleições anteriores em que Lula também saiu na frente e acabou sendo derrotado? Um aspecto chamou a atenção: depois que as agências de risco rebaixaram o Brasil em função da dianteira de Lula na competição, pareceu-me que alguns articulistas, como Clóvis Rossi e Jânio de Freitas, tornaram-se mais críticos à candidatura Serra ou, de certo modo, menos intolerantes a Lula. Até mesmo os editoriais cederam espaços mais positivos a Lula, após o episódio da interferência das agências de risco americanas na sucessão presidencial brasileira.

O adversarismo político na fase de pré-campanha foi bastante forte. Os grupos se engalfinharam, para ver quem ficava com a melhor fatia do bolo, isto é, candidato e vice. O PSDB passou por momentos de aflição até a definição final da candidatura Serra. Tasso Jereissati e Paulo Renato de Souza foram os caciques mais atingidos, o que os teria afastado em definitivo da campanha serrista. A briga entre PFL e José Serra também renderia frutos desfavoráveis, como a própria performance do governo que perdeu apoio em decisões importantes. Com a grande aliança esfacelada, PSDB e PFL saíram em busca de novos arranjos políticos que lhes garantissem alguma fatia do bolo nacional. A novela dos vices ainda iria render muitas reportagens entre abril e final de junho.

As candidaturas de Serra e de Garotinho amargaram a peregrinação em busca do vice, onde, um após outro, os nomes escolhidos caiam por terra: muitas denúncias de corrupção, surgidas no âmbito do próprio grupo político dos candidatos ou partindo dos desafetos. Em abril Serra tentou emplacar o bem-cotado governador de Pernambuco, Jarbas Vasconcelos, que visivelmente foi pressionado por seu grupo político a desistir de tal parceria.

Com a candidatura Roseana na berlinda, inicia-se uma reviravolta no interior do PFL em busca de um substituto. Já que havia suspeitas da participação ou conivência, por parte dos adeptos da candidatura Serra, no caso Lunus, o PSDB foi descartado dos planos de Jorge Bornhausen e outros caciques pefelistas. Se Lula é um improvável aliado e Serra um inimigo declarado, as lideranças do PFL saíram em busca de um substituto. Ciro foi o nome mais cotado, mas o grupo político majoritário que o apoiava descartou peremptoriamente qualquer aproximação com o grupo de Bornhausen. Roseana, ferida mortalmente, também saiu em busca de um portador para uma futura vingança. A primeira aproximação foi com Ciro, mas as conversas não evoluíram.

Maio: quem vai casar com o governista indeciso?

Dia 1º. Os trabalhadores festejam. Na capa, uma chamada para a coluna de Jânio de Freitas: ***Para o bem de todos, Lula não é o único risco para os bancos***. A referência é a avaliação feita pela agência Merryl Lynch, para a economia brasileira. No lead: *'O ataque feito à candidatura de Lula por especialistas em ciranda financeira ou é preparação de negocio especulativo ou resulta de grotesca desinformação sobre o cenário da disputa sucessória no Brasil Também com Serra, Garotinho e Ciro, as chances de felicidade da política americana e da finança internacional, se existem, são muito poucas. Para o bem de todos e felicidade geral da nação*.

Clóvis Rossi, em ***Bom para o PT***, reflete sobre a reação dos brasileiros, segundo ele, a partir da reação que teve a sua mulher, diante da análise feita pelas instituições financeiras internacionais, que indicaram os "riscos" da candidatura de Lula. O articulista compara com a *"idiotice proferida por Mario Amato"* em 89, quando o banqueiro disse que 800 mil empresários deixariam o país com a vitória de Lula.

Na página A8, *Presidente do PFL descarta apoio a serra e afirma que vitória petista causara 'problemas sérios' /* ***Lula afastara investimento, diz Bornhausen***. Em manchete secundária, *Alckmin insinua que pais pode virar Argentina*.

Na página seguinte o adversarismo político está presente na narrativa jornalística. Na manchete principal o PT responde aos políticos oposicionistas e aos bancos estrangeiros: *"Nada vai me fazer perder as estribeiras", diz petista /* ***Lula pede 'serenidade' ao PT na reação a bancos dos EUA***. Além da foto de Lula a página traz, nas manchetes secundárias: *Especialistas criticam projeto de energia do PT / Petista ironiza declaração de Lafer a "El Pais" / PDT e PTB insinuam que PPS pode abandonar candidatura de Ciro / PTB e PPS devem manter aliança em SP / Falta a Serra um 'Plano Real' para crescer, afirma analista dos EUA.*

Uma questão interessante no formato da Folha são os diversos cabeçalhos ou títulos de referências que vão sendo criados, de acordo com os acontecimentos eleitorais. Por exemplo, o já mencionado *MERCADO DA SUCESSAO* é usado normalmente quando as reportagens giram em torno de ataques e disputas mais acirradas entre as candidaturas no que se refere aos temas da agenda econômica, as especulações do 'mercado'. É como se fosse uma analogia acerca da dependência política em face da agenda econômica.

É bom lembrar que o título de referência ou cabeçalho vem no topo da página, sobre ou a direita da manchete principal.

Um outro cabeçalho também incorporado ao formato é *CRISE NA SUCESSAO,* usado prioritariamente para matérias cujo conteúdo tem como referência as turbulências da candidatura Serra

Dia 3, capa, manchete principal: *Incerteza causada pelo ano eleitoral e piora em indicadores econômicos do Brasil provocam temor em investidores* / ***Pessimismo faz bolsa cair e dólar subir.***

Dia 4, capa, manchete secundária: *4 bancos mantêm sua avaliação sobre o Brasil*. O 'mantêm' da frase (grifo meu) parece sugerir que há bancos que continuam avaliando positivamente o Brasil, independentemente da posição negativa apresentada pelas agências de avaliação de risco. Tanto Clóvis Rossi quanto Fernando Rodrigues continuam criticando severamente o terrorismo eleitoral que, para eles, é somente o mercado, que nada tem a ver com a democracia, preocupando-se com o capital. Para resolver a questão, aconselham a Lula e ao PT apresentarem provas de que mudaram.

A tomada de posição da Folha aparece mais abertamente no editorial: ***Lula e os fundamentos***, no dia 5. Para a Folha a incerteza econômica pode não estar relacionada a Lula, mas ao modelo econômico inadequado que tem sido praticado e que aprisionará também o próximo presidente. Igualmente a Folha acredita que ainda não apareceu o anti-Lula.

Clóvis Rossi também dispara um torpedo, em ***O verdadeiro risco Brasil***, afirmando que o problema é anterior às possibilidades eleitorais de Lula ou de qualquer outro.

Ainda nesta edição, capa, direita, alto: *Tucanos falam em propina na privatização / PSDB vê campanha infamante*. O adversarismo desperto no interior do PSDB com a indicação de Serra para concorrer à Presidência fez com que a candidatura governista sofresse ataques inesperados durante toda a competição. Esta manchete trata do escândalo que foi rotulado pela imprensa como "propinoduto" ou caso Ricardo Sergio. Apesar de bombástico, o caso não teve vida longa tornando-se apenas mais um dos motivadores das suposições em torno da renúncia de Serra. A Folha criou títulos de referências especiais para o tema: ***CRISE NA SUCESSÃO***; ***SOMBRA NO TUCANATO***; ***PROPINODUTO***.

As suspeitas em torno de Ricardo Sérgio respingaram em Serra com as insinuações sobre a existência de um caixa-dois na eleição de 1994 e sobre o próprio tucanato, de onde teriam saído as denúncias.

As páginas A4, A6 e A7 trazem o caso: *SOMBRA NO TUCANATO Ricardo Sergio nega ter pedido comissão na venda da Vale /* ***Tucanos afirmam que FHC sabia de suspeita de propina***.

Quando explode o escândalo, por um pequeno período ele vai ocupar todos os lugares narrativos da Folha, como a freqüente exposição na capa. Clóvis Rossi, Fernando Rodrigues e Cony analisam os diversos aspectos do escândalo envolvendo Serra e o propinoduto. Contudo, foi Vinicius Torres Freire (interino de Clóvis Rossi) quem deu a melhor definição política para o problema com o artigo ***Serra na barca do inferno***.

No editorial a Folha se manifesta e avalia os respingos sobre a candidatura Serra: ***A crise e o candidato*****.** Quando FHC vem a público dizer que as notícias são requentadas, Clóvis Rossi reage com veemência: ***Requentado, mas vivo***. Fernando Rodrigues, por sua vez, analisa os meandros do

acontecimento e mostra uma desproporção entre o caso das propinas e do caixa-dois de Serra em comparação ao caso Lunus. Para ele, o segundo é comparativamente menor do que os primeiros, o que por si só poderia motivar a renúncia de Serra.

A questão é que o caso do propinoduto reacendeu a polêmica em torno da renúncia de Serra, um pedido constante do PFL. As manchetes de capa do dia 6 trazem a palavra dos adversários de Serra: *Jereissati diz que alugou avião para serra / FHC espera que Paulo Renato peça demissão.*

Enquanto a candidatura Serra balançava sob o peso do 'propinoduto', Lula e o PT começavam a percorrer as salas do poder, como mostra a página A6: ***Na fiesp, PT promete equilíbrio***. Na página A3 a coluna Tendências/Debates é aberta para a opinião do empresário Oded Grajew, partidário da candidatura Lula. No artigo *O candidato dos empresários,* Grajew analisa as especulações contrárias a Lula, relembra a célebre frase de Mario Amato e conclui que, em 1989, Lula não foi eleito, mas milhares de brasileiros deixaram o país em busca de melhores condições de vida.

Dia 10: Enquanto FHC procura colher os benefícios dos dados positivos divulgados pelo Censo 2000, a Folha faz sarcasmo e critica o pouco desenvolvimento do País e os pontos negativos do relatório. A repercussão está no editorial e na fala dos articulistas. O programa do PT exibido na noite do dia 8 teve pouca repercussão, recebendo pequena matéria no interior do caderno, com foto da tela da TV: *Programa opta por linha emocional para falar de pré-candidato /* ***Na TV, Lula chora e ignora propina e crítica de banco***.

A crítica velada da Folha está relacionada à predominância destes assuntos na cobertura jornalística. De certa forma, o programa do PT pré-anunciava a fórmula "Lulinha paz e amor".

Dia 12: a coluna de Valdo Cruz afirma que Serra não emplacou. O tema tomou todo o noticiário, incluindo um alerta de José Dirceu na página A8: *RUMO ÀS ELEIÇOES /Jose Dirceu afirma que eleitorado de apoio ao governo é*

“forte” e pede pacto de não-agressão da oposição / ***Governo deve levar Serra ao 2. turno, diz PT***. No dia seguinte, a Folha abre para a palavra de Eugenio Staub, dono da empresa Gradiente e novo partidário da candidatura Lula.

Quanta abertura para o discurso oposicionista!

No dia 15, a pesquisa eleitoral registra nova queda de Serra permitindo que a Folha pusesse em destaque a liderança absoluta da candidatura petista, estampada na capa, em manchete principal com infográfico: *Petista sobe 11 pontos percentuais; Serra (PSDB) cai 5 e está tecnicamente empatado com Garotinho (PSB) e Ciro (PPS)* / ***Lula vai a 43%; 3 disputam 2º. lugar***.

No editorial, atribui-se este resultado e a confortável situação de Lula à conjuntura nacional: ***O governo em questão***. O resultado dá pesquisa recai desfavoravelmente sobre a cobertura que o candidato Serra passa a ter: os percalços, as atribulações, as desistências e quebras de alianças. Serra é assunto da pior espécie.

Além do que já se evidenciava a partir das questões internas da candidatura Serra, a Folha vai buscar no seu principal adversário contrapontos que ajudem o leitor a entender os acontecimentos da campanha. No dia 19, repercussão na capa: *PT monta estrutura inédita e ‘blinda’ Lula*. A reportagem ocupa toda a página A13 com detalhamento sobre as equipes, os gastos e a estrutura de campanha de Lula.

O termo blindar vai aparecer posteriormente na época do caso Celso Daniel. Em o Globo, por exemplo, no final de outubro a articulista Tereza Cruvinel faz menção a uma possível ajuda do empresariado na blindagem de Lula, na reta final da campanha.

Na página A5, Jânio de Freitas lança um certo ultimato ao PSDB: *“O assunto é José Serra. Só pode ser Serra. As conversas, há mais de uma semana, parecem todas começar e terminar em Serra. A questão sempre presente... é a da permanência ou substituição...*”.

Dia 21, na página Tendências/Debates, Maria Vitória Benevides analisa e defende a candidatura Lula e a intervenção do marketing eleitoral.

Dia 22, página A8: *RUMO ÀS ELEICOES / Presidente da CUT concorda que deve haver mudança no modelo / **A empresários, Lula defende revisão de encargos sociais***.

Um ponto importante a ser destacado é sobre o debate que se promoveu durante a campanha, em torno das possíveis mudanças do PT, propiciando que, em diversos momentos, se fizessem reportagem sobre as idéias do partido, seja a partir da palavra de Lula seja com as principais lideranças que davam sustentação para a candidatura. Isto rendeu positivamente para a candidatura mesmo quando as reportagens vinham amparada por alguma palavra inimiga, já que, de qualquer modo podia informar como seria um eventual governo petista.

Dia 23, capa, depois de tantas desistências e confusões, finalmente Rita Camata é confirmada vice na chapa de Serra. A reportagem vem com foto. No dia seguinte, artigos e reportagens surgem impregnados de avaliações sobre o impacto da escolha de Rita para a candidatura Serra e para as demais.

Dia 26, um feito interessante: o empresário Benjamim Steinbruch da Vale do Rio Doce, envolvido no escândalo do propinoduto, divulgou mensagem na capa, dentro de um box, afirmando que ninguém pediu nem pagou propina no caso Ricardo Sergio. O material não teve repercussão.

Dia 27: melhoram as relações entre o PT e empresariado nacional. A Folha dedica a página A6 inteira, com foto, para o tema, na série ENTREVISTA DA 2ª, que traz Gabriel Jorge Ferreira, presidente da Febraban: *Para presidente da Febraban, pré-candidato petista estava 'com cara de light' em evento da CNI / **Bancos acenam com apoio a Lula, se eleito***.

No dia 28 a mensagem de Benjamim Steinbruch repercute nas colunas de Valdo Cruz (substituto de Fernando Rodrigues) e Jânio de Freitas, em tom enigmático: porque somente agora ele se lembrou do ocorrido, isto é, de que ninguém pediu, ninguém pagou?

Dia 29, capa, em manchete principal: *Apesar da queda, resultado do IBGE é melhor que o esperado; economistas avaliam que cenário não é de recessão / **PIB***

***cai pelo 2º. trimestre consecutivo*.** A matéria traz um infográfico cuja legenda atesta: *Piora desempenho da economia*. Notamos que, há algumas edições, a Folha vem anunciando na capa o mau desempenho da economia e suas conseqüências sociais, como o desemprego.

A edição do dia 31 trouxe as alianças do PT, incluindo as conversas com Orestes Quércia do PMDB paulista. O editorial analisou e interpretou o modernismo do partido em, ***O PT PRAGMATICO*.**

Como balanço final de maio, podemos registrar uma boa dose de intolerância para com a candidatura governista e um certo assombro diante do novo PT, que ganhou com o nacionalismo despertado pelas críticas das agências internacionais de avaliação de risco econômico. Notamos também o total desaparecimento da candidatura Garotinho e a pouquíssima visibilidade concedida a Ciro Gomes. O candidato do PPS foi citado apenas por motivos pouco agradáveis: desistências e impossibilidades eleitorais.

Junho: uma carta(da) que pode ter mudado o rumo da história

As emoções da Copa do mundo preenchem todas as primeiras páginas em fotos grandes e coloridas, mas as manchetes principais aparecem marcadas pelas mudanças de humor do mercado, as oscilações no dólar, o risco Brasil e tudo que se relaciona à agenda econômica, num total de 14 manchetes.

Quando parecia que todos já haviam esquecido as avaliações das agências de risco que sugeriram aos clientes cautela nos investimentos brasileiros, eis que o mega especulador Soros dá o ar da graça e provoca as mais variadas reações:

Dia 8: *Mercado imporá Serra ou o caos, prevê Soros*. Clóvis Rossi, talvez tomado de surpresa, inicialmente comenta com cautela o discurso de Soros.

No dia 9, uma capa interessante com infográfico: ***EVOLUÇÃO DA INTENÇÃO DE VOTO PARA PRESIDENTE***. Notamos que na disposição das caricaturas, cada candidato segura uma bandeira com informações e uma seta verde, positiva, apontando para cima, ou uma vermelha, negativa, apontando para baixo, do seguinte modo:

↓ LULA CAIU

15 pontos entre os que ganham mais de R$2.000,00

↑SERRA SUBIU

8 pontos entre os eleitores do Nordeste

Garotinho e Ciro também tiveram seta pra baixo, vermelha, negativa. Na manchete as motivações para títulos tão disparatados: *Diferença entre petista e tucano tem queda de sete pontos percentuais; melhora a avaliação do governo FHC /* ***Serra se isola em 2º.; Lula tem 40%.***

Examinando os dados do gráfico constatamos que Lula tem 40%, Serra 21%, Garotinho 16% e Ciro 11%. Estranha mudança narrativa. Seria uma espécie de 'efeito Soros' (o mega especulador)?

Na página A7, a explicitação dos resultados da pesquisa, manchete principal: *Petista vai de 43% para 40% das intenções de voto, mas lidera com 19 pontos de vantagem; tucano sobe de 17% para 21% /* ***Diferença entre Lula e Serra cai 7 pontos.***

No editorial ***A POLÍTICA E A CRISE***, a Folha disseca a posição do mercado em relação a política e cita Soros, e sua avaliação de Lula e Serra. Quanto mais se analisa a posição do mercado em relação a Lula, mais Serra fica na posição desconfortável de candidato governista

A pesquisa Datafolha mostra o quanto a avaliação do Plano Real melhorou entre os brasileiros, ressaltando-se que a percepção da situação econômica tem grande influencia na definição do voto. Seria um alento à candidatura Serra?

Nesta edição as páginas A14 e A15 ficam inteiras para Garotinho e A16 e A17, inteiras para Ciro. Uma espécie de sinal aberto para candidaturas quase invisíveis, como se, finalmente, tivessem demonstrado a sua viabilidade.

O humor da cobertura da Folha parece ter sofrido alguma mudança após a divulgação dessas pesquisas.

No dia 10**,** capa negativa para Lula e para o PT. Fernando Rodrigues, em sua coluna, avalia a pesquisa num tom positivo pra Serra, lembrando que em julho de 94 FHC também tinha apenas 21% das intenções de voto.

Na página A10, *ENTREVISTA DA 2ª* traz novos elementos para o problema: *Para presidente da Câmara americana, 'nova versão' impressiona apenas 'leitor menos esclarecido' /* ***'Lula light' não convence, diz empresário***. Toda a página traz questionamentos acerca do novo PT.

Logo no dia seguinte, uma surpresa: o editorial revela por completo a mudança de humor: ***ELEITOR BEM-HUMORADO***. No Lead: *O Datafolha revelou estado de animo dos eleitores que não se coaduna com as noticias ruins da economia brasileira. Nesse terreno, as intenções de voto em José Serra e a popularidade de Fernando Henrique Cardoso subiram; a preferência por Luiz Inácio Lula da silva caiu...*

Os resultados da pesquisa impulsionaram o início de uma nova etapa na polarização Lula-Serra fazendo com que a crise do mercado entrasse em definitivo na pauta da Folha. Instabilidade e nervosismo foram transformados em palavras de ordem.

Dia 13: Eliane Cantanhede dá a dica: ***O CANDIDATO DA DIREITA***. Lead: *Um é o candidato do governo, os outros três são de oposição, e todos eles se apresentam como legítimos representantes da esquerda. E a direita, onde fica nessa? /Simples. A direita está em toda parte, acomoda-se nos desvãos das campanhas e esta pronta para descer à sala de estar no futuro governo. O PPB e a direita do PMDB estão com Serra; o PTB fechou com Ciro, o PL negocia com Lula, as igrejas tendem para Garotinho e o PFL está entre Ciro e Serra...*

A leitura de Cantanhede é muito interessante, pois confere homogeneidade a política e aos políticos, retira o conflito e as diferenças, coloca Serra e Lula no mesmo quadrante programático.

No dia 15, as convenções do PSDB e do PMDB dominam a cobertura. Capa, articulistas, opinião, diversas páginas inteiras com manchete principal e foto das lideranças de ambos os partidos. Por exemplo, em A5 e A6, respectivamente, com fotos de Serra: Na página A5, ***CONVENCAO PSDB / Colado a FHC, Serra se torna hoje o candidato do governo*** */ convenção tucana oficializa nome do senador à Presidência no momento em que o paÍs enfrenta crise na economia*. Na página A6, ***Tucano descarta calote e diz que soros foi inconveniente*** */ Serra se diz candidato 'do governo e da mudança', aponta contradições no PT e chama Ciro de 'mentiroso'*.

Para Fernando Rodrigues, a Chapa José Serra-Rita Camata "*... é um momento histórico na política brasileira...*". Ele não explica os motivos desta conclusão e nem o que há de histórico nessa aliança.

No dia 16, capa, manchete secundária: *PMDB faz convenção tumultuada e aprova coligação com Serra*. A convenção do PSDB, tão esperada, perde importância e vai para a página A10, enquanto o PMDB fica com A11 e a manchete desnuda os termos da aliança: ***PMDB aprova apoio a Serra sob tumulto***. A foto mostra uma convenção tumultuada e a reportagem esclarece sobre os problemas da aliança, tais como uma guerra de liminares para impedi-la e até vaia para Rita Camata.

Nesta edição, página A4, manchete secundária: ***PT*** *quer Alencar como seu 'avalista'*, com foto exemplar em que o senador José de Alencar (PL) pode ser visto ao lado da sombra de Lula (PT). No lead: *A turbulência no mercado financeiro e a falta de confiança de investidores na plataforma do PT aumentaram o sentimento de urgência no partido em colocar o senador José Alencar (PL/MG) como vice na chapa de Luiz Inácio Lula da Silva... Empresário milionário do setor têxtil, dono de 11 fabricas, ex-presidente da Federação das Industrias de Minas Gerais e ex-vice-presidente da Confederação Nacional da Industria, Alencar, 71, já*

tem papel definido na campanha: o de 'avalista' de Lula junto a investidores e empresários.

O termo 'avalista' é uma chave para a compreensão do momento eleitoral, não somente da aliança, mas das mudanças que vinham ocorrendo na avaliação do empresariado com a candidatura Lula. E porque não dizer, explica as oscilações no 'humor' da própria cobertura jornalística.

Na página A12, uma distante lembrança da terceira candidatura: *RUMO ÀS ELEICOES / Vice aposta em industria de ovos, frangos e leite para gerar emprego /* ***Paulinho diz desconhecer o programa de Ciro Gomes***.

No dia 17, as colunas de Vinícius Torres Freire, interino de Clóvis Rossi, e de Fernando Rodrigues destrincham quem é Lula e quem é Serra, comparando com 98, quando a campanha FHC dizia que Lula era sinal de instabilidade etc. A interpretação que fazem é favorável a Lula, mostrando que a política atual, ou seja, FHC e Serra, deixou o Brasil vulnerável, como atesta a instabilidade do mercado.

Dia 18: Tendências/Debates publica o artigo *Carta a um ex-aluno*. Trata-se de um empresário que há 30 anos havia sido professor de Lula, dizendo que na época não concordava com Lula, mas agora o considerava aberto ao diálogo. O empresário dá conselhos e diz que considera Lula um '*líder brasileiro moderno'*. A adesão do empresariado a Lula vai crescendo à medida que a competição vai se desenrolando, mas nem tudo são flores no caminho da candidatura petista, que também se vê envolvida em um dos maiores escândalos dessa eleição.

O caso Celso Daniel, prefeito da cidade de Santo André, SP, assassinado em 2001, teve grande repercussão na Folha, superando os escândalos Lunus e Ricardo Sérgio. Entrou e saiu da pauta em diversos momentos, ocupando a capa e outros lugares narrativos importantes. A partir de 21 de junho ganhou o título de referência *PT SOB SUSPEITA*, que seria

trocado por *PF SOB SUSPEITA* quando o PT conseguiu virar o jogo discursivo e lançar dúvidas sobre a Polícia Federal e até sobre a candidatura Serra.

A Folha, como O Globo, se manteve cautelosa: não acusou nem deixou de dar amplo espaço ao tema em sua cobertura diária, franqueando a palavra aos acusadores, mas também dando voz constante aos aliados da candidatura Lula, para a legítima defesa.

Os empresários que supostamente teriam pagado propina também foram ouvidos, seja através da reprodução dos depoimentos que prestaram, seja em entrevistas à Folha.

Somente Lula não falou. Mais para o final do caso, este fenômeno ficou conhecido como ‘operação blindagem de Lula’, um esquema que teria sido organizado pelo partido para proteger o candidato de quaisquer respingos negativos. A Folha já havia antecipado a operação blindagem na edição de 05/maio, conforme anteriormente analisado.

Pergunta: se todos os jornais falaram tanto sobre o caso, como a tal blindagem poderia ter contido a tradicional fome jornalística por novidades, fofocas, boatos, enfim, por matérias sensacionalistas, tão comuns em épocas eleitorais, como ocorreu inclusive com Roseana Sarney? Será que as experiências anteriores, por exemplo o caso Collor-Lula-Míriam em 89 ou o caso Abílio Diniz em 94, amedrontaram a imprensa no que diz respeito a acusações-relâmpago contra os petistas? Ou será que a adesão do empresariado à candidatura oposicionista auxiliou na ‘blindagem’ de Lula?

Dia 23, capa, manchete principal: *Pré-candidato sugere negociação com governo, mas ataca política econômica e uso eleitoral do nervosismo do mercado / **Lula propõe dialogo para conter crise***.

Esta manchete faz referência ao documento intitulado ‘Carta ao Povo Brasileiro’, que foi lido por Lula durante evento realizado pelo PT no dia 22/junho, evento este que não teve repercussão imediata. Nessa data, apareceu no meio de uma matéria da página A10, sob manchete que falava de uma

proposta petista de entravar um diálogo mais estreito com FHC. Este documento, contudo, na avaliação da presente pesquisa, veio a se configurar como um dos marcos na mudança qualitativa da relação da imprensa e do empresariado para com a candidatura Lula.

No dia 24**,** capa, manchete principal: *Presidente pode falar com Lula sobre crise, mas não vai tomar a iniciativa; PSDB teme que proposta seja retórica eleitoral /* ***FHC espera pedido do PT para dialogar***. Nas manchetes secundárias, *Garotinho e Ciro atacam atitude de Lula na crise / PL aprova apoio ao PT e indica Alencar vice.*

A convenção do PL repercutiu na página A6, com foto do abraço Lula-Alencar: *Em convenção nacional, partido confirma aliança com PT, mas mantém chance de alterar coligação /* ***PL oficializa Alencar para chapa com Lula***.

Entre os demais candidatos o teor da Carta ao Povo Brasileiro foi recebido negativamente, gerando desconfianças na base do PSDB e críticas de Ciro e Garotinho: *Adversários criticam proposta do* (sic. PT) *para manter pilares da economia atual durante fase de transição /* ***Garotinho e Ciro atacam "carta" de Lula***

A proposta de diálogo contida na Carta, contudo, vai ser realizada por FHC quando do acordo com o FMI, quando convida todos os presidenciáveis para conversas no Palácio do Planalto. Todos compareceram, inclusive os críticos de primeira hora.

No dia 25, o editorial e a coluna de Eliane Cantanhede comentam positivamente a 'Carta ao Povo Brasileiro'. Em ambos os lugares narrativos a interpretação é igual: o PT está conquistando o mercado e Lula já está na semifinal! A boa repercussão segue nas páginas A4 e A5. Economistas avaliam positivamente os principais pontos da Carta e FHC elogia a iniciativa.

Neste período o caso Santo André ganha um novo componente: descobriu-se que a Polícia Federal havia mandado grampear alguns petistas ilustres, como o próprio Lula. As ações da Polícia Federal são questionadas

por políticos e juristas. A Folha diz que apurou os fatos e que foram ações ilegais.

Há uma mudança comportamental clara, pois se antes a Folha se mantinha no campo da neutralidade, neste momento se apresenta em sua capacidade investigativa e bate o martelo: a Polícia Federal agiu ilegalmente! Nesta edição o Caso Santo André apareceu na capa e ocupou as páginas A4, A5, A6 e A7. No mesmo caminho 'defensoria pública', a coluna de Carlos Heitor Cony relembra os leitores de um caso antigo mas emblemático: a derrota de Benedita da Silva em 1992 e o caso dos arrastões. Cony compara o caso de 92 e a violência carioca em 2002: no primeiro, um misterioso arrastão surgiu do nada num domingo de sol, fez explodir a violência e a discriminação racial e social, enterrando a candidatura petista à prefeitura do Rio de Janeiro. Já em 2002, a violência vinda não se sabe de onde, explodiu nas ruas da Cidade Maravilhosa e bandidos dispararam mais de 300 tiros contra a sede da prefeitura. O alvo dos bandidos e da matéria em si era César Maia, o mesmo adversário dos petistas no caso de 1992. É bom lembrar que Cony pouco se manifestava em relação ao processo eleitoral, seja em nível nacional ou local.

O caso do grampo em Santo André respingaria também sobre a campanha de José Serra, pois é imediata a comparação entre o grampo sobre Lula e o caso Roseana. A Folha lança o título de referência *PF SOB SUSPEITA*. Jânio de Freitas, Clóvis Rossi e Eliane Cantanhede, todos os articulistas da Folha criticam o que consideram abuso de poder em artigos dominados pela indignação: ***Abuso policial*** / ***Terrorismo face 2*** / ***Às favas as instituições*** / ***À margem da lei***.

As páginas de política ficaram 'cheias' de notícias policiais. Por um momento a competição política ficou encoberta por essas notícias, retornando no dia 29, páginas A6 e A7, que anunciam a convenção do PT. A capa e a página A5 foram dedicadas a destrinchar os resultados da reunião do diretório

nacional do PT. Nesse dia, o caso Santo André mudou de lugar narrativo, deixando de ocupar as primeiras páginas.

No dia 30, há novos respingos sobre a candidatura Serra e Jânio de Freitas faz alusão ao fato de que a equipe do ex-ministro da saúde era integrada por um delegado da PF.

A convenção do PT não tem destaque, como ocorreu em O Globo que distribuiu purpurinas sobre o acontecimento. Na Folha, a convenção veio meio escondida, nas páginas A12 e A13. A cobertura do caso Santo André encolheu ainda mais.

Julho: a corrida é com obstáculos e quem tropeçar menos vence

É 1º de julho e o Brasil venceu a Copa. Na capa, fotos coloridas para Cafu, erguendo a taça, e para Ronaldo, o herói artilheiro. Esta edição é dos pentacampeões. A vitória da seleção trouxe alegria para todos, melhorando o humor do Brasil e dos brasileiros.

A cobertura do caso Santo André, da PF sob suspeita e do PT sob suspeita, tornou-se mais polifônica: espaço para o ministro Miguel Reale Jr., para quem o PT quer se fazer de vítima, espaço para lideranças do PT. Espaço para a defesa e para a acusação. O PSDB e Serra não aparecem fazendo comentários.

No dia 5, eis a cobertura da Folha se lembra do já quase esquecido Ciro Gomes. Nada de importante, página A8, quase no rodapé. No geral, tudo parece requentado. A impressão é de que o país parou, a campanha parou e talvez os candidatos tenham recuado em sua aguerrida ofensiva depois que o caso Santo André surgiu na cena eleitoral.

No dia 6, podemos começar a entender os motivos da reentrada de Ciro na cobertura da Folha. Capa, *Mercado ignora reação de U$$ 100mi ante rumor*

*sobre pesquisas eleitorais / **Ação do BC não impede que dólar suba 0,88%***. No lead, a explicação: *...há rumores de que Ciro Gomes teria passado José Serra*.

A coluna de Fernando Rodrigues dá a dica em *Sobe Ciro; desce Serra* e diz que o mercado se agita diante da possível ascensão do polêmico competidor.

Página A4, manchete secundária, com infográfico: *Ciro e Serra empatam no Vox Populi*. O lead explica a posição dos competidores: *José Serra (PSDB) caiu quatro pontos, e Ciro Gomes (PPS) oscilou positivamente. A combinação desses movimentos os deixa em situação de empate técnico (...)*. Importantes lideranças políticas são ouvidas pela Folha e na manchete secundária: *Tasso diz ter mais identidade política com Ciro*.

Na página A6, manchete principal: *Programa de governo de Luiz Inácio Lula da Silva promete manter superávit primário e metas de inflação / **PT defende mais controle sobre mercado.*** Outras manchetes: *Partido reduz meta na reforma agrária / Raio-x da previdência não exibe solução.*

Um comentário sobre essas matérias: a partir do mês de junho a Folha passou a oferecer mais matérias analíticas sobre os pontos do programa de governo da candidatura Lula num formato não comparativo ao programa dos demais candidatos.

Dia 7, capa com infográfico: ***EVOLUCAO DA INTENCAO DE VOTO PARA PRESIDENTE***. Na manchete principal: *Lula segue líder no Datafolha, com 38%; no 2º. Turno, petista empata tecnicamente com candidato do PPS e bate tucano / **Ciro sobe 7 pontos e encosta em Serra***.

Na capa há diversas chamadas para o caderno suplementar *Eleições 2002*, que começa a circular a partir desta edição: *Biografia dos candidatos; Em São Paulo, Lula prevê "jogo sujo" / Campanha de Serra começa pelo Piauí / Maracujina para o mercado, pede Ciro / Garotinho elogia adversários no Rio / Brasil está em fase de grande instabilidade, diz investidor*.

Os meandros da pesquisa são comentados no editorial, nas colunas da página A2 e também por Jânio de Freitas. Também nas páginas A7, A10, A12

e A13. Há dois temas importantes, conforme atestam as manchetes que seguem, além da subida de Ciro Gomes: *49% acreditam em propina em Santo André; Crise traz pessimismo de volta aos eleitores*. É a crise do mercado: dólar, risco-brasil, juros e outros temas relativos à esfera econômica.

E na capa do caderno ELEIÇÕES 2002: ***Os candidatos*** / ***PRESIDENTE***. O caderno traz uma cronologia da vida de Lula, Serra, Ciro e Garotinho, com fotos sugestivas de cada época. No rodapé, a dica: *Saiba o que faziam os principais candidatos à Presidência da republica em momentos-chave da historia recente do pais e confira como suas posições políticas foram – ou não – se alterando ao longo do tempo.*

No caderno Eleições 2002 a cobertura fica dividida entre os presidenciáveis:

A2 e A3: ***Pragmático, Lula se recicla como 'eterno negociador'***

A4 e A5: ***Serra revive velho dilema entre ser contra ou a favor***

A8 e A9: ***De trajetória errante, Ciro hoje aposta no trabalhismo***

A10 e A11: ***Conversão religiosa amplia voz do radialista Garotinho***

A manchete que introduz a trajetória de Lula é a única positiva e reflete o discurso que o candidato passaria a fazer quando a disputa se tornou mais acirrada já no primeiro turno. Pode-se dizer, inclusive, que essa manchete introduz a imagem do 'Lula negociador' na cobertura da Folha, imagem que, até aquele momento, tinha como principal atributo o termo conciliador. O primeiro termo sugere capacidade de formulação, enquanto o segundo apenas de intermediação.

A manchete para Serra expõe a pior das mazelas do candidato: ser ou não ser governo. Ciro é aprisionado dentro do estigma da inconstância pessoal que gera uma imagem de infantilidade política. A religiosidade de Garotinho é posta sob suspeita: teria sido motivada pela política?

É nesses termos que a Folha inaugurou o caderno Eleições 2002.

A cobertura segue sem novidades até o dia 10, quando o Ministro da Justiça, Miguel Reale Jr, pediu demissão. Ele foi desautorizado pelo presidente FHC no caso da intervenção no Espírito Santo, que havia sido negociada devido aos escândalos envolvendo corrupção política e policial. Lembramos que Reale era um dos mais fervorosos críticos do PT no caso Santo André.

A 'onda' favorável a Ciro permanece em alta. No dia 12, a manchete da página A4 informa: *Serristas enfrentam deserções até no diretório do Paraná* / ***Ciro tem o apoio da maioria dos "caciques" pefelistas***. Na manchete secundária: *Base do PFL prefere apoio a Ciro do que a Serra*. As matérias são ilustradas por fotos e pelo infográfico ***A DIVISAO DO PFL***, que aponta uma crescente tendência pró-Ciro nas bases do partido.

Não conseguimos entender o que havia de tão especial no diretório do Paraná, para que pudesse merecer o "até" da manchete.

Na página A5 instala-se o adversarismo político: *Candidato afirma ser desonesta acusação de que propõe 'calote'* / ***Ciro diz que Serra faz a ele o que Collor fez a Lula em 89.*** A imagem do candidato Serra ganha contornos nada agradáveis: desonesto, mentiroso, caluniador. O adversarismo político se dá em termos de desabafo, mas a cobertura da Folha o expõe em termos de xingamentos.

As entrevistas feitas com os candidatos durante o Jornal Nacional da TV Globo renderam boa cobertura. Lula foi o último entrevistado e sua participação foi bem avaliada no editorial, pelos articulistas e em reportagens.

No dia 14, página A4, uma surpresa para o leitor. A Folha criou um novo rótulo, em azul, sublinhado em laranja, que traz uma estrelinha vermelha no início do antetítulo.

Para um jornal que tanto elogiou sua neutralidade discursiva, inserir o símbolo do partido mais bem posicionado na competição na topografia da página foi, no mínimo, um lapso. Vejamos como ficou a formatação:

Eleições 2002 ✶ *Candidato do PPS deve dividir palanque com deputado tucano em minas gerais /* ***Reunião em Brasília selou acordo entre Ciro e Aécio***. Na foto, Ciro Gomes.

Títulos de referência foram dispostos no centro da página, entre as chamadas: ✶*'Tem que reforçar segurança para eu não subir'* ***CAMPANHA NA RUA*** ✶*'Para candidato, acordo com Collor é 'erro grave'* / ***Ciro diz sic. vai subir no palanque de Aécio***. A foto é de Ciro e Patrícia Pillar.

✶ *Em 1998, melhores resultados do petista foram no Sul e Sudeste* ***Datafolha*** ✶ *Hoje o presidenciável se sai melhor nos chamados "grotões" /* ***Norte e Nordeste puxam votação de Lula****,* sendo que esta última está acompanhada de **um** infográfico.

A reportagem especial traz os ***ESTILOS DE CAMPANHA***. sob foto dos candidatos, na ordem: *GENTE FINA Moderno e 'suave', Lula exibe em Goiânia terno bem-cortado e camisa arrojada* / CLASSICO Com camisa branca e engomada, Ciro, no seu escritório, faz o estilo maduro e serio ✶ Roupas traduzem 'jeito de corpo' de cada candidato / **Visuais revelam alma política dos candidatos.**

CONVENCIONAL / Garotinho, em São Luis, se veste à moda antiga, com gravata e prendedor / SEM ESTILO Com calca bege e camisa azul, uniforme do tucanato, Serra faz campanha no Rio

Muito interessante os títulos escolhidos para realçar o estilo de cada candidato: Lula é moderno, arrojado e suave. Ciro é serio, maduro, de estirpe. Garotinho é convencional, em outros termos, parado no tempo. Serra é sem estilo, ou seja, de pouca personalidade.

No dia 16 notamos que o caso Santo André voltou à capa, ainda que em manchete secundária. Na página A6, mais sobre o programa de governo do PT, sob o título *Eleições 2002*: ✶ *Porta-voz econômico de Lula quer renegociação dos contratos / PROGRAMA ✶ Idéia é promover o "expurgo" da flutuação cambial dos preços* / ***PT quer mudar calculo de tarifa elétrica.*** Logo a seguir, um quadro comparativo com a "carinha" dos presidenciáveis: *A OPINIÃO DOS CANDIDATOS / O que pretendem fazer com a política de preços controlados?*

Este tipo de quadro comparativo passou a fazer parte da narrativa da Folha e aumentou as chances de visibilidade de todos os candidatos.

Com a subida de Ciro, o adversarismo também cresceu e surgiram novas denúncias.

Dia 17, capa, manchete para o caderno eleições 2002: *Assessor de Ciro é citado em caixa-dois / Ciro e Serra já tem novas estratégias*. O editorial e os articulistas se envolvem na briga Ciro-Serra que disponibilizou acusações mútuas. Clóvis Rossi indaga e especula, em, *Ciro e Serra, sem Lula?* Acaba dizendo que prefere não fazer previsões. Fernando Rodrigues questiona, em *Afinal, o que há com Serra?*, porque o governista estaria empacado.

Na página A4, a repercussão das denúncias com o subtítulo de referência *INVESTIGACAO,* trazendo novo caso envolvendo Emerson Palmieri, da cúpula da campanha do candidato do PPS. Jânio de Freitas comenta a subida de Ciro em direção ao 2º lugar e as possíveis reações de Lula e Serra, os ameaçados.

O caso Santo André mantém-se como parte da rotina noticiosa: a cada dia uma nova reportagem, que já chega com cara de velha, pois traz os mesmos temas, depoimentos, acusações, defesas.

No dia 18, o editorial da Folha avalia a perenidade da ascensão de Ciro e de um possível 2º turno sem Lula. Eliane Cantanhede informa que FHC entrou na campanha. È uma informação bem interessante para a pesquisa, pois notamos que nas edições seguintes a Folha traria mais reportagens sobre as ações do governo, sobre FHC e seus colaboradores. O tom é bem mais amigável.

Dia 22, página A4 inteira para a ENTREVISTA DA 2ª: *'Temos de ter o direito da dúvida', afirma presidente do PT / **Após turnê nos EUA, Dirceu fala em 'trégua' com o FMI.*** Com direito a foto em frente ao touro de Wall Street, o braço-direito de Lula começa a aparecer com mais freqüência.

A edição do dia 24 traz os percentuais do IDH brasileiro, sob manchete secundária: *Melhora qualidade de vida no país, mas desigualdade cresce*. Na página A6, *Para combater desemprego, partido propõe redução da jornada de trabalho e ampliação de seguro-desemprego /* ***PT quer mudar carta para ter emprego***. A candidatura oposicionista tem bastante espaço para discutir os temas da agenda pública.

Dia 25, FHC diz que, caso Serra não vá ao segundo turno, poderá votar em Lula. Garotinho diz que está arrependido de ter renunciado ao governo do Estado. Não é por causa do desalento da sua própria campanha para a presidência, mas porque Benedita o decepcionara.

No dia 27 a coluna de Clóvis Rossi relembra o leitor da profecia feita pelo articulista: se o mercado temia um oposicionista no segundo turno, imaginem dois. O artigo avalia a subida de Ciro e a disparada do dólar. A página A4 é sintomática de um possível embate entre Lula e Ciro. *TRANSICAO NO ESCURO, Presidenciáveis se negam a endossar proposta de negociação do Fundo /* ***Lula e Ciro rejeitam assumir acordo antecipado com FMI***.

No dia 28, Clóvis Rossi bate em Ciro, o *'candidato que quer dar a entender que nunca erra*', com o artigo, *Pequenas mentiras inúteis*. Eliane Cantanhede denuncia: *Tasso, o FHC de Ciro*. Para a articulista este é um dos motivos pelo qual Serra não cresce.

A Folha pôs em destaque todos ataques entre três as candidaturas, por mínimos que fossem, do seguinte modo: Lula-Ciro, Serra-Ciro. Conforme anotado, ainda não tínhamos embates do tipo Serra-Lula.

Dia 31, nova pesquisa na manchete principal da capa: *Datafolha aponta a menor distancia entre o 1º. e o 2º. colocado à Presidência nesta eleição; Serra cai para 16% /* ***Ciro, 28%, se aproxima de Lula, 33%***. É bom lembrar que a Folha sempre apresenta um gráfico resumido da pesquisa eleitoral, na capa, disposto antes ou depois da manchete.

Na manchete secundária: *FHC tem menor nota e pior avaliação do ano*. No editorial *O PRECO DA CRISE*. A Folha sugere que a queda de Serra é fruto do

desempenho governista. A página A4 traz o encontro de Lula com empresários na Fiesp. A foto mostra a mesa vazia onde deveria estar Mario Amato, que não foi ao encontro.

Na página A8, uma reportagem sobre a repercussão de um jantar promovido por parte do empresariado, em SP, com o objetivo de manifestarem apoio a Serra: *Reunião sigilosa em SP reúne tucano e nata do empresariado, que manifesta insatisfação com rumos da campanha* / ***Em jantar, PIB apóia Serra e pede mudança***.

Por que tanto sigilo em torno desse jantar? Ou melhor, por que um jantar se o sigilo é tão necessário? Seriam as artimanhas da política?

Vale lembrar a edição do dia 29 trouxe uma matéria pequena informando sobre um certo texto que seria assinado por empresários paulistas em apoio a Lula. Esta mini-reportagem informava que não eram 'pesos-pesados'. E mais: a edição do dia 30 mostrou o encontro dos empresários e repetiu que não eram 'pesos-pesados': *Empresários lançam manifesto pró-petista, mas principais lideres do segmento seguem simpatizando com Serra* / ***Lula não obtém apoio de grandes do PIB***.

Agosto: visível ou invisível, eis a questão

Dia 1º: *Moeda bate novo recorde e fecha a R$3,47 apesar de intervenção agressiva do BC, que vendeu ao menos US$ 250mil* / ***Dólar sobe 23% no mês, 50% no ano***. Manchete secundária: *Oposição vê pais em graves dificuldades / Democracia suporta crise, diz FHC*. No editorial a Folha está ***À PROCURA DE UM ESTADISTA***. Nesta página a coluna de Otavio Frias Filho traz um resumo das possibilidades de cada candidatura diante do cenário de crise econômica, mostrando as mudanças de discurso e até onde cada um pode "guinar" sem perder a identidade ou assustar os setores da sociedade.

Na página A4, a cena política é invadida pelo mercado, em ***CAMPANHA***, ***Crise na economia eleva temperatura da sucessão***. Há dois subtítulos, postos lado a lado: ✶ *Economistas da oposição vêem deterioração acelerada do país /* ✶ *Serra associa Ciro à subida do dólar; Tasso condena 'terrorismo'*. O infográfico sobre *OS NUMEROS DA CRISE: A evolução do risco-país brasileiro*, traz a escalada do dólar, em Real. Na manchete secundária, *PT e PPS vêem situação gravíssima*.

Interessante. Repentinamente surge uma preocupação generalizada com a crise econômica, inclusive por parte dos candidatos da oposição. Será que a crise rende votos para todos?

Surge uma denúncia de ligação entre o coordenador de campanha de Ciro, Deputado Martinez do PTB, com PC Farias (quem não se lembra dele?). Mortos não falam, mas os adversários vivos, sim.

No dia 2 o caso Martinez-PC está na capa, ao lado da crise econômica.

Página A4, ***FHC não vê saída sem FMI; Lula e Ciro rejeitam acordo*** */ PT e PPS apóiam negociação, mas se negam a participar dela / Planalto admite que crise na economia atingiu "ponto critico"*. Na manchete secundária que traz foto do petista José Dirceu: *Para PT e PPS, ônus político é de FHC / Petistas discutem rumo a ser tomado*.

Na página A5, a Folha deixa de lado as fotos neutras e publica uma foto em que Serra aparece segurando um gigantesco nabo! Na manchete: *PROMESSA / Proposta de Serra sobre 8 milhões de empregos*.

A página A6 informa sobre a saída de Martinez da campanha de Ciro: foi mais um caiu com as escaramuças eleitorais.

Dia 3, a candidatura Ciro continua na mira dos adversários: *Força, de Paulinho, é suspeita de ato ilegal*. Clóvis Rossi, em *FMI X CIRO*, sugere que Ciro é o problema, pois o FMI já confia em Lula devido ao conteúdo da 'Carta ao Povo Brasileiro'. Eliane Cantanhede, por sua vez, analisa *O purgatório de Ciro* e faz um balanço das acusações contra os aliados da candidatura. Na página

A10 antigas e novas conversas entre Ciro e ACM são investigadas pela Folha e na página A11, o caso Paulinho e outras denúncias.

No dia 4, há uma pista para entendermos o purgatório de Ciro: com o infográfico *INDEFINICAO ELEITORAL*. a Folha informa que *34% dos eleitores com voto definido admitem mudar / **Vox populi dá Ciro em empate técnico com Lula** / Garotinho fica internado no Rio por mais 24h / Presidenciáveis fazem à noite 1º. debate na tv*.

No dia 5, as feridas da candidatura governista: *PROPAGANDA / Tucano não aparece nos outdoors dos candidatos a governador em 9 dos Estados com mais eleitores / **Aliados escondem apoio a Serra nos estados***. As fotos têm a seguinte legenda: *Outdoors dos candidatos tucanos Geraldo Alckmin, em São Paulo, e Beto Richa, no Paraná, sem a imagem de José Serra*. A página A6 revela o alcance das garras tucanas contra o inimigo: *Liberação de verba para concluir barragem está atrasada; Integração Nacional é responsável por repasse / **Apoio de Tasso a Ciro para obra no Ceará***.

No dia 7, capa: *Paulinho não fez desvio, diz Ministério*. Ciro não agrada, é o que mostra a foto em que aparece com a mão estendida em direção a um casal de jovens: *CONSTRANGIMENTO* / *Dizendo-se petista, o casal de camelôs Murilo de Aguiar e Daiane Brambile se recusa a apertar a mão de Ciro Gomes (PPS), que fazia caminhada em Campinas (SP), mesmo após o candidato ter insistido no cumprimento*.

Na página A4, o adversarismo em campo aberto: ***Ciro reage a ataque de Serra que revida e polariza disputa /** Tasso sobe o tom contra Serra e o acusa de fazer ‘ malandragem’ / Jarbas acirra duelo ao abrir palanque a Ciro em Pernambuco*. O duelo Serra *versus* Ciro segue nas fotos: “*As frases de um contra o outro e deslizes cometidos por eles*”.

Na página A6: *Trabalho afirma que não houve desvio de recursos da Forca Sindical, mas erro de processamento de dados / **Ministério isenta vice de Ciro de acusação.*** No entanto o caso permanecerá na pauta: *Suspeita não esta esgotada, diz Anadyr*.

Na página A10, o adversarismo no âmago da candidatura Serra: *"O problema de Serra entender ou deixar de entender não é meu, é dele", diz governador de Pernambuco / **Aliado de Serra, Jarbas abre palanque a Ciro***. Tem mais na página A11, sob a manchete: *Cearense acusa tucano de ter beneficiado adversário político na liberação de verbas / **Tasso diz que Serra promoveu 'malandragem' contra ele no CE.***

Dia 8, capa, manchete secundária: *FHC negociou com oposição apoio ao pacto*. E no lead: *O governo obteve dos dois principais presidenciáveis de oposição, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Ciro Gomes (PPS) a promessa de apoio ao novo acordo com o FMI...*

Nas páginas A4 e A5, a posição de Lula e Ciro sobre o acordo aparecem como sendo favoráveis, embora discordem do modelo. Na página A6, mais adversarismo na manchete principal: *Eles são 'fruto da mesma arvore', afirma candidato; petista ironiza gesto de Ciro de beija a mão de ACM / **Polarização Serra-Ciro é falsa, diz Lula***.

Na página A16, a ironia de um candidato sem referência: *Sem citar FHC, tucano critica lento crescimento da economia nos últimos anos em documento lançado ontem / Brasil cresceu pouco, diz programa de Serra*. E na página A17, ***Baixa nos Estados desgastam tucano***.

No dia 12 a Folha anuncia a série de entrevistas que faria com os presidenciáveis.

No dia 13, em manchete secundária, ELEICOES 2002, com foto: *Lula evita confronto em evento da Folha*. Eliane Cantanhede analisa a performance de Lula, em *'muito barulho e pouco resultado no exercício do poder'*, apresentando, então, o candidato demagogo. A coluna Tendências/Debates desta edição abre para Serra e para Mercadante, com artigos sobre o acordo com o FMI.

Na página A4, uma avaliação contundente sobre as chances de Serra, em, *PFL é maior dificuldade de tucano; 80% apóiam candidato do PPS / **Caciques que apoiaram FHC deixam Serra e apóiam Ciro***. Para comprovar as informações, a Folha faz um quadro explicativo sobre as deserções em favor

de outras candidaturas. Em resumo, Serra embarcou numa candidatura furada sem o apoio de grandes lideranças políticas. E mostra também a persistência do governista: *Para tucano, 'jogo' não começou / Serra aposta tudo na tv e no radio*.

As páginas A8 e A9 noticiam o resultado da sabatina feita com Lula no auditório da Folha. ***Lula evita confrontar antigos adversários /*** *Candidato petista recusa-se a apontar setores perdedores diante de seu eventual governo, cuja prioridade definiu como sendo inclusão social*.

A entrevista é avaliada positivamente, dando a entender que foi sem grandes dificuldades para o petista. A sabatina foi apresentada em blocos temáticos: alianças, trajetória do PT, Estado, reforma tributaria, FMI, elites, Ciro, Armínio. Cláudio Weber Abramo, secretário-geral da ONG Transparência Brasil, opina: *'A candidatura é mais pasteurizada do que em 1994'*. Roberto Romano, professor de Filosofia Política da Unicamp, avalia: *'Petista tem uma visão negociadora da Presidência'*.

No dia 14 a manchete informa: ***FHC quer dividir crise com candidatos***.

A sabatina de Ciro vem anunciada na capa: *Ciro critica governo, Lula e mídia em evento*. Segundo a Folha, o candidato foi.(...) *incisivo e por vezes agressivo (...)*. Já o editorial comenta a sabatina feita com Lula, em ***CANDIDATO EVASIVO***. A página Tendências/Debates abre para Garotinho, que fala sobre crescimento, soberania e solidariedade.

A8 e A9, mais notícias sobre a sabatina de Ciro: ***Agressivo, Ciro diz não se render ao mercado*** */ Presidenciável do PPS critica 'governismo' da mídia, ataca FHC e diz que candidato que mentir à sociedade sairá 'pela porta dos fundos'*. Os blocos da sabatina foram: criticas, governismo, hegemonia, Collor, Ciro e o FMI, dívida e calote, risco-brasil, Ciro e os bancos, drogas, primeira-dama. Com a palavra os especialistas José Arthur Gianotti, professor da USP: *'Candidato não tem compromisso com instituições'*. E José Aristodemo Pinotti, também professor da USP que avalia: *'Ciro trata o social sem cinismo'*.

Mas o articulista da Folha, Marcelo Coelho, elogia a performance de Ciro em, *Presidenciável respondeu com brilho a tudo*.

O que se notou naqueles dias é que havia uma idéia circulando na Folha, de que Ciro era o candidato que mais assustava o mercado. Talvez para comprovar essa idéia, o discurso de Ciro é esquadrinhado em seus mínimos detalhes.

No dia 16, a sabatina de Garotinho na capa: ***Garotinho faz critica a bancos em evento***. Clóvis Rossi comenta em, *Ricos, mas órfãos,* que a elite estaria órfã de um candidato. O lamento de Rossi é tão profundo que parece espelhar seus próprios sentimentos, pois não leva em consideração o posicionamento dos grandes empresários. Enquanto isto, Cantanhede avalia, em, *Previsíveis e imprevisíveis,* que Garotinho é previsível porque não esconde suas posições e é imprevisível no quesito crescimento eleitoral. O artigo de Cantanhede deve ser observado com cautela, pois é a primeira vez que se falou em possibilidade eleitoral para Garotinho, um candidato quase invisível nas páginas dos jornais.

A6 e A7, a sabatina: ***Garotinho diz que, se eleito, bancos perdem*** */ Candidato do PSB faz restrições a acordo com FMI, vê orquestração a favor de Serra e boa vontade da mídia com Lula e nega ser populista*. Os blocos de pergunta são: o acordo com o FMI, controle do câmbio, bancos e o mínimo, taxa de juros, segurança publica, populismo, segundo turno, parcialidade, belo, Moreira Salles. Os especialistas se dividem: para Jacob Gorender, historiador marxista: *'Candidato se qualificou para Presidência*. Já para *O*swaldo Giacome Jr., professor de filosofia da Unicamp: *'Taxar lucros de bancos não é decisão unilateral'*.

Para Marcelo Coelho, editor de política da Folha: *Presidenciável investe nas frases de efeito*. O populismo ao estilo Garotinho parece incomodar muita gente.

Nas edições seguintes pudemos confirmar que o discurso de Ciro continuava sendo esmiuçado. Por outro lado, Serra sumiu das paginas da Folha. O que estaria acontecendo? Seria uma tentativa de testar a candidatura Ciro, tornando-a mais palatável ao gosto do mercado, do empresariado ou mesmo do povão? Ou seria mera coincidência?

Dia 17, a sabatina de Serra está na capa: *Serra dá apoio parcial a FHC durante evento*.

Na página Tendências/Debates a Folha discute os grandes temas da agenda pública por meio da análise feita por personalidades políticas e outros formadores de opinião.

A10 e A11, a sabatina: ***Serra critica e elogia FHC e poupa bancos /*** *Tucano admite fracassos no emprego e segurança, diz que Alca 'vai demorar muito', ataca Ciro e vê pontos de convergência com o PT.* As questões abordadas são: metas de inflação, ser governo ou não, erros de FHC, modelo neoliberal, vender a Petrobrás, lucro dos bancos, segurança, elogio ao PT, Armínio e Malan, agressão a Ciro. Com a palavra, os especialistas. Para Francisco de Oliveira, sociólogo da USP: *'Discurso é de gerente, não de estadista'*. Para Denis Rosenfield, professor de filosofia UFRGS: *'Tucano deveria deixar claro que é candidato de FHC'*.

Marcelo Coelho, Editor da Folha, comenta: *Minúcias são o forte do presidenciável*. Para o jornalista, Serra é ao mesmo tempo racional e delirante.

Dia 18, capa, infográfico com *A ULTIMA PESQUISA ANTES DO HORARIO ELEITORAL NA TV*, informando na manchete principal que *Serra cai três pontos e tem empate técnico com Garotinho; 40% aprovam acordo do Brasil com o FMI, e 35% são contra /* ***Lula cresce e abre dez pontos sobre Ciro.*** Nas manchetes secundárias, *PT não implantara uma de suas marcas / Forca sindical faz material para Ciro e Paulinho / Para FHC, Serra precisa crescer até 7 de setembro*.

Um lembrete: na edição do dia anterior a manchete principal informava que o recuo do dólar era em função de rumores sobre um suposto crescimento

de Serra nas pesquisas. Muito interessante, pois a pesquisa divulgada na edição atual mostra Serra ‘lá embaixo’!

Mais interessante ainda é o artigo de Jânio de Freitas, no qual o articulista comenta o ‘incidente’ lembrando também que O Globo havia publicado notícia semelhante. Diz o articulista: *“Nasceriam de graça essas informações falsificadas e determinantes de lucros e perdas?...”*. O “furo” foi tamanho que o próprio jornal acusou o golpe e revelou que em tempos de competição eleitoral, as especulações crescem em todas as esferas e o jornalismo não escapa a elas.

A pesquisa Datafolha desta edição vem esmiuçada no caderno Eleições 2002. Este caderno traz, ainda, 25 perguntas, basicamente na área econômica, que são respondidas pelos 4 candidatos, ocupando 4 paginas do caderno especial.

Dia 19, capa, manchete secundária: *FHC recebe candidatos para garantir transição*. Segundo a reportagem a maior preocupação é Ciro Gomes, que assusta o mercado. Clóvis Rossi dita o assunto: *Ciro e o mercadista radical*. Fernando Rodrigues, ameniza: *Ciro “low profile”*. Enquanto o primeiro comenta a entrada na campanha de Ciro do economista José Alexandre Scheinkman, considerado um ‘mercadista’ radical, o artigo de Rodrigues comenta a nova estratégia de Ciro que incluiria, além do economista, manter a boca fechada para facilitar a confiança do mercado.

No editorial *CRISE DE IDENTIDADE*, uma definição implacável para a candidatura Serra.

Reflexão: embora Lula venha liderando todas as pesquisas desde o inicio do ano, em diversos momentos do 1º turno surge a idéia de que nada está definido, principalmente a ida de Lula para o 2º turno. O tema aparece em reportagens, no texto dos articulistas, em editoriais, em artigos da página Tendências/Debates, enfim, nos diversos lugares narrativos. A questão que se coloca é o porquê desta idéia permanecer na narrativa jornalística. Seria medo

de um novo fracasso do petista ou um modo de esconder a real vantagem de Lula frente aos demais candidatos

Dia 20, capa, o encontro de FHC com os presidenciáveis. O fato de Lula ter sido o único a ser recebido a sós por FHC recebeu destaque secundário.

Pode-se notar que, nas últimas edições, Lula encontra-se em baixa. Aliás, esta seria a perspectiva da Folha até o final do mês de agosto. Neste período, todos os temas e lugares narrativos estariam a disposição do confronto Ciro-Serra, que apareceram com bastante freqüência, principalmente nas capas do caderno eleições 2002, em situação de disputa. Garotinho, apesar de tecnicamente empatado com Serra, é praticamente eliminado da cobertura feita pela Folha.

Um outro detalhe interessante é que com a veiculação do caderno eleições 2002, o primeiro caderno passou a falar mais do governo FHC, principalmente na árdua tarefa de vigiá-lo e esquadrinhar suas políticas. A edição do dia 25, por exemplo, traz uma reportagem sobre a distribuição de emissoras educativas para políticos do PSDB, PMDB e PFL.

Outra questão significativa é que, sem mais explicações, a Folha passou a divulgar uma pesquisa que estaria sendo feita por telefone, diariamente, na qual o candidato Ciro Gomes aparece sempre na dianteira ou em empate técnico com Lula.

Vejamos a manchete do dia 26: ***Entre os "com-telefone" Lula tem 29% e Ciro, 26%*** */ Candidatos estão em empate técnico, mostra levantamento feito pelo Datafolha*.

Além da pesquisa, a Folha divulga todos os dias algumas explicações técnicas sobre aquele formato de pesquisa. Nesta edição, o texto diz o seguinte: *O que é o rastreamento? Tracking. É uma pesquisa feita pelo Datafolha. Ela representa os 54% dos eleitores brasileiros que têm telefone fixo em casa...* Estas pesquisas e principalmente as explicações me pareceram, no mínimo,

estranhas, haja vista que a Folha já divulga as pesquisas do Datafolha fazendo-nos acreditar que são completas e representam os com e os sem telefone.

No dia 28, capa, uma foto, esta sim, histórica: *OUTROS TEMPOS / Luiz Inácio Lula da Silva (PT) estende a mão a José Sarney (PMDB), durante o anuncio do apoio oficial do ex-presidente à candidatura do petista*. Logo abaixo, outra foto e manchete secundária: *Serra sobe e Ciro cai em duas pesquisas; campanha muda*.

Na capa do caderno ELEICOES 2002, continua o duelo Ciro-Serra, com um detalhe que vem na foto tipo cara a cara, que traz setas indicativas ***Ciro↓↑Serra.*** A manchete informa: ***Em alerta, Ciro revê sua tática após Serra crescer*** */ Diferença entre tucano e candidato do PPS cai de 15 para 4 pontas, segundo Ibope*. As fotos e as setas parecem indicar o restabelecimento da verdade eleitoral: Ciro cai, Serra sobe.

Setembro: nunca foi tão possível como agora, mas continua sendo improvável

É dia 1º e a capa traz as novidades da corrida presidencial: *Após inicio da propaganda eleitoral, candidato do PPS perde seis pontos e tucano sobe sete; Lula segue em 1º /* ***Ciro e Serra empatam em 2º lugar***. A página traz ainda o gráfico e uma avaliação sobre as influências do horário eleitoral e na manchete secundária, pedras no caminho petista e outras histórias: *Zeca do PT é acusado de elo com quadrilha / Campanha negativa vira prioridade de marqueteiros / Promessas de candidatos não cabem no Orçamento*. O editorial e Clóvis Rossi analisam a virada de Serra. O articulista ainda comenta as "ondas" dessa campanha, principalmente a última delas, a chamada 'onda Ciro'.

O caderno eleições 2002 dá pagina e meia para um caso de denúncias caso Zeca do PT.

Dia 2, última página do caderno especial: ***OS 2 DISCURSOS DE LULA*** */ Convivem no petista um candidato cordial com banqueiros e outro que culpa as elites pela crise do pais nos palanques.* As frases destacadas contrapõem os dois Lulas, assim como as fotos. Na manchete secundária, com foto, *Lula-Sarney: Para o PT, oligarquia boa é oligarquia que apóia o partido.*

No dia 3 as denúncias continuam e *Zeca do PT nega ter ligação com quadrilha / "Ataque eleitoral não pega", afirma FHC*. Na página A2, Eliane Cantanhede cutuca os tucanos com vara curta em, ***FCH, Serra desde criancinha***. Neste artigo ela ironiza a comemoração de FHC, *"Nós demos uma boa recuperada"* e mostra que a pesquisa sobre a recuperação de Serra, na verdade, está salvando os dois tucanos.

A queda de Ciro continua a ser entendida como sendo fruto da sua própria performance (negativa) no horário eleitoral, ao passo que a subida de Serra é atribuída ao bom desempenho do candidato, também na TV.

No dia 4, Clóvis Rossi ironiza a política em ***Baixaria pedagógica*** e diz que a baixaria entre os candidatos informa melhor do que os programas e as propostas. Diz que tudo está tão pasteurizado que é somente na baixaria que o eleitor fica sabendo sobre as alianças espúrias, as falcatruas, as propostas disparatadas. Além do horário gratuito da tv, o comentário de Rossi faz referência ao debate entre os presidenciáveis promovido pela Rede Record.

Na capa do primeiro caderno e na do caderno especial, nova denuncia envolvendo as contas da Força Sindical de Paulinho, vice de Ciro. Vale lembrar que as primeiras denúncias foram consideradas, posteriormente, infundadas.

No dia 6, a manchete principal da capa diz que *Lula, Ciro e Garotinho criticam aumento de superávit, mas reafirmam acordo /* ***Oposição ataca governo por novo acerto com FMI***. A coluna de Clóvis Rossi, em ***O presidente Lula***, atira todas as farpas possíveis no candidato petista, como fica patente no lead: *Luiz Inácio Lula da Silva talvez nunca venha a ser presidente. Mas está presidente em*

todas as pesquisas de intenção de voto que lhe concedem folgada vantagem sobre os dois segundos colocados...

Parece-me que o artigo de Rossi segue a linha narrativa que mantém a dúvida sobre a indefinição eleitoral, inclusive acerca da passagem de Lula para o 2º turno, e, o pior, que Lula sempre esteve na frente e que perdeu na última hora.

Dia 7, caderno especial, capa: ***Ciro abre guerra contra o TSE; Serra acusa rival de coronelista*** */ Embate entre os presidenciáveis gera troca de cartas ásperas; Nelson Jobim critica atitude da frente*. Os ânimos parecem mais acirrados nesta etapa a competição.

Presença constante no espaço Tendências/Debates o filósofo Denis Lerrer Rosenfield, professor da UFRGS e crítico ardoroso do PT, constrói textos ácidos por meio dos quais esmiúça o discurso de Lula, aponta incoerências e denuncia as mazelas petistas.

No dia 8, caderno eleições, a Folha publica entrevista de quase página inteira com o analista, pois, segundo informado no lead e na legenda da foto, estaria lançando o livro *"PT na encruzilhada: social-democracia, demagogia ou revolução?"*. Na entrevista Rosenfield diz que o partido precisa enfrentar sua divisão interna para que, posteriormente, possa definir que caminho quer seguir: ***Filósofo aponta falta de coerência no PT***.

Dia 10, nova rodada de pesquisas na capa, em manchete principal e com infográfico: *Candidato do PPS perde cinco pontos, petista ganha três e ex-governador do rio sobe quatro /* ***Lula sobe; Serra fica em 2º; Ciro e Garotinho empatam em 3º***. A manchete é uma deixa para Eliane Cantanhede desancar Ciro em *Lei da Selva* e ironizar: *se fez tudo o que fez quando estava por cima, imagina agora que está caindo (...).*

Ciro é o candidato do mais recente inferno eleitoral e tudo o que diz ou faz merece uma sessão de boas críticas e questionamentos. Por exemplo, quando reclamou do TSE e disse que o órgão julgava mais favoravelmente os argumentos da candidatura Serra e, conseqüentemente, o prejudicava, criou

um clima de terror pelo qual sofreu as piores conseqüências. Mas já dá para notar o adversarismo que começa a se instalar entre a candidatura Serra e a candidatura Lula, especialmente na fala dos articulistas que passaram a questionar o discurso petista e suas reais possibilidades na corrida eleitoral.

Assim que viu Ciro na sarjeta eleitoral, Serra partiu para o ataque contra o petista. É o que mostra a manchete do dia 11, no caderno especial, página A6: *Após subida em pesquisas eleitorais, tucano reafirma estratégia de polarizar o debate com o presidenciável petista /* ***Serra cobra clareza de Lula sobre o MST***. O discurso ofensivo de Serra faz com que o candidato ganhe a foto principal. Na manchete secundária, *Rejeição a Ciro é a que mais cresce; índice de Serra também aumenta*. A manchete não deixa claro se o índice de Serra que mais cresce é o de aceitação ou o de rejeição.

Na página A7: *Petista firma que acha ótimo e que esta ' surpreso': 'Pensei que os sem-terra estivessem na minha campanha há muito tempo /* ***MST diz que irá às ruas declarar apoio a Lula***.

Conforme veremos nas próximas edições, as palavras de Ciro que mais repercutirão no noticiário são aquelas que têm alguma conotação negativa para Lula, como esta que aparece na manchete secundária: *Ciro diz que petista abandonou sua 'missão republicana'*.

E na última página do caderno, uma informação essencial para os adeptos da candidatura Lula, em especial para a militância petista: *Últimos números das pesquisas levam PT a tentar vitória no primeiro turno, põem Serra em confronto direto com o líder, transformam Ciro em barril de pólvora e colocam Garotinho no páreo /* ***O NOVO mapa da guerra***. Nas manchetes secundárias: *Propaganda de tucano agora mira em Lula; Um terço admite poder mudar voto.*

Apenas por curiosidade, uma pergunta: em termos de critérios de noticiabilidade corrida de cavalos, não seria o caso da informação sobre a possibilidade de vitória de Lula no 1º turno vir na capa?

No dia 12, novas decepções de Ciro com Lula.

No dia 13, pela terceira vez consecutiva, a manchete do caderno especial informa que Serra é líder isolado no segundo lugar. Seria uma chamada ao voto útil? Nesta edição, dando espaço aos questionamentos que Serra fez sobre a relação de Lula com o MST, a Folha traz reportagem de página inteira com críticas e cobranças sobre a posição dos candidatos em relação ao tema.

Notou-se ainda que o caso Santo André retornou abruptamente às páginas da Folha, incluindo o título de referência *PT SOB SUSPEITA*. Os termos blindagem, blindado, blindar passou a ser usado com freqüência sempre que o tema era a proteção, por parte de assessores, para quaisquer candidatos, inclusive para governador de Estado.

No dia 15, as manchetes indicam que, para a Folha, os adversários desta etapa da competição já estavam definidos: *GASTOS DA CAMPANHA: Lula e Serra preparam 'guerra fria'*. Na capa do caderno especial, ***Sucessão já custou R$37mi a Lula, Serra, Ciro e Garotinho***. O quadro comparativo indica que Serra foi o que mais gastou. Nas manchetes secundárias, *Em 2 meses, campanha petista gastou quase 4 vezes o total de 98 / Tucano deu uma volta ao mundo de jatinho e gastou R$16 milhões.*

Na página A7, a preparação dos adversários Serra e Lula: *BASTIDORES / Equipes de inteligência acumulam informações sobre o adversário e se preparam para eventual 'guerra de dossiês' /* ***Em silencio, Lula e Serra recolhem 'munição'.*** Lead: *Com a crescente troca de farpas, as campanhas de Luiz Inácio Lula da silva (PT) e de José Serra (PSDB) recolheram mais munição pesada uma sobre a outra (...) Um dos objetivos desse arsenal é servir de arma psicológica. O expediente lembra a guerra fria (...).*

É muito interessante a utilização do termo munição ao invés de informação usado junto ao verbo 'recolhida' ao invés de 'atirada', ou seja, a munição/informação é obtida a partir de uma história, discurso ou ação do próprio adversário e seus aliados, que pode ser trabalhada e lançada contra ele. Mesmo que permaneça oculta no âmbito da própria candidatura, pode causar

estragos na campanha, como se fossem minas terrestres esquecidas ou escondidas sob a terra que terminam por matar ou mutilar até mesmo os partidários de quem as escondeu.

A Folha passou por fases mais críticas em relação à política. Os programas do governo federal, por exemplo, de modo geral eram lembrados no que tinham de negativo, como metas não cumpridas, projetos não realizados, beneficiamento de políticos e outros aspectos. Vejamos algumas manchetes:

Dia 16, página A4: *FIM DE GOVERNO / Os 67 programas prioritários teriam deixado de receber R$ 19,3 bi /* ***Projetos do Avança Brasil só recebem 36,7% da verba***. Na página A5: *FIM DE GOVERNO / Plano que previa melhora do saneamento básico em municípios não teve nenhuma ação implementada /* ***Projeto de saneamento não saiu do papel***.

Dia 18, capa do caderno especial: *Lula sobe 2 pontos, e Ciro cai 3 no Ibope*. Seria apenas mais uma divulgação de resultados de pesquisa não fosse esta feita pelo Ibope, instituto concorrente do Datafolha e que, por este motivo, não costuma ter lugar cativo na capa da Folha. A pesquisa é motivo para Clóvis Rossi e Fernando Rodrigues analisarem o cenário eleitoral, as estratégias e táticas de Lula e Serra e se Lula tem ou não chances de vencer no 1º turno. Eles não dão parecer conclusivo, mas sugerem boas chances petistas.

Na capa do caderno especial, mais adversarismo em campo aberto: ***Serra bombardeia Lula, que evita o confronto de olho no 1º turno*** */ Tucano adota mesma estratégia que usou para abater Ciro; petistas querem driblar polarização*. Seguindo este estilo a última página sentencia: ***Petardo eletrônico /*** *Com medo da ascensão de Lula, propaganda de Serra troca os debates por ataques pesados ao petista no horário eleitoral*.

Para comprovar suas informações, a Folha construiu um quadro a quadro da propaganda tucana que expôs fora do contexto, uma antiga fala de José Dirceu. No texto da propaganda de Serra, o petista teria participado de uma greve de professores em São Paulo, proferindo discurso em que incitava à

violência física: *"eles tem de apanhar nas ruas e nas urnas"*. Na época, o então governador Mário Covas levou um safanão de um grevista, na rua.

Por que tanta repercussão do que é falado no horário eleitoral gratuito se, em tese, ele já é visto pelos eleitores? Talvez seja porque, como afirmou Clóvis Rossi em uma edição anterior, nos debates e no horário eleitoral é que os candidatos dizem o que pensam sobre os adversários, denunciam e se xingam mutuamente. Ao que parece, o articulista quer revelar o que os políticos pensam da atividade política, ou seja, adversarismo e nada mais.

Dia 19, capa, manchete principal: ***Dólar atinge 2ª maior cotação do Real***. No lead: *A especulação do mercado financeiro com a hipótese de uma vitória de Luiz Inácio Lula da silva (PT) no primeiro turno levou o dólar à segunda maior cotação do plano real (...).* Clóvis Rossi aproveita para comentar e condenar a propaganda de Serra envolvendo o petista José Dirceu. Cantanhede usa o discurso de um aliado de Serra para ironizar aqueles que chamam a imprensa de serrista, pois, segundo o aliado, o governista teria sido enterrado diversas vezes pela própria imprensa. Logo, Serra seria a *'fênix da campanha'*, palavras de Jutahy, seu aliado, compondo, assim, o discurso de Cantanhede.

Cantanhede tem alguma razão. Afinal, surpreende um cenário eleitoral em que o candidato que aparece na dianteira, em todas as pesquisas, é um ex-metalúrgico, ex-pobre, ex-pau-de-arara, ex-retirante, sem diploma de nenhuma espécie, barbudo, baixinho e meio barrigudinho. Enfim, um espécime esquisito para um país cuja elite nunca abriu mão de roer o osso inteirinho.

Na capa do caderno especial, o enfrentamento está em alta: ***Campanha de Serra quer o apoio de aliados nos ataques contra Lula***.

Uma referência importante é o uso de termos de uma lógica política e narrativa adversarista, como traição, aliado, inimigo, tiroteio, ataque, munição, declaração de guerra e outros.

Dia 20, Clóvis Rossi reproduz frase do diretor do Datafolha sobre as chances de Lula nesta eleição: *"nunca foi tão possível como agora, mas continua*

sendo improvável". No miolo do caderno especial, contudo, sem destaque algum, há uma reportagem sobre a revista britânica The Economist, que publicou matéria classificando a posição de Lula como imbatível. Foi esta reportagem que deu origem à analise de Clóvis Rossi.

No dia 23, capa, em manchete principal e com infográfico: *Após ser atacado na TV, petista atinge 44% no Datafolha; tucano oscila negativamente e lidera em rejeição /* ***Lula sobe e abre 25 pontos sobre Serra***.

Lula está como massa de pão: quanto mais apanha mais sobe. Será que a frase selecionada por Rossi e divulgada na edição anterior, tinha como referência estes índices?

E no caderno especial, uma entrevista de página inteira com o dono da Gradiente, Eugenio Staub que: *"****...vê Lula como estadista e declara voto"***. É mais um dos empresários adesistas da candidatura oposicionista.

No dia 24, capa, a manchete principal informa sobre uma nova alta do dólar, do risco país e da queda dos negócios na Bolsa de Valores. A catástrofe é atribuída a uma possível vitória de Lula no 1º turno. Contudo, lendo mais atentamente a reportagem compreendemos que, na verdade, a oscilação ocorreu no mundo todo em função de uma onda de pessimismo verificado no mercado americano. No caderno especial, uma entrevista de página inteira com o experiente José Sarney, que afirma: *"****Brasil tem de passar pelo PT"***.

No dia 25, caderno especial, reportagem com a vice-diretora do FMI, dizendo que os candidatos têm que dar garantias para que o mercado se tranqüilize.

Dia 26, em entrevista, o empresário Antonio Ermírio de Moraes diz acreditar na vitória de Lula, embora tema um eventual governo do petista.

O gasto com propaganda feito pelas prefeituras do PT de SP foi noticiado como muito elevado, em reportagem de página inteira no dia 28.

No dia 29, a manchete principal traz um infográfico com nova pesquisa: *Petista está mais próximo de vitória no 1º turno, e Serra segue em 2º, com 21%; eleitores totalmente decididos são 73% / **Lula atinge 49% dos votos validos***.

O caderno de política compôs um especial lembrando o impeachment de Fernando Collor de Mello, ocorrido há exatos 10 anos. Na capa do caderno eleições 2002 uma chamada especial: ***Com 49% dos votos validos, Lula fica a 1 ponto de vencer no 1º turno***.

No dia 30, capa, novas denúncias contra as prefeituras do PT de SP: *Prefeituras do PT contratam firmas ligadas a petistas*. A reportagem ocupa as páginas A4 e A5, com quadros e mapas demonstrativos.

Outubro: vermelho

As denúncias contra as prefeituras do PT se avolumam. Novas empresas aparecem como beneficiárias e surgem listas de doadores das campanhas anteriores.

FHC aparece na capa, do dia 1º, em favor de Serra. A ofensiva começou há poucas edições e coincide com a subida de Serra e a entrada de FHC na campanha. Ciro Gomes aparece na coluna Tendências/Debates e afirma: *Sou um político porque creio em minhas idéias*. O empresariado nacional se vê diante da vitória inevitável do sapo barbudo: *Para presidente do banco Itaú, petista vai ser eleito / Ciro e Garotinho devem renunciar em favor de Lula*.

Roberto Mangabeira Unger, ex-mentor de Ciro, dá entrevista e fala sobre uma provável renúncia dos presidenciáveis de oposição em favor de Lula. Notamos que em diversos momentos da campanha, os jornais aparecem com entrevistas-bomba, cujo conteúdo contém elementos de radicalização discursiva propícios à construção de manchetes especulativas e sensacionalistas.

Eliane Cantanhede, estranhamente, fala da onda Lula, como se o candidato não estivesse em primeiro lugar desde janeiro

Na Capa do caderno especial: ***Ao lado de Serra, FHC pede que não se vote só com "emoção"*** */ Sem citar nome, presidente sugere que Lula tem 'soluções dos anos 60 para problemas do século 21'*. O presidente ocupa toda a página A4, com foto.

Dia 2, capa, a manchete secundária é para artigo de Garotinho nos moldes do espaço ocupado na edição de ontem por Ciro Gomes. A coluna Tendências/Debates já foi ocupada também por Serra quando surgiu o debate sobre a necessidade de um novo acordo com o FMI.

Concluímos que a página A3, Tendências/Debates, foi ofertada à sociedade como palanque eleitoral, permitindo a defesa de candidaturas e propostas, a discussão de modelos políticos, econômicos, sociais, bem como ataques amigáveis ou ferozes, técnicos ou ideológicos.

A página A4 traz FHC, novamente, em uma reportagem na qual aparece criticando o *"voluntarismo"* e as *"bobagens"* de certos candidatos. Ao que parece, FHC resolveu arregaçar as mangas e partir para o ataque, mesmo correndo contra o tempo, afinal, a competição encontra-se às vésperas da votação de 1º turno.

Dia 3, capa, manchete principal com infográfico: *Petista segue a um ponto de vitória no 1º turno; Garotinho passa de 16% para 17% dos validos, e Ciro, de 12% para 11% /* ***Lula mantém 49%; Serra vai a 22%***.. Na página A5: *Ministro repete criticas de FHC e diz que o pais hoje é mais complexo /* ***candidatos dão soluções dos anos 50, afirma Malan***.

Interessante: se a Folha criou um caderno especial para a eleição, porque algumas matérias como esta que traz a fala do ministro Malan, vêm no primeiro caderno? O engraçado é que o discurso de Malan envelhece em 10 anos as propostas petistas, pois FHC, seu chefe, havia afirmado que eram dos anos 60.

Dia 4, capa, manchete secundária para caderno Eleições: ***Para Piva, Lula terá de 'conter' radicais do PT***. Na página A2, Clóvis Rossi parece espantado ao comentar que, fora do Brasil, o jornalismo sério já dá a vitória de Lula como certa: *"Fora do Brasil, o presidente eleito do Brasil já se chama Luiz Inácio Lula da Silva (...) É impressionante como (...) trabalham com a certeza (...) É claro que, em grande parte, a atração é pelo lado exótico: não é todo dia que um operário vira presidente da república (se é que vai virar)..."*.

O caderno especial mostra todas as relações de Lula com o mercado: reações, porquês, apoios e a cobertura favorável da imprensa internacional.

Dia 5, véspera da eleição, capa: *Risco-país cai 19,7% em cinco dias, e Merrill Lynch eleva a recomendação para a compra de títulos do país* / ***Mercado vê menos riscos no Brasil***. Traz ainda uma foto em que Lula aparece recebendo flores de mulheres da campanha petista. Serra aparece na outra foto, em frente à estátua do Cristo Redentor no Rio de Janeiro, fazendo o 'V' da vitória. Garotinho e Ciro aparecem em fotos de campanha. Nas manchetes secundárias, *Para eleitor, Lula foi melhor no debate de 5ª / Tasso diz que era dos intelectuais acabou no* PSDB. Há também duas manchetes para entrevistas especiais: *Governo exige amor à razão e à verdade*, por José Serra; *País precisa se unir em torno de um projeto*, por Luiz Inácio Lula da Silva.

Clóvis Rossi fala do último debate feito pela TV Globo e afirma que Garotinho foi o melhor. Na página Tendências/Debates, as idéias dos principais adversários: ***Um projeto de nação***, por Luiz Inácio Lula da Silva; ***Peço seu voto,*** por José Serra.

As propostas políticas são explicadas sob a palavra de especialistas-amigos, no caderno Eleições 2002.

Nesta edição, temos quatro pequenos artigos dispostos numa mesma página, por meio dos quais quatro especialistas defendem os diferentes modelos que estão competindo pela preferência do eleitor: *Agora é Lula*, por Guido Mantega; *Choque de credibilidade com Serra*, por Gesner Oliveira; *Ciro*

Gomes, um novo rumo para o Brasil, por Luiz Rabi; *Garotinho, novo modelo de desenvolvimento,* por Tito Ryff.

No alto desta página, há uma pequena entrevista com o brasilianista Albert Fishlow, que *"vê aliança PT-PSDB em governo Lula"*.

No dia 6, a hora da verdade. A capa traz a foto das esposas em quadros separados, cada uma delas segurando a foto do marido-candidato, com sigla partidária e numero no canto inferior-direito. Os índices aparecem no topo da foto: Patrícia e Ciro: 12%; Rosinha e Garotinho: 19%; Mônica e Serra: 21%; Marisa e Lula: 48%. O título de referência no alto da página diz: *ÚLTIMA PESQUISA DATAFOLHA / Votos validos*. Na manchete principal: ***Garotinho disputa com Serra 2º lugar; Lula segue na frente.***

Chegamos ao final da competição de primeiro turno e somente agora o candidato-evangélico, Garotinho, tem alguma chance.

A capa do caderno especial é toda trabalhada, nas fontes e nas cores: *COM FOTOS E PERCENTUAIS: EMPATE TÉCNICO ENTRE SERRA E GAROTINHO E A CHANCE DE LULA VENCER NO PRIMEIRO TURNO INDICAM RESULTADO IMPREVISÍVEL PARA ELEIÇÃO DO PRESIDENTE DA REPUBLICA.*

O caderno é bem democrático e dá duas páginas para cada candidato, com matérias especiais, fotos, frases, álbum de campanha, trajetória na história.

Dia 7, o povo confirmou o duelo Lula-Serra e a edição de hoje obedece a este confronto em todas as páginas.

Dia 8, a constatação: ***Oposição sai fortalecida das urnas*** */ Dos 12 governadores eleitos, 7 são de partidos que se opõem a FHC / PSB já garantiu três estados no 1º turno, dois a mais do que tem hoje / PT ganha cadeiras no senado e na câmara; PSDB e PMDB perdem*. Na foto, os campeões de votos Lula e Enéas.

A capa do caderno especial mantém o adversarismo Lula x Serra, e traz quadro com fotos e índices. O título de referência informa e opina: *O BRASIL QUE SAI DAS URNAS*. O lead é especialmente diagramado: *ESQUERDAS*

VENCEM EM SETE ESTADOS, DISPUTAM EM 2^{O} TURNO EM 13 OUTROS E DEVEM FORMAR MAIOR BANCADA PARLAMENTAR DA SUA HISTÓRIA. PT AMPLIA SEU ESPAÇO E PASSA DE 8 PARA 14 SENADORES. LULA É O MAIS VOTADO PARA PRESIDENTE EM 24 DAS 27 UNIDADES DA FEDERAÇÃO, MAS IDA DE SERRA AO 2^{O} TURNO, VITÓRIA DE AÉCIO EM MINAS E LIDERANÇA DE ALCKMIN EM SP DEIXAM TUCANOS EM CONDIÇÕES DE MANTER HEGEMONIA DA POLÍTICA NACIONAL. MALUF, QUERCIA E BRIZOLA: ELEITOR DESCARTA CACIQUES TRADICIONAIS.

Assim que saiu o resultado do 1^{o} turno, a Folha começou a explicar as razões da vitória de Lula, com quem ficariam os derrotados e os eleitos (governadores) não aliados no 1^{o} turno. Ainda, antecipou as ***ESTRATEGIAS DE LULA E SERRA*** e revelou o que pretendiam fazer e falar na etapa seguinte da competição.

No dia 9, capa do caderno especial: ***Bancada do PT cresce mais de 50% e será a maior da Câmara /*** *Partido de Lula elege 90 deputados federais; PFL faz segunda bancada, com 84 integrantes / PSDB perde 22 parlamentares e fica com 72; PMDB cai de 87 para 73; psb passa de 16 para 24*.

No dia 13, capa e manchete principal com infográfico: *Diferença de 26 pontos é a maior desde o inicio deste ano no Datafolha; eleitores de Garotinho e Ciro estão divididos /* ***Lula alcança 58%; Serra tem 32%***.

Em todos os lugares narrativos aparece uma certa surpresa com o percentual de votos de Lula. A idéia de um duelo entre ‘mudança’ e ‘situação’ é visível. A partir do dia 17, a Folha vai começar a fazer um balanço da era FHC.

A posição de Lula sobre a economia começa a merecer destaque: o que pensa, o que fala, o que debate, críticas e sugestões. O debate se dá nos termos do cenário eleitoral: mudança *versus* continuidade.

No dia 19, Clóvis Rossi afirma que também tem medo, como Regina Duarte. Mas o medo de Rossi não é do que Lula vai fazer, mas de que ele

fracasse aos olhos das ruas, o que inviabilizaria uma vitória futura das esquerdas.

Com a vitória de Lula tida como certa, começam as previsões sobre a composição do futuro governo e até mesmo sobre como será a forma de governar petista.

Dia 20: *A uma semana do 2º turno, petista amplia em três pontos percentuais a vantagem sobre o candidato tucano /* ***Lula vai a 61%; Serra mantém 32%.*** Na foto, Lula está ao lado do presidente do banco Itaú, num encontro com empresários.

Além de prever como será o governo petista, jornalistas e especialistas passam a aconselhar o futuro presidente: todos querem dizer como Lula deve se comportar para ter sucesso, principalmente junto ao mercado.

Seguindo a linha da análise e do aconselhamento começam as explicações dos 'porquês' da derrota do governista Serra.

Dia 24, nova pesquisa: ***Lula mantém a vantagem sobre Serra***. As disputas estaduais têm destaque, principalmente a de SP e a do Rio Grande do Sul, marcadas por uma provável derrota dos candidatos petistas.

No dia 26, a manchete informa: *Mercado de ações acumula alta de 10,99% na semana que antecede as eleições; dólar cai mais 1,84% e fecha em R$ 3,73 /* ***Bovespa tem melhor semana em 1 ano***. O lead esclarece que (...) *repercutiu bem documento conjunto do PT com a bovespa (...).*A capa do caderno especial antecipa a agenda de Lula após a vitória e suas prioridades para o período de transição, além de trazer um perfil da equipe e as possibilidades de novas alianças para manutenção da governabilidade.

Dia 27, a capa a manchete principal confirma: ***Pesquisa aponta vitória de Lula para presidente hoje /*** *Petista alcança 64% dos votos validos no ultimo datafolha, contra 36% de José Serra / PT prevê 2003 difícil; partidos que deram apoio ao governo FHC deverão se recompor*.

É o fim e o começo de uma história com novos e velhos personagens.

O ESTADO DE S. PAULO

ABRIL: pequenas e grandes escaramuças no mês da mentira

É dia 1º, a campanha aparece na página A5, sob o termo ***SUCESSAO***. Na manchete principal: ***Jarbas deve aceitar amanhã ser vice de Serra/*** *Falta acertar futuro da aliança regional, mas peemedebistas não tem mais duvidas*. Fotos elegantes ilustram a matéria. Na manchete secundária: *PT sugere pacto nacional e oposição 'propositiva' / Programa de governo será debatido com Fiesp, Forca Sindical e CNBB*. Em outra manchete secundária seguinte, *Garotinho acusa petistas de agir de 'má-fé'*. A reportagem é sobre o rombo nas contas do governo do Estado do Rio.

Dia 2, manchete secundária: *Pesquisa mostra Serra sozinho em segundo lugar*. Vejamos os dados: Lula 30%; Serra 29%; Roseana e Garotinho 14%. Na página A6, contudo, a manchete principal informa dados diferentes: ***Pesquisa Vox Populi da 30% a Lula e 19% a Serra*** */ Senador tucano distancia-se de Roseana e Garotinho que ficam com 14%*. E no box, uma certa explicação para o disparate da capa: *Simulação dá mais vantagem a Serra*. Na manchete secundária, com foto: *Aliados de Jarbas não o querem na chapa de Serra / grupo do governador acha que se ele não disputar reeleição, aliança no estado corre risco*.

Um destaque na formatação de Oesp é uma espécie de box, usado em reportagens, entrevistas, artigos e até no editorial, cujo objetivo é dar destaque a algum trecho do texto. A formatação é pouco usada por O Globo e pela Folha e faz parte da editoração costumeira de Oesp, o que me levou a integrá-lo ao material analisado.

É na página A6 que encontramos a coluna de Dora Kramer, articulista que vai decifrar a política para o leitor de Oesp. Nesta edição, Kramer analisa o cenário eleitoral do Rio em contraposição ao cenário nacional.

Dia 3, capa, manchete secundária: *Jarbas recusa convite para ser o vice de Serra*. Na página A4: ***Jarbas desiste e tática de Serra volta à estaca zero***. Na manchete secundária, *Para Bornhausen, recusa indica 'fraqueza' de tucano.*

Notamos que as fotos e legendas de Oesp funcionam como em O Globo, são informativas e simbólicas. Nesta edição, apesar do que indica o conteúdo da manchete, a foto mostra Serra sorridente e em debate com assessores, como se tudo estivesse a contento.

Dia 5, manchete secundária: *Itamar fica em Minas e recusa chapa com Serra*. Na página A7, com foto, ***Lula diz que banqueiros 'assaltam' trabalhador /*** *Petista afirma que bancos "não gostam do PT" e nunca ganharam tanto como no atual governo.* A possibilidade de aliança entre PSDB e PMDB continua na pauta e preocupa Dora Kramer.

No dia 6, editorial, surge um tema que seria recorrente durante toda a campanha, especialmente na página A3, editorial ou tema do dia. Trata-se da gestão da prefeita de São Paulo, Marta Suplicy, que sofreu um contínuo e implacável combate por parte de Oesp.

Dia 7, capa, manchete secundária: *Documento do MST: inimigo é o capitalismo.* A reportagem é detalhada e sugere uma crescente radicalização por parte do MST. Na página A4, ***Renúncia põe em risco futuro de ex-governadores /*** *Alvo de processos no STJ, Roseana, Garotinho, Dante, Capiberibe e Neudo Campos ficam ao alcance da justiça de 1ª instancia por deixarem o cargo.* Na manchete secundária, com foto: *PF reforça cerco a Murad no caso Sudam*. O alvo é a candidatura de Roseana Sarney.

Na página A5, ***Ex-favelada, Benedita toma posse e faz história /*** *Primeira governadora negra do país substitui Garotinho pedindo apoio e governabilidade.* A foto mostra Benedita e Lula e na manchete secundária: *'Não estamos*

preocupados com vice', diz Lula / O candidato e Dirceu afirmam que nome para compor a chapa não sairá antes de junho. O MST está nas páginas A8 e A9, enquanto na página A10: *Aos 50 anos, CNBB insiste no discurso social / No ano eleitoral, assembléia de bispos deve lançar documento sobre miseráveis*. Tanto o MST quanto a CNBB 'social' recebem fortes críticas de Oesp durante toda a campanha.

Dia 8, página A4, *SUCESSAO /* ***Roseana é intimada a depor na Policia Federal /*** *Notificação chega menos de 48 horas após sua renuncia; Murad também será interrogado*. Na foto: *Roseana, com Bornhausen: intimada em casa, domingo de manha, para explicar projeto de R$ 44 milhões que não saiu do papel*. Na manchete secundária: *Começa apuração dos documentos achados na Lunus*. Esta matéria traz um quadro demonstrativo: *SOB SUSPEITA / Documentos que podem complicar a vida de Jorge Murad e Roseana Sarney*. Outra manchete secundária: *PFL decide retaliar e suspende votação / Bornhausen condena intimação e diz que Roseana é vitima de 'sórdida ação'*.

Na página A5, ***Planalto se apressa para conter nova crise /*** *FHC se diz surpreso com notificação e preocupado com risco de atraso ainda maior nas votações.* Oesp anuncia pesquisa feita por uma empresa de consultoria, mostrando que, em São Paulo, Serra estaria muito à frente de Lula.

Dia 9, o caso Roseana está no editorial e na página A4: ***Murad volta ao governo para manter foro especial*** */ Primeiro ato do sucessor de Roseana foi nomeá-lo secretario de ciência e tecnologia*. Na foto: *Roseana, com Murad: depoimento adiado para ex-governadora e foro privilegiado para o marido*. O caso Roseana ocupa todos os lugares narrativos importantes. Nesta edição, Dora Kramer fala da relação Roseana-PFL e do nível de tolerância do principal cacique do partido para com a candidata (o cacique é Bornhausen).

No dia 10, há várias páginas dedicadas ao caso Roseana e à crise do PFL.

No dia 11, Dora Kramer analisa a posição de Bornhausen sobre o caso Roseana e a afirmação de que a apresentação da lista de doadores encerrava o caso. A articulista cutuca o cacique pefelista com vara curta e (nos) lembra que foi 'homem forte' do governo Fernando Collor e que pronunciou a célebre frase: *"A CPI não vai dar em nada"*. Dora Kramer faz um certo papel de 'lembrança da política passada'. Neste caso, ela analisa os acontecimentos, colige os fatos atuais e passados e passa pito nas lideranças.

Uma observação que já pode ser feita a esta altura da análise é que Oesp não nutre grande simpatia pela candidatura Lula. Até o momento o candidato apareceu pouquíssimo e sempre num sentido dúbio. Na página A8: *Lula deve fazer 'campanha caseira'*. A manchete refere-se a visitas a França e aos EUA. Na manchete secundária: *Lula: "as pessoas aprenderam a conhecer melhor o partido"*. E logo a seguir, *Tom moderado de candidato não convence mercado*.

Numa das edições anteriores, Oesp deu quatro páginas para o programa bolsa-escola, num formato que parecia propaganda institucional e ao mesmo tempo reportagem.

Dia 12, capa, manchete secundária: *'E, antes que piore, bye, bye, Roseana Sarney'*, é a chamada para a coluna de João Mellão Neto, outro crítico feroz de Lula e do PT que escreve com regularidade para Oesp. Na página A2, a coluna de João Mellão: *Roseana, adeus / O PFL não pode permanecer refém de um aventureiro como o sr. Jorge Murad*. Numa confissão interessantíssima, o articulista revela que é pefelista de carteirinha, oficialmente filiado.

Alguns fatos: FHC se defende contra acusações de participação do Planalto em armação contra Roseana, Serra grava programa e critica ações do governo, Dora Kramer fala da recusa de Roberto Freire/PPS em relação a um eventual apoio do PFL, Luiz Carlos Mendonça de Barros dá entrevista e diz que PT e PSDB terão programas semelhantes devido ao avanço do País promovido pela era FHC. Podemos notar uma certa complacência para com o

Governo Federal, num tom bem diferente daquele adotado pela Folha e até por O Globo.

Dia 13, capa, manchete secundária: *PFL empurra Roseana para a renúncia. Ela prefere esperar*. A edição é voltada para o problema da renúncia de Roseana e a posição do PFL em relação às candidaturas Roseana e Serra e ao Governo Federal. Oesp fala também das tentativas de aproximação entre Bornhausen e o PPS de Ciro Gomes, além da irredutível recusa do cacique pepessista, Roberto Freire.

Na página A11: ***Serra ainda acredita em aliança com PFL /*** *Com iminente desistência de Roseana, tucano diz que partido fará o possível para atrair ex-aliado*. A foto mostra, novamente, Serra sorridente e esperançoso. Na página A12, ***FHC diz que 'não se intromete em campanhas' /*** *Presidente não responde a ACM, para quem o governo "passou como trator" sobre Roseana*.

É bom lembrar que, nesta época, ACM andou falando que se tornaria cabo eleitoral de Lula, caso ficasse comprovada a participação do Planalto no caso Lunus.

Dia 14, capa, manchete secundária: *Roseana convoca imprensa para anunciar renuncia / MST quer formar o 'Estado do Pontal' / Sucessor de FHC terá de fazer novo ajuste*. Na página A4, ***NACIONAL*** / ***SUCESSAO Novo governo terá de recriar regras de ajuste /*** *FHC garantiu equilíbrio com aumento de tributos / Segundo estudo do bndes, é errado dizer que arrocho de despesas marcou atual governo*. Um quadro demonstrativo e os diversos boxes ilustram a posição de Oesp em relação ao papel do Estado: ***FHC, UM GOVERNO GASTADOR***. No box: *Foco na obtenção de reformas levou o governo a descuidar das contas* / *Equilíbrio nas contas a partir de 2004 depende de varias mudanças na Constituição / Governo atual criou um regime fiscal viável* / *Nas estatais, o investimento aumentou*. A avaliação da era FHC é positiva, apesar das criticas aos gastos e investimentos em estatais.

Outra preocupação de Oesp é explicar como Roseana Sarney se tornou *'carta fora do baralho'* e quem vai ocupar o seu lugar no cenário político. Na página A6, ***Ciro desafia Freire e vai negociar com PFL*** */ Mesmo contra a vontade do presidente do PPS, ele quer o apoio dos pefelistas*. E na manchete secundária uma entrevista com Leandro Martins, cientista político: *Para partido, melhor é não ter candidato*. Nos boxes, *'PSB pode recolher votos do PDT' / Para ele, 'aliança do PPS com Ciro não dura'*.

Nesta fase da competição, a preocupação com as alianças é grande. Todos os pré-candidatos buscam um vice que some votos e o apoio de grandes caciques da política nacional, o que não significa, contudo, que conseguirão apoio integral dos partidos. Vejamos como é interessante a política: ao buscar o apoio de um partido, na verdade o grupo do pré-candidato espera barganhar o apoio de grupos e nunca do partido como um todo. Nesta edição Dora Kramer analisa as alianças e conclui que os partidos e candidatos fazem tudo '***Por um punhado de votos'***.

Página A7, ***Serra amplia sua influencia dentro do governo*** */ Candidato tem transito fácil em todas as áreas estratégicas da administração*. A matéria informa sobre as relações de Serra com FHC e com o Governo e as considera muito boas, conclusão bem diferente da que estamos vendo na própria cobertura de Oesp, que mostra Serra sempre sorridente mas carente de apoios importantes, principalmente vindas do PSDB.

Dia 15, capa, manchete secundária: *PSDB quer dar cargos ao PFL por apoio a Serra*. A manchete secundária informa que *MST já invadiu 16 áreas em sua jornada nacional*, enquanto nas páginas A4 e A5, as manchetes principais são: ***PSDB quer PFL em eventual governo Serra / Bornhausen não considera chapa com Serra***.

A disputa entre PFL e PSDB cresce a proporções devastadoras para a candidatura Serra, como se a maior parte dos integrantes do partido tivesse se

tornado inimiga do candidato governista. Os diferentes grupos políticos que compõem o PFL marcham coesos contra um mesmo adversário: José Serra.

Dia 16, capa, manchetes secundárias, *Everardo prevê 'aumento pesado' da carga tributaria / Sem Roseana, Lula vai para 35% e Serra, para 18%*; a manchete informa o resultado da pesquisa Ibope.

O MST continua sendo observado negativamente por Oesp. Podemos afirmar que Oesp mantém uma linha editorial fortemente calcada na defesa inconteste do Estado mínimo, da propriedade privada e de menos taxação à produção. O modelo socioeconômico defendido pelo jornal se choca frontalmente com o modelo petista, mesmo depois que este se tornou 'light'.

O editorial de Oesp é o centenário ***NOTAS E INFORMAÇOES,*** localizado no alto da página A3. Na edição de hoje, o tema é **O *PFL paga por seus erros***. No box: *A confusão entre os pefelistas é resultado dos equívocos do seu comando*. Para Oesp, o PFL se mantém em compasso de espera, entre Ciro e, muito remotamente, Serra.

Uma observação importante sobre o editorial de Oesp é o seu envolvimento com a política: não vai se eximir de discutir, opinar, criticar e até tomar posição em favor de um candidato, como o fez em dois momentos significativos da campanha, conforme veremos mais adiante.

Página A4: ***Sem Roseana, PFL retoma dialogo com tucanos***. Na página A5, *Freire desautoriza articulações com pefelistas*. Para Dora Kramer: *PFL joga Ciro no pano verde*. O assunto da pauta continua sendo as articulações dos caciques do PFL que buscam se posicionar no cenário político nacional. Com a queda de Roseana, o partido ficou à mercê do seu principal aliado em nível nacional, o PSDB, mas as escaramuças e as desconfianças levaram os pefelistas a adotar posição de combate ao ex-aliado. Desfez-se, assim, a grande aliança que governou o país durante a era FHC e quem mais sofreu

com isto foi o candidato governista, que, mais do que perder aliados, ganhou adversários influentes e raivosos.

As últimas edições de Oesp têm apresentado uma cobertura completa sobre o PFL, suas possibilidades de aliança e a reação dos demais partidos e lideranças à sua movimentação no cenário político.

Dia 17, página A6, ***Ciro recebe carta branca para negociar com PFL /*** *Candidato do PPS recebe apoio dos aliados PTB e PDT, que tentam isolar Freire*. E nas charges o adversarismo entre Ciro e ACM, ex-atual-amigos-inimigos: cobras e lagartos saem da boca de ambos, Logo abaixo, há um quadro demonstrativo sobre o que um disse do outro nos últimos tempos. Na página A7, ***Cortejado, PFL só vai se pronunciar no fim de maio***. Nas manchetes secundárias, *PT põe porta-voz como escudo de proteção a Lula*. No lead a explicação: (*...) para 'controlar' exposição do candidato na mídia*. Dá para perceber, sem grande esforço, que Lula freqüenta pouco as páginas de Oesp.

Dia 20, novas repercussões sobre o que está acontecendo com as candidaturas diante da medida de verticalização imposta pelo TSE: ***Partidos negociam alianças informais para fugir de regra***. Manchete secundária**:** *FHC põe em duvida PT light e critica protecionismo de Bush*. Dora Kramer avalia o quadro nacional sob as novas regras do TSE, fala em 'coligações brancas' e bate em Lula.

Página A11, ***Ciro diz que verticalização deixa PT isolado /*** *Candidato critica 'prepotência' petista e Freire se diz 'aliviado' por livrar-se do PFL*. No lead: (*...) o candidato... foi ao ataque contra o PT, que, segundo ele, "pela primeira vez na historia esta só"*. O presidenciável explicou que *"não e só pela verticalização, mas pela mania prepotente de impor aos parceiros de sempre o seu candidato de sempre (...)"*. Página A12, ***Duvida de FHC: moderação do PT é eleitoral /*** *Presidente questiona se posição do partido não seria apenas para ganhar eleição.*

Dia 21, capa, manchete secundária: *MST ergue em SP sua maior escola*. Página A4, ***Pelo poder, esquerda adere ao pragmatismo*** */ Apoio de conservadores, hoje difícil por causa da verticalização, tem ganho eleitoral contestado.* No lead: *Direita, volver. Depois de três derrotas eleitorais e com algumas bandeiras esvaziadas, a esquerda brasileira começou uma corrida rumo ao centro. Como esse campo ideológico esta tomado pela coalizão PSDB-PMDB, os três candidatos de oposição foram para o outro extremo (...).* Na charge, os candidatos participam de um baile (dança das alianças) e tentam conquistar as mulheres (partidos). Nas mesas aparece o nome dos candidatos e seus possíveis aliados: Lula/PL; Ciro/PFL; Garotinho/PPB. Bem ao fundo, Serra já dança com alguém.

Na reportagem, Oesp traça um quadro comparativo sobre os partidos mostrando que as origens são diferentes mas os programas semelhantes.

Na página A6, ***O candidato que gosta de remar contra a maré*** */ Socialista e evangélico, Garotinho defende idéias de fazer os liberais tremerem.* Dora Kramer faz coro aos desafetos da candidatura Serra e lança *Aécio como alternativa a Serra*.

Diferentemente da cobertura da Folha, as idéias de Serra encontram bastante espaço em Oesp. Dia 23, A4: ***Meta de Serra é baixar juros de 6% ate 2005*** */ Tucano condiciona queda de taxa a mais na agressividade no comercio exterior*. Na foto, *Serra explica suas propostas durante reunião com empresários: "musica para os ouvidos" da platéia*. Em vez do tradicional antipático, Serra aparece como encantador. Nas manchetes secundárias: *PFL deve ser aliado tucano em SP; Racha pefelista abre espaço ate para apoio a Lula*.

Página A6, ***Esquerda avalia derrota na França e prega união*** */ Miro e Mercadante defendem entendimento, mas Lula evita comparar situação dos dois países.* A derrota socialista na França surge como um alento aos adversários da candidatura Lula, principalmente porque o petista esteve de braços dados com Lionel Jospin. Nesta edição Dora Kramer comenta: *As voltas que a democracia dá*. A articulista avalia com perplexidade a votação obtida por Le Pen e atribui

a derrota socialista à omissão dos eleitores (de não-direita) no processo eleitoral, concluindo: *A França mostrou que não basta ter democracia. É preciso exercê-la.*

No dia 24, José Neumane, outro dos articulistas de Oesp, também adversário petista, sentencia, com todas as letras: Lula é um político profissional, despreparado, oportunista, que vive às custas do partido e tem como modelo ditadores e fracassados, como Fidel e Jospin.

Na página A6, Dora Kramer questiona o 'lulismo' de última hora em *Amor, mas um estranho amor*. *"Deve ser o outono. Mas, também pode não ser. Esse repentino e estranhíssimo amor que a direita resolveu externar pelo candidato Luiz Inácio Lula da Silva dá margem a duas leituras. Uma, reafirma a certeza de que a natureza humana não falha nunca e guarda relação com a sincera convicção vivida por Paulo Maluf, Antonio Carlos Magalhães e o presidente da Confederação Nacional da Industria, ex-ministro Fernando Bezerra – entre outros -, de que Lula tem grandes chances reais de se eleger presidente em outubro (...)*". A segunda conclusão de Kramer é de que seria pura pressão contra Serra, no intuito de fazê-lo abrir concessões em seu programa de governo. Esta conclusão merece uma pergunta: será que Dora Kramer acha mesmo que Serra é o último bastião da moralidade e que precisa de um joguinho dessa natureza para 'abrir' sua agenda para o empresariado nacional?

Na página A8, ***Ibope confirma vantagem de Lula sobre rivais*** */ Ele mantém 35% das intenções de voto; Serra registra 18% e Garotinho, 16%*. No box: *Petista vence em toda simulação de 2º turno*. Notamos que Oesp não tem divulgado divulga as pesquisas na capa.

No dia 25, ***FHC cobra união de tucanos em torno de Serra*** */ A pedido do PMDB, presidente interfere em conflitos regionais para acelerar campanha*. Na foto, *FHC: avaliação predominante é a de que Serra não pode fugir da condição de candidato do governo*.

Dia 26, João Mellão Neto, no artigo da página A2, analisa o perfil dos candidatos e questiona as chances de governabilidade num eventual governo Lula.

A governadora-Cinderela aparece em destaque, *Benedita com a família, no Palácio Laranjeiras: "o fato de um casal negro ter chegado ate aqui não significa que acabou o preconceito"*. Na foto, *Benedita assume com 'naturalidade' / Governadora diz que se acostumou a conviver com o luxo quando era domestica*.

Dia 27, capa, manchete secundária, *Serra diz que o Brasil corre risco de 'sair do rumo'*. Na página A7, ***Brasil corre risco de repetir Argentina, diz Serra /*** *"Dependendo do resultado", país pode descarrilar e perder o rumo, avalia candidato*.

Dia 29, página A4, ***PFL avalia hoje a forca de Serra no partido /*** *Contas de alguns pefelistas indicam que o tucano teria o apoio em pelo menos 10 Estados*. Interessante, já que em edições anteriores, Oesp contabilizava que Serra tinha somente 6 votos, num total de 118. Na página A7, ***PT e MST 'esquecem' o líder Rainha na cadeia do Pontal /*** *Preso desde quinta-feira, ele só recebeu, ate agora, a mulher e um auxiliar, Sergio pantaleão*. Oesp em mais uma de suas ofensivas contra o Movimento dos Sem-Terra.

No dia 30, capa, manchete secundária, *Banco reduz recomendação do País por causa de Lula*. Na página A2 artigo de Sandra Cavalcanti, Quem *vai garantir a governabilidade? / Será que Lula, Serra, Ciro ou Garotinho imaginam que vão governar sozinhos?*. Na página A4, ***Efeito Lula repercute em Wall Street e Malan reage /*** *Para ministro, redução da classificação da divida do Brasil por conta de pesquisa é "equivocada"*, mas na foto, outra visão do ministro: *Malan: decisões petistas causam "uma enorme confusão na cabeça de um simples leitor como eu"*. No box: *Para ele, PT não tem orientação definida*. As informações destacadas por Oesp confundem mais do que esclarecem. Nas manchetes secundárias, *Pesquisas não afetam rating no longo prazo / Bancos reduzem*

exposição ao Brasil / Morgan Stanley e Merril Lynch vêem na ascensão de Lula risco maior para os títulos do País.

Na página A5, ***Serra critica rebaixamento dos papeis da divida /*** *Para candidato, banco e corretora estrangeiros estão 'contaminados por pesquisismo'*. O candidato governista, obviamente não fala na posição de seu adversário. Na manchete secundária, no fim da página, *Lula pede mais respeito a instituições internacionais*. Detalhe: se o problema foi com Lula, porque a palavra de Serra é que veio na manchete?

Na página A7, a palavra elogiosa de um ex-amigo ressentido vale mais do que tudo: ***Serra está consolidado, diz Tasso /*** *Apesar dos apelos do PFL, ex-governador garante que não se candidata*.

Notamos que, no mês de abril, Oesp tenta comprovar a viabilidade e a consolidação da candidatura Serra. Os articulistas criticam fortemente a candidatura Lula, num tom quase agressivo. Ciro e Garotinho permanecem ausentes da cobertura.

MAIO: linda, loura e sorridente; ela chegou, finalmente!

Nos primeiros dias de maio, notamos uma reação de Oesp quanto às avaliações das agências de risco, num sinal de que, com o nacionalismo à brasileira em alta, mesmo os mais liberais tremem diante da intromissão estrangeira. Notamos ainda que a narrativa de Oesp faz abundante uso dos termos esquerda e direita. Em outros tempos, já não se tinha recomendado que estes termos seriam ultrapassados? Outro ponto que chama a atenção é a constante contraposição entre Lula e FHC, o que talvez seja uma forma de demonstrar que o petista nunca vai ter o garbo intelectual do estadista tucano.

Dia 3, capa, manchete principal: ***Efeito Lula faz mercados desabarem*** */ A bovespa teve a maior queda do ano, o risco País e o dólar subiram; "Bolsa cai ate quando o grêmio perde", reagiu Lula*. Na página A2 João Mellão Neto se confessa em *O encantador de serpentes / Fernando Henrique vai deixar saudades. Ate mesmo a quem hoje ele se opõe*.

Dia 4, capa, manchete secundária, *Bancos ficam divididos sobre os riscos do Brasil*. No editorial, *O 'risco Lula' e o 'fator memória' / A verdade é que Lula e o PT alimentaram por bom tempo o medo do calote*. No lead: *São controvertidas, mas não necessariamente destituídas de fundamento, as advertências de corretoras e bancos estrangeiros (...)*. Será que o nacionalismo feneceu diante das urgências do cenário eleitoral? As páginas A4 (com Lula), A5 e A6 (com Serra), apresentam a avaliação do mercado sobre o Brasil. Foi nesta época que Lula afirmou que o Brasil era tratado como uma republiqueta.

E nada de corrida de cavalos nas páginas de Oesp, pois o espaço concedido à candidatura Serra é semelhante ao que tem Lula em termos de quantidade e melhor, em termos de conteúdos favoráveis.

Dia 5, capa, manchete secundária, *PSDB tenta atrair PFL para aliança contra Lula.* Na página A4, ***Wall Street mantém cautela em relação ao Brasil*** */ Bancos alegam que só estão protegendo os clientes*, diante da alta de Lula nas pesquisas / *Dependência do capital externo afeta classificação*. Oesp publica um gráfico contendo o ***EFEITO LULA*** sobre os índices econômicos. No Box: *Aposta das instituições mudaram de otimistas para neutras.* A seguir em outro box: *Analista sugere mudança tributaria*, enquanto nas manchetes secundárias, *Eleição atrapalha esforço para limpar nome do Brasil / Mercado não esquece do tempo em que o PT defendia a moratória da divida externa*. Oesp só não explica ao eleitor porque o Brasil não "limpou" o nome antes do período eleitoral.

Na página A5: **PSDB corre para obter apoio do PFL a Serra /** *Preocupação é o risco de vitória de Lula já no primeiro turno, caso Ciro ou Garotinho desistam.*

Surge então o caso Ricardo Sérgio.

Dia 6, página A5, o caso Ricardo Sergio, ***Serra classifica denuncia de 'leviandade' /*** *Tucano promete processar autores de reportagem, mas aliados vivem inquietação*. Manchetes secundárias*: Dividida, oposição quer CPI sobre venda da Vale / Adversários não sabem se investigação deve se restringir só a Ricardo Sergio ou ir além.*

Dia 7, capa, manchete secundária, *Caso Vale: para FHC, denuncias 'requentadas'*. Na página A2 artigo de Jarbas Passarinho, outro que não é nem um pouquinho simpático a Lula. Página A4, com foto, ***FHC comanda operação para reverter a crise /*** *Em encontro no planalto, presidente prega a união entre os aliados do governo e luta para garantir um bom final para seu mandato*. No box: *Incômodo maior é a briga entre tucanos*. Na manchete secundária mais FHC, com foto: *'Não devemos ficar aflitos ao diz-que-diz* e no box: *'Quando chega a fase eleitoral, aumenta mais ainda, aguça mais essa vontade, enfim, de ver escândalo em toda a parte'*. Em outro box: *'Há um candidato que sempre decolou, que foi o Lula, e nunca aterrissou. Levantar vôo não é fácil. Veja o caso do Serra. Ele chegou ao segundo lugar em abril, não é desprezível'*.

Em vários momentos da campanha Oesp usará o capital político de FHC para criticar, elegantemente, a candidatura Lula. É bem verdade também que o tratamento concedido a FHC e ao governo é bem diferente da postura crítica da Folha e mesmo da tentativa de distanciamento de O Globo.

As páginas A6 e A7 são concedidas ao candidato governista e ao caso Ricardo Sérgio, em foto colorida: ***Serra pede apuração, mas não vê motivo para CPI***. Dora Kramer avalia os estragos feitos justamente por aqueles que deveriam estar no campo dos amigos: *No PSDB, inimigo é linha auxiliar / Os tucanos são imbatíveis, sofisticados e persistentes na arte de praticar a autofagia*. A jornalista faz uma referência explícita ao boato de que a denúncia teria partido do tucano Paulo Renato, ministro da educação de FHC.

No dia 9, capa, um alento ao desempenho governista é mostrado em manchete principal, com infográfico: ***Mortalidade Infantil no País caiu 38% /***

Dados do censo 2000 do IBGE revelam ainda que a escolarização e o consumo cresceram e a renda caiu. Na página A6, ***Chance de aliança com Lula é zero, diz Ciro/*** *Candidato do PPS critica falta de experiência de petista e faz acusações a Serra* e na foto, *Ciro: 'Lula tem a incrível fragilidade de desejar como primeira experiência administrativa a Presidência'*.

Ciro é manchete quando ataca Lula ou quando se encontra envolvido em polêmica negativa.

Na página A8, manchete secundária, o ex-ministro Maílson da Nóbrega profetiza: *Lula vai perder de novo*. Oesp não explica, contudo, as bases ou motivações para tal declaração. O discurso de Maílson da Nóbrega é um uso típico da palavra de especialista para atacar uma candidatura sem que o jornal ponha em risco sua credibilidade enquanto fonte de informação.

Dia 11, capa, *Pesquisa que mostra Serra em segundo alivia mercado / Bolsa, que estava em queda, subiu e o dólar, que vinha se valorizando, caiu*. Página A6, *Pesquisa confirma Lula na frente e Serra em 2º*. O infográfico apresenta Lula com 39,4% e Serra com 22,8%. O instituto é Toledo & Associados.

Dia 14, manchete secundária, *Pesquisa eleitoral que ainda nem foi feita derruba mercado*. Página A6: ***Lula critica 'terrorismo barato' do mercado /*** *Para ele, situação da economia 'não esta boa' e sua subida nas pesquisas não interfere*. Na manchete secundária, *PL trabalha para formalizar aliança com PT*. Dora Kramer avalia o quanto as mudanças de Lula poderiam atrair a confiança do eleitor. Na página A7: ***Serra sai em busca de 'contatos populares' / PSDB*** *quer intensificar viagens do candidato para obter maior proximidade com eleitor*.

Ao que parece, as reações do mercado não preocupam Oesp, como pode ser percebido no fato de ser ressaltado, na capa, as possíveis reações do mercado diante de uma pesquisa que nem havia sido feita. O que parece incomodar, realmente, é a dianteira que Lula estava tomando, já vestindo um 'uniforme mais light'.

Dia 15, editorial, *Lula – o virtual e o real / O que esta nos documentos do PT é muito diferente do que Lula anda dizendo.*

FHC (governo e liderança) e a candidatura Serra estão sempre muito bem posicionados na cobertura de Oesp.

Dia 18, capa, manchete secundária, *Para o mercado, programa do PT contraria discurso*. Na página A6, ***PT da estabilidade contradiz PT da ruptura** / Para consultoria, plano mostra que discurso light de Lula não condiz com diretrizes do partido*. A foto mostra Antonio Palocci junto a Lula: *"A tradição dos governos do PT é de grande responsabilidade fiscal"*. Abaixo da foto: *Palocci rejeita interpretação do mercado / coordenador do plano petista diz que diretrizes estão 'carregadas' e promete 'traduzi-las'*. No box: *'O PT não vai romper contrato de concessão'*. A entrevista com Palocci é usada na especulação sobre temas e termos da proposta preliminar de governo do PT.

Dora Kramer comenta sobre os candidatos a vice de Serra e a queda do mais recente indicado, Henrique Alves. Esta edição analisa as desavenças e atropelos na escolha do vice de Serra. Na página A8, com foto: ***Ciro ataca idéias antiglobalização do PT** / candidato diz que falta projeto para o partido; governo é acusado de 'submissão e passividade'*. Na manchete secundária: *Garotinho não admite falar de renuncia em favor de Lula*.

Dia 19, entrevista de página inteira com Serra: ***'Não me preparei na vida para enfrentar factóides'***. Na página A7, ***PT prepara respostas para anular 'fator Lula'***. Na verdade a página está sobrecarregada com textos repletos de desconfianças em relação a Lula e ao PT.

Dia 20, capa, manchete secundária, *Avanço de Lula reaproxima o PSDB do PFL*. Na página A2 mais um artigo de Denis Rosenfield, filósofo e professor da UFRGS, declaradamente antipetista, assíduo naquela página, que naquela edição pôs Lula, Cuba, MST, Che Guevara e outras referências de esquerda no mesmo saco de encrencas.

Nota-se que a maioria dos artigos publicados na página A2 contém análise negativa da candidatura Lula. Neste rol encontramos Jarbas Passarinho, João Mellão Neto, José Neumane, Sandra Cavalcanti, Denis Rosenfield entre outros.

Dia 21, manchete secundária, capa, *Europeus dizem não temer eleição; Lula prega 'ruptura'*. Na página A2 nova investida de Jarbas Passarinho contra Lula e o PT. Página A6, *Serra detalha promessas para ser diferencial / Em simpósio de industria farmacêutica, tucano defende remédios subsidiados*. Na foto, *Serra: promessa de aumentar para até R$ 3 bilhões os gastos com o Programa de saúde familiar*. Na manchete secundária, abaixo da foto, *'Será Rita ou Simon', diz Michel Temer,* o cacique peemedebista está indicando o vice de Serra. Na outra manchete secundária, *Candidato vão ao exterior após convenção / Principal objetivo é conhecer experiências bem-sucedidas na área social em vários Países*. E na coluna de Dora Kramer, *Uma opção pragmática / Serra gosta de Rita, mas para ganhar prefere Pedro Simon como vice*.

Há uma relação de continuidade estabelecida na página A6, que traz a coluna de Dora Kramer: nela Serra sempre aparece opinando sobre algum tema da agenda pública, expondo seu programa de governo, dando dicas sobre o (bom) andamento da sua candidatura. Esta observação reforça a hipótese dos lugares narrativos como fornecedores da lógica discursiva do jornal em relação ao acontecimento observado.

Dia 22, capa, manchete secundária, *FHC alerta para perigos de um sucessor 'incompetente'*. No lead: *O Brasil corre o risco de virar uma Argentina (...)*. Página A4, ***Para FHC, sucessor incompetente é um perigo** / Presidente cita exemplo da Argentina e adverte que 'tranqüilidade se desfaz em pouco tempo'*. No box, '*Reação do mercado foi 'um pouco exagerada'*. Na legenda da foto mais análise de FHC: *"Se não tiver competência, respeitabilidade e coragem para tomar decisões difíceis, desanda"*. O presidente, d. Ruth e ministros como Malan seguem opinando sobre o cenário eleitoral o que se tornou uma estratégia

narrativa constante em Oesp. Na página A5 tem foto, entrevista e o programa do PSDB: ***Serra diz que gostaria de manter Fraga no BC***.

Na página A6, a coluna de Dora Kramer está ao lado de reportagem sobre a decisão do PMDB, se Rita ou Simon. Os resultados da pesquisa Ibope, que mostravam a vantagem de Lula, aparece numa manchete secundária, no fim da página. Lula aparece na página A7, enquanto Garotinho vem na A8, dizendo que, apesar do apoio que Serra tem, os percentuais de ambos são quase iguais. Tinha razão o candidato-evangélico, mas o problema estava no modo como eram índices são divulgados.

Dia 23, capa, manchete secundária, com foto, *Serra escolhe Rita Camata: uma vice 'leve e agradável'*. Afinal, quem escolheu Rita, Serra ou os caciques do PMDB? A página A4 fica inteira para Rita, seu charme, sua competência e seu novo par: Serra. Página A6, ***Lula diz não temer negociação com os EUA***. Nas manchetes secundárias: *Vox Populi reafirma vantagem do petista / Ibope divulga pesquisa e nega nova subida de Lula*.

Dia 24, coluna de João Mellão Neto, *Ajuda aí, ô Serra / ele é um bom sujeito, tudo bem. Mas, Sr. Presidente, peça-lhe que não atrapalhe*. No editorial, *O Lula autentico e o 'dr. Strangerlove' / Somente quando se solta é que o candidato diz o que de fato pensa*. Na página A6, com foto de Rita vibrando e seu novo par, ***Serra quer transformar Brasil em 'potencia social'***. Na coluna de Dora Kramer, ***Tudo pelo cordial / Com Rita, o PMDB optou pela política de boa vizinhança com Serra***.

Notamos que a escolha de Rita Camata para vice deu um novo ânimo à candidatura Serra, além de novas possibilidades de ocupação dos diferentes lugares narrativos do jornal. Rita é mulher, jovem, bonita e inserida na política. Oesp vai explorar todos os ângulos de seu sorriso, suas poses e sua trajetória de vida. Rita passa a representar o lado simpático e agradável da sisuda candidatura governista.

Dia 29, capa, ***Para IBGE, PIB indica retomada do crescimento***. Na manchete secundária, *Lula defende Quércia e acha 'ótimo' seu apoio*. No editorial, *Lula e a autocrítica de Mercadante / A linha "justa" ditada por Lula prevalece sobre a analise lúcida*. Para Oesp a ditadura do PT impõe uma linha de pensamento mesmo aos petistas mais lúcidos, como Mercadante. No caso, Lula aparece como aquele que não tem nenhuma lucidez política.

Na página A6, com foto, ***Lula defende Quércia e coligação com PMDB / Petista elogia o dialogo entre os partidos e diz que 'será ótimo' se o apoio for consolidado***. No box, *'Todas as denuncias tem de ser apuradas e comprovadas. Nenhuma condenação foi concretizada contra o Quércia ate agora'*. Na manchete secundária, *Quércia vai propor aliança formal com PT*. A coluna de Dora Kramer ataca a aliança, em *Ecumenismo eleitoral / Na era do pragmatismo é perda de tempo cobrar coerência ideológica*

Dia 30, manchete secundária, *Para Quércia e Lula, as farpas ficaram para trás*. Página A6, ***'Farei tudo para ficar com o PMDB', diz Lula** / Candidato afirma que, em busca da aliança, seu partido não vetará nem Quércia*. Oesp organiza um quadro demonstrativo para lembrar o passado da relação PT-Quércia: *A TROCA DE FARPAS*. Na manchete secundária, abaixo do quadro, *'Não se faz política olhando o passado'/ Quércia diz que se identifica com projeto petista e quer derrubar aliança PSDB-PMDB*. No box: *'Se for olhar o passado, você cai no chão e ninguém faz acordo com ninguém'*. Outras manchetes secundárias: *Ex-governador ainda tem contas a prestar na justiça / Uma aliança que deixa a esquerda do PT arrepiada*. Dora Kramer arremata a análise: *Do avesso, de trás para frente / Mais um pouco, e o PT vai desmoralizar sua política de alianças eleitorais*. Interessante notar que assuntos negativos envolvendo o PT ou Lula freqüentemente ficam situados na página A6, ao lado da coluna de Dora Kramer.

JUNHO: o nome é de santo, mas o caso é de polícia

Dia 2, capa, manchete secundária: *'PT esta todo travestido', diz José Aníbal'*. Página A5, ***Serra cresce e atinge 20%, mostra pesquisa*** */ Tucano sobe 4 pontos e esta em segundo, de acordo com levantamento feito pelo Vox Populi a pedido do PSDB*. Uma questão interessante é que Oesp só vai fazer menção ao percentual de Lula no meio da matéria, que é de 40% numa pesquisa encomendada pelo próprio PSDB. Na A6, ***'O Brasil melhorou, apesar do Mercadante e do PT'***, uma página inteira, com foto, para José Aníbal, liderança do PSDB.

Dia 4, novas oscilações do mercado, novas oscilações nas alianças. A página A7 traz nova foto, em cor, de Serra e Rita, passeando de barco e fazendo o 'V' da vitória! Mas enquanto o par governista e as lideranças que os apóiam estão constantemente nos melhores lugares narrativos de Oesp, as candidaturas de Ciro e Garotinho têm cobertura pífia.

Dia 6, capa, manchete secundária, g*overnistas do PMDB tentam isolar rebeldes*. Na página A4, com foto em que FHC aparece abraçando Rita Camata, ***Governo faz ofensiva para conquistar PMDB***, todos os detalhes da relação PMDB-Serra-Governo são esmiuçados positivamente. Página A5, ***Lula investe no desgaste da aliança PSDB-PMDB*** */ Petista assedia rebeldes peemedebistas com o objetivo de atrapalhar o jogo de Serra*. Na manchete secundária, *Acordo com PL fica cada vez mais distante*. Em resumo: além de não conseguir suas próprias alianças o PT quer estragar os acordos alheios. Na página A6 a reportagem mostra que Lula pretende interromper ou rever as privatizações feitas por FHC.

Dia 8, capa, principal, ***Rumores sobre pesquisa aliviam mercado*** */ Dados seriam favoráveis ao candidato do governo e fizeram o dólar cair e a Bolsa subir*. Página A4 com foto, ***FHC ataca 'sabidos' e defende sua política social***. A5 com

foto, ***Serra vê 'nervosismo injustificável' na economia*** */ Candidato diz que ganhará a eleição, a crise vai se esvaziar e haverá queixas de quem apostou no pio*r.

Uma lembrança: a página A2, além dos mencionados articulistas anti-Lula e anti-PT, traz freqüentemente um artigo do petista José Genoino sobre temas da agenda pública. É a pluralidade, em Oesp.

Dia 9, capa, principal, ***Fiesp propõe pacto mínimo aos candidatos*** */ Presidente da entidade pede deles sinais claros ao mercado financeiro de que não haverá ruptura*. Na manchetes secundárias: *PT e PPS fazem convenções neste fim de semana* / *Para FHC, é hora de afastar 'fantasmas' / BC se prepara para sete meses de turbulência / Discurso petista desestimula o credito no Brasil*. Na página A4, manchete secundária, com foto, o candidato ausente: *Frente faz festa para Ciro em sua terra natal*. Na página A6, a foto do deputado João Paulo Cunha e a manchete principal: ***Crise no mercado faz PT propor rede de proteção*** */ Comando da campanha de Lula intervém para afinar discursos de seus economistas*. Na página seguinte: ***Fantasma do PT ofusca festa de Garotinho***.

A edição do dia 10 traz Serra, José Aníbal e FHC ocupando os melhores lugares narrativos e sempre por meio de um discurso substancialmente positivo. A campanha petista aparece somente na página A5: ***Petistas reagem à idéia de aliança com Quércia***.

Dia 11**,** capa**,** manchete secundária, *PT homologa Lula, mas não define o vice; PSB define Garotinho*. No editorial, *Uma idéia boa para o PT e o país / Compromisso entre os candidatos pode dar mais segurança ao mercado*. A página A4 repetindo outras anteriores mostra as ações do governo federal e na página A5, com foto de Ciro: ***Vice de Ciro terá de dar explicações ao TST*** */ Paulinho é acusado de desvio de recursos do Fundo de amparo ao trabalhador*. Na manchete secundária, *Candidato afirma que 'terror' eleitoral favorece Serra / Na convenção de PPS, PDT e PTB, candidato se define como nome 'que não oferece risco de ruptura'*. Página A6, ***PT rejeita tese do caos e quer debate com PSDB*** */ Ao homologar quarta tentativa de Lula, petistas rejeitam acusações de tucanos*.

Dia 15, manchete secundária: *PSDB e PMDB oficializam hoje chapa Serra-Rita*. Na página A2 artigo de Mauro Chaves, outro dos articulistas freqüentes e críticos da candidatura Lula: *Despudorada pregação de enganação / Nem marketeiros nem dirigentes petistas tem o direito de fazer Lula de marionete*. O autor afirma que Lula está sendo obrigado a 'desdizer' tudo o que dissera tempos atrás. No editorial, *Reação de causa e efeito / Lula assusta o mercado ao prometer que cuidará da estabilidade a sua maneira*. As páginas A4 e A5 noticiam a festa que oficializou a chapa Serra-Rita, cuja chamada estava na capa. Na página A8, ***Lula teme o 'voto do medo' nas eleições***. Na manchete secundária: *'PT manterá metas de inflação', diz Mantega*.

Nem é preciso reafirmar que a linha editorial seguida por Oesp é claramente pró-Serra e anti-Lula. O candidato governista ocupa os melhores lugares narrativos, sempre numa performance proativa. Quem aparece batendo em Lula são as lideranças que dão suporte a candidatura governista e raramente Serra. O presidente Fernando Henrique Cardoso é extremamente bem avaliado e as ações do governo federal tinham divulgação constante.

Outra questão que merece destaque, são as freqüentes exigências dos agentes econômicos, para que os candidatos se posicionem sobre os temas de interesse do meio.

Dia 16, capa, ***'Vou ser um presidente exportador', diz Serra*** */ Candidato também promete ser 'caixeiro-viajante' e 'lobista dos produtores agrícolas'*. A chamada faz referência a discurso proferido pelo candidato na convenção realizada na noite anterior. Nas manchetes secundárias, *Para analistas, Brasil vai superar turbulência / Programa econômico do PT deve vir sem metas*. A página A2 traz artigo de Sergio Fausto, *O eterno presidenciável / Candidato petista não espelha o perfil de um Jospin, Blair ou Ricardo Lagos*, e de Carlos Alberto Monbauer: *Lula e a síndrome do revolucionário bom / Esse tipo não existe, assim como não será uma espécie benigna de caruncho*. É surpreendente que

praticamente todos os artigos da página 2 tenham como objetivo atingir negativamente a candidatura Lula.

As páginas A4, A5 e A8 noticiam a convenção Serra-Rita mas os conflitos divulgados tanto pela Folha quanto por O Globo são minimizados na cobertura de Oesp. E na página A10, ***Programa do PT hoje decepciona mercado***. Há uma página inteira para tratar das incoerências e divergências internas do PT.

Dia 17, capa, manchete secundária, *Oposição aposta na catástrofe, diz o candidato Serra*. Na página A2, artigo de Denis Rosenfield: *Carta a Lula / Adota o senhor a máxima "faça o que digo, mas não faça o que faço"*. No editorial, a pista (ou declaração) que faltava para a análise sobre as estratégias adotadas por Oesp até o momento: ***A união em torno de Serra*.**

Parece-nos que a partir deste momento da competição, definitivamente Oesp cerrou fileiras em favor de Serra e contra Lula.

Dia 20, capa, principal, ***PT é acusado de cobrar propina para campanha /*** *Irmão do ex-prefeito de Santo André revelou ao MP como era o esquema.* Página A4, ***PT é acusado de recolher propina para campanha***, a denúncia ocupa toda a página incluindo as manchetes secundárias, *Genoino desconfia de 'armação' contra o partido*. Página A5 com foto: ***Lula defende a inclusão de Cuba na Alca***. Na manchete secundária: *Para especialistas, discurso de petista não ajuda nada*. Detalhe: há sempre um especialista para 'desconstruir' as propostas da candidatura Lula, especialmente se proferidas pelo próprio candidato.

Dia 21, capa, principal, com foto: ***MP pede a prisão de 6 pela denuncia de caixa 2 no PT /*** *Grupo é acusado de comandar esquema de arrecadação em Santo André; presidente do PT diz que denuncias são calunias*, enquanto na legenda: *Decepção - João Francisco Daniel, irmão do prefeito assassinado: "O PT ficou igual aos outros partidos. Por isso resolvi falar"*. Na manchete secundária: *Agencia rebaixa divida brasileira e mercados caem*. Na página A2, João Mellão

Neto, o articulista*: Haja hipocrisia / Não existe campanha barata. O que existe é candidato mentiroso.* E no editorial: *O caixa 2 do PT / Sustentam os procuradores que o ex-prefeito tinha ciência de tudo.*

Na página A4: ***Denuncias contra PT leva a pedidos de prisão*** */ Seis acusados podem ir para a cadeia, entre eles secretario de Santo André e empresário.* No box: *Ministério Público quer quebra de sigilo*. Oesp cria um quadro demonstrativo com nomes e fotos: *O CAMINHO DO DINHEIRO*. Nas manchetes secundárias: *Promotores já reuniram 60 mil documentos / Advogado dos acusados acham iniciativa absurda / Brindeiro diz que vai analisar acusações.*

Página A5, ***Deputado diz que foi ameaçado pelo 'esquema'***, com entrevista e foto de João Francisco Daniel: *"Lógico que tenho medo (de morrer), mas não posso viver com essa angustia"*. Abaixo, manchete secundária: *'O PT era honesto, mas ficou igual a qualquer partido', diz irmão de Daniel*. Na página A6, com foto, José Dirceu contesta depoimento e acusa Serra. Ao lado, a coluna de Dora Kramer, que aceita as denúncias: *O pragmatismo necessário / Talvez agora sejam esclarecidas as razões da morte de Celso Daniel.* Numa manchete secundária de final de página: *Ciro responsabiliza PSDB pr denuncias*. Na página A7, ***Denuncia não afeta aliança, diz presidente do PL***.

Conforme veremos com mais freqüência nas próximas edições, Oesp noticia o caso Santo André num tom muito desfavorável para o PT, diferentemente da Folha, que fez uma cobertura ampla mas polifônica, dando espaço para todos os envolvidos apresentarem suas versões. Isto é bastante interessante e nos faz lembrar que o caso Ricardo Sérgio, por exemplo, praticamente não recebeu nenhuma cobertura e não teve repercussão em Oesp.

O tema é tratado exaustivamente pelos articulistas da página A2 e até mesmo por Dora Kramer.

Uma observação pessoal: o mundo pode cair, mas todas as fotos de Rita dão a impressão de ‘frescor’ e jovialidade. Uma mulher sorridente, tranqüila e ativa.

Dia 24, capa, ***‘Problema do Brasil é 100% político’, diz Greenspan*** */ Segundo Stanley Fisher, ‘as duvidas estão todas concentradas no que Lula fará’, se eleito.* Na manchetes secundárias: *Compromisso de Lula veio tarde / Empresaria pagou R$ 2mi de propina em Santo André.*

A página A4 mostra a posição do mercado, tema que já havia aparecido na capa. O assunto e o termo ‘compromisso’ referido na manchete secundária dizem respeito ao documento intitulado ´Carta ao Povo Brasileiro´, divulgado na noite anterior e que lançou as bases do programa econômico petista. Oesp deu pouca importância ao documento e insinuou que não ajudaria a melhorar o humor do mercado em relação à candidatura Lula. A página ainda contém as críticas de Ciro e Garotinho ao documento, candidatos invisíveis que aparecem somente quando seu discurso é contrário ao de Lula.

Página A5, ***PL indica vice de Lula, mas ainda espera PSB*** */ Valdemar Costa Neto admite rever nome, mas dirigentes do PT não querem mudança*. Na manchete secundária: ***Alencar afirma que não há motivo para temer Lula*** */ Senador mineiro é indicado vice na chapa PT-PL, mas pode abrir mão, caso necessário*. A foto mostra Lula, Alencar, Dirceu e Costa Neto de mãos dadas e punhos erguidos. Vale lembrar que a convenção que homologou a chapa Serra-Rita ganhou 4 páginas na véspera e mais 4 para a própria convenção enquanto a homologação da chapa Lula-Alencar ganhou somente meia página.

Dia 25, capa, ***Efeito Serra derruba risco-País*** */ Pesquisa mostrando crescimento do tucano eleva valor dos títulos brasileiros e o ibovespa*. Na manchete secundária: *Acusados em Santo André são doadores de campanha do PT.* Na página A6 com foto: ***Lula compara FHC ao comandante do Titanic*** */ Para petista, país pode virar uma Argentina se governo não desviar de ‘enorme iceberg’*.

Nesta página Dora Kramer analisou se Garotinho ficaria na disputa ou se renunciaria. Na página A7, ***Serra sobe e Lula cai em nova pesquisa da CNT*** */ Com 20,9%, senador se isola em 2º lugar; petista tem queda de 4 pontos e aumento da rejeição*. O infográfico apresentou Lula com 36,1%.

Dia 26, no editorial, *O nome do iceberg / O "Efeito Lula" não é o único fator de instabilidade, mas o mais importante*. Oesp responde ao discurso de Lula divulgado na edição de ontem.

Na página A4, ***Malan elogia carta de Lula, mas critica demora*** */ Ministro considera compromisso importante, mas critica fato de petista não tê-lo assumido antes*. No box, *Serra classifica iniciativa de 'positiva'*.

Conforme notamos na análise dos outros periódicos a 'Carta ao Povo Brasileiro' teve excelente repercussão junto ao empresariado nacional, daí uma leve mudança de tom por parte de Oesp, que, para contrabalançar, abriu espaço também para o candidato governista e o ministro da fazenda opinarem.

A5, com foto, ***Serra propõe fechar fronteiras contra trafico*** */ Medida será aplicada em caso extremo contra Países produtores de drogas e fornecedores de armas*. Nas manchetes secundárias, *Candidato acha que Garotinho não deve desistir* (Serra) */ Ciro já preocupa estrategistas do PSDB / Com crescimento de candidato do PPS, tucano gostaria de confronto, mas comando é contra / Diretor do Sensus explica porque tucano cresceu*. Afinal de contas quem está crescendo: Ciro ou Serra? Na página A6, com foto, destaque para o candidato-evangélico que raramente aparece ***'Diga ao povo que eu fico', reage Garotinho***.

As próximas edições divulgam intensamente o caso Santo André, que ocuparia todos os lugares narrativos importantes. Dora Kramer critica a postura de Lula e do PT frente ao caso e faz comparações com os modos políticos da família Sarney.

Dia 28, manchete secundária: *PT tira 'ruptura' de programa para acalmar mercado*. Na manchete secundária: *Investigação do MP em Santo André chega a*

Celso Daniel. A página A4 é para FHC e na A5, conforme manchete de capa, o mercado e a palavra ruptura presente ou ausente do programa do PT. Nas páginas A6 e A7 o caso Santo André. Dora Kramer fala da péssima relação entre Ciro e Serra, prevendo que o tucanato lançaria chumbo grosso contra Ciro.

Na página A8 com foto, **Lula compara Polícia Federal ao Dops e Gestapo**. Nas manchetes secundárias: *Para candidato, valor de suposta propina é 'troco' / Petista defende depoimentos na CPI em sessões abertas*. Noutra foto, *Reale, com deputados do PT: "Não vejo nenhum indicio do uso do Ministério com objetivos políticos"*. Logo abaixo uma manchete secundária: *Reale rechaça acusações de ação política.* Página A9, **Serra cobra explicação da PF sobre grampo**. O candidato aparece numa foto colorida, de joelhos, rezando na Igreja do Senhor do Bonfim, na Bahia, o que se tornaria uma constante na campanha do governista.

Dia 30, ***Economia vira centro do debate político*** */ Temas como o superávit primário estão monopolizando o debate sucessório*. Na manchete secundária, *PT oficializa coligações, mas Alencar é vaiado*. Vale lembrar que os outros jornais revelaram o tumulto ocorrido na convenção que emplacou a chapa Serra-Rita e que Oesp, na ocasião, não deu nenhum detalhe do ocorrido. Na manchete secundária: *Denunciado por propina esta ligado a 36 empresas*.

Página A4, ***Economia ganha espaço inédito na campanha***. A edição traz fotos dos presidenciáveis e um quadro a quadro com *AS IDEIAS DE CADA UM / As propostas dos candidatos ao Planalto para a economia do País*. Na página A5 um resumo das idéias de cada candidato: ***Lula incorpora metas estabelecidas por FHC /Serra persegue crescimento econômico com estabilidade / Ciro propõe substituição de 52 impostos por apenas 5 / Garotinho promete mínimo de R$ 400 e redução de juros***. Página A6, ***Governar só é fácil no papel, dizem economistas*** */ Especialistas apontam discrepância entre propostas e a chance efetiva de realizá-*

las. Três economistas dão o seu parecer sobre as propostas. No box, *Serra acha que já e hora de definir a reforma tributaria e votá-la*.

Por que o candidato selecionado para tratar de algum tema da agenda política é sempre o governista Serra? Além disto, a análise contínua tem mostrado que a questão econômica faz parte do cenário eleitoral desde abril, o que desqualifica a localização temporal que Oesp dá ao tema.

JULHO: se correr o Ciro pega, se ficar o Lula come; e também vice-versa

O Brasil é pentacampeão e a primeira página do dia 1º é dos craques do futebol. Dia 2: ***No aniversario do real, dólar dispara e volta a bater recorde***. O lead informa que há rumores de que Ciro e Serra estariam tecnicamente empatados. Na manchete secundária, *STF nega inquérito contra Dirceu*. Na página A2, Jarbas Passarinho com um novo artigo e as mesmas idéias. A edição anterior trazia dois artigos críticos sobre PT e Lula, sendo que um deles explicitava uma ardorosa fé no crescimento de Serra.

A candidatura Lula mantinha um crescimento acelerado e o governo FHC continuava mal avaliado, mas os articulistas de Oesp seguiam com as críticas contra as idéias e projetos petistas. Para manter o mínimo de civismo, um certo verniz democrático quando falavam bem do líder Lula e reconheciam sua luta em favor do povo, sua vitória na vida, entre outras coisas. O jogo democrático impunha um discurso contraditório aos adversários petistas.

Dia 3, na página A7, ***Agora é desempenho de Ciro que agita mercado*** */ Temor de analistas é que haja mais pessimismo de investidores se candidato crescer nas pesquisas.* Legenda-foto: *Ciro: especialista considera estratégia de campanha de candidato eficiente e avisa que seu potencial de votos não deve ser subestimado.*

No lead: *A expectativa de que (...) continue crescendo nas pesquisas vem agravando a preocupação do mercado com o cenário eleitoral (...) A superação de Serra por Ciro (...) caso se confirme, deve ampliar o pessimismo dos investidores (...) Depois da disparada de Lula em abril (...) a reação de Ciro é agora, "o medo da vez"*.

A foto chega a ser engraçada: pequena, desfocada, tomava Ciro pelas costas e mostrava que estava falando para uma pequena platéia de senhoras. A matéria seguia analisando positivamente, do ponto de vista do mercado, um segundo turno entre Serra e Lula (chamado de cenário lógico) e mostrando o quanto as propostas e o comportamento de Ciro assustavam o mercado. Os dados da suposta pesquisa não foram apresentados. Tratava-se de uma especulação. A matéria contava com a análise de Fátima Pacheco Jordão, apresentada como uma "*especialista*", "*consultora do Grupo Estadão para a análise de pesquisas eleitorais*".

Ciro significa risco e Serra recebe avaliação positiva quanto a possibilidade de crescimento e a sua filiação ao governo FHC. Na página A8, *Garotinho admite abalo na candidatura*.

Algumas edições seguiram discutindo se era verdadeiro o crescimento de Ciro e se havia validade numa suposta pesquisa não divulgada por Garotinho. A grande questão, contudo, é que Oesp não aceitava o crescimento da candidatura Ciro e daria ainda menos visibilidade favorável ao candidato na cobertura da competição eleitoral.

Serra segue como o principal candidato ou o candidato da preferência e Lula seu adversário, o que deixa os demais competidores a margem da cobertura, como se não fizessem parte da disputa. Podemos concluir que a estratégia narrativa calcada na política, num adversarismo exacerbado, termina por prejudicar a visibilidade do grupo de competidores, pois se atém somente àqueles que se enquadram na polarização central.

Dia 8, editorial, *Investigação impostergável / A questão ainda obscura é se o dinheiro era ou não era para financiar o partido*. Página A5, ***Ciro cresce em todos os setores, mostra pesquisa*** */ Candidato teve aumento na intenção de voto nas*

cinco regiões do País, segundo Datafolha. No lead, *A exposição de Ciro Gomes (PPS) nos programas partidários do PTB e do PDT em junho teve um impacto abrangente que resultou no seu crescimento (...) / Nas simulações de segundo turno, Lula vence todos os adversários. A disputa mais acirrada é com Ciro (...)*. No box, *Denúncias não abalam desempenho de Lula*.

Há um comparativo entre os índices dos candidatos, com especial atenção para Ciro, fazendo menção ao caso das propinas de Santo André. A preocupação é com Ciro, mas o espanto é diante da solidez dos votos de Lula mesmo com o caso Santo André. Oesp, então, busca explicar ao eleitor o que pode estar ocorrendo por meio das palavras da consultora do Estadão, que analisa *"o eleitorado, principalmente o de renda mais baixa, ainda não tomou conhecimento das acusações ou esta mal informado sobre o caso (...)"*. Os infográficos comprovam que Ciro está na frente de Serra, *Vox Populi já tinha indicado tendência*. Na página A6, contudo, mantém-se o adversarismo: ***Serra diz que Ciro não é o seu maior adversário***.

Dia 10, manchetes secundárias: *Ibope: Ciro sobe 7 e Lula perde 4 pontos em pesquisa* / *Procuradoria pede degravação de fitas de Santo André*.

Oesp segue analisando o desempenho dos candidatos, em especial o de Ciro, informando onde ele perdeu ou ganhou votos e o porquê. Avalia também a queda de Lula e que poderia estar relacionada ao caso das denúncias de propinas em Santo André e dos conflitos internos que levaram, por exemplo, à desistência da senadora Heloisa Helena em disputar o governo de Alagoas na coligação com o PL. O adversarismo interno do PT é posto em evidência e os grupos políticos contrários a chapa Lula-Alencar têm espaço. A desistência de Heloisa Helena e sua tradicional torrente de lágrimas e de palavras ocuparam diversas edições.

Dia 11, manchetes secundárias, *Fraga convida Mercadante para uma conversa / Empresário confirma que pagou propina em Santo André*. No editorial, *A epidemia do 'aliancismo' / Alianças eleitorais espúrias podem resultar em governo fraco*. O foco da critica é a aliança PT-PL, o que nos leva a uma

indagação: porque a chamada ‘grande aliança’ que levou FHC a permanecer 8 anos no poder era considerada como busca da governabilidade, e agora o arranjo PT-PL é considerado espúrio?

Na página A6, ***Garotinho diz que Ciro quer confiscar como Collor*** */ Ex-governador compara proposta de alongamento da divida ao Plano Collor*. Na manchete secundária, sob foto de Ciro, *Candidato já oferece cargos no governo / Maílson avalia candidato como ‘aventura’*. Noutra manchete secundária, *Borhnausen tenta esvaziar apoio a Serra*. Perguntamos: que apoio? Dora Kramer avalia o novo cenário: *Com fome e sem coragem de comer / Tucanos querem disputar com Lula mas precisam combater Ciro Gomes*. A articulista revela com todas as letras as estratégias políticas calcadas no adversarismo. Na página A7 os aliados de Serra são convocados por Oesp e entram na cena política para avaliar o cenário eleitoral: ***Pesquisa não preocupa campanha, diz Rita*** (na foto com bebê de creche no colo) / *Melhora de Ciro não é motivo para alarme, diz FHC,* também com foto.

Dia 12, A6, ***Serra quer tarifa menor para gás e gasolina*** */ Tucano diz que preço atual é ‘abusivo’ e calculo da Petrobrás é ‘incorreto’*, com foto de Serra-Rita e Maria Silvia Bastos ex-CSN. Abaixo da foto, o candidato governista tem mais espaço: *‘Ciro é genérico de Collor’, afirma tucano*. Outras manchetes secundárias: *Garotinho cancela mais um compromisso de campanha / Pimenta diz que Ciro não sobe em palanque de Aécio*. Num artigo irônico sobre o analfabetismo de Lula em relação ao idioma ‘economês’, a palavra de Dora Kramer: *PT deixa de lado o economês / Lula acha que já e hora de firmar compromissos sociais com o leitor*. É surpreendente que o líder nas pesquisas continue tendo visibilidade desfavorável em relação ao segundo colocado, o candidato governista.

Dia 13, na página A2 Mauro Chaves refere-se a Ciro como arrogante, robotizado e outros adjetivos nada favoráveis. No editorial, Oesp em estado de espanto: *A distancia que ainda separa o Brasil das nações mais politicamente*

desenvolvidas pode ser medida pela circunstancia de que, entre nos, a imprensa registra com manchetes acontecimentos que, nesses Países, nem chegam a ser noticiados, por serem absolutamente corriqueiros e previsíveis. É o caso da interlocução entre autoridades governamentais e representantes dos partidos oposicionistas quando o momento de sucessão se aproximou quando situações de tensão de qualquer natureza afetam de perto o interesse nacional (...).

O foco do editorial é o dialogo que começa a ser estabelecido entre o PT-Lula e FHC, Armínio Fraga-Mercadante, envolvendo a questão da transição e do acordo com o FMI. Ao que parece, para defender a candidatura Serra Oesp rejeita a presença da oposição até mesmo quando a questão gira em torno da manutenção das regras do jogo democrático. Esta postura do jornal paulista pode sim ser considerada como um ataque ao modo democrático de substituição do grupo político que está no poder.

Página A4, manchete secundária, *FHC acha 'saudável' Fraga e Mercadante conversarem*. Porque a palavra saudável está grafada entre aspas? Na página A6, *Lula diz que quer diálogo, mas critica governo / Para ele, Fernando Henrique deveria, 'se tem problemas, convocar a oposição*. Na manchete secundária, com foto, *Candidato abre possibilidade de mudar Lei Fiscal*. Dora Kramer comenta os encontros entre governo e oposição que têm deixado PMDB e PSDB irritados com o governo e a avaliação geral é de que os encontros ajudam principalmente a candidatura Lula: *Aliados com jeito de adversários / PMDB reclama que Armínio e Malan atrapalham a campanha de Serra*. Na página A7, com foto, ***'A corrupção no Brasil é muito grave', diz Ciro***.

Dia 14, a páginas A4 traz os planos dos candidatos num quadro sinóptico, com foto dos quatro. Na A6, um quadro a quadro: *Lula promete criar Ministério das cidades / Plano de Serra é 'perseguir' indicadores sociais / Ciro da ênfase a projetos da classe media / Garotinho fala em multiplicar idéias que adotou no Rio*. Na página A7 novo quadro, desta feita para o tema segurança e com avaliação de especialistas.

Nesta etapa da competição, Oesp adotou o quadro comparativo para apresentar as propostas dos candidatos, o que parece ajudar a melhorar a visibilidade dos marginalizados Ciro e Garotinho e a dar o mesmo espaço a Lula e Serra.

Dia 16, capa, manchetes secundárias, *Armínio se reúne com PSDB amanha e com PT 5ª feira / Empresário de Santo André admite que recolhia dinheiro*. Página A4, manchete principal, ***Empresário admite que recolhia dinheiro***. Na manchete secundária, *Sergio foi sócio de Daniel e do prefeito de Piracicaba*. Página A6, com foto de Malan: ***Fraga começa a debater acordo de transição***. Na página A7, ***Bornhausen negocia hoje apoio de Maciel a Ciro***. Na manchetes secundárias com fotos: *Ex-colloridos compõem campanha da Frente / Candidato do PPS recebe apoio de amigos e auxiliares do ex-presidente*. Na página A8 com foto, ***Crescimento de Ciro leva Serra ao ataque*** e na A9, ***Lula muda estratégia e faz de Ciro alvo preferido***.

O crescimento de Ciro além de atrair o ataque dos tucanos, introduz uma caça aos aliados: quem são, de onde vieram, o que podem estar querendo. Notamos ainda que, de modo geral, os ataques mais virulentos acontecem na véspera da divulgação do resultado das pesquisas.

Dia 17, manchetes secundárias, *Ciro sobe 4 pontos e fica isolado em segundo lugar* / *Merril Lynch: risco Brasil está exagerado* / *PMDB pede a FHC mais apoio a Serra*. Na página A4, ***Serra cai e crise se instala na campanha tucana***. Na manchetes secundárias, com foto de Serra, *'Há muito pesquisismo', critica tucano* / *Levantamento do Ibope aponta avanço de Ciro*. A página A5 traz uma entrevista com Ciro Gomes e na A6: ***Lula lembra Collor e repudia um novo 'anti-Lula'***.

Dia 18, a divulgação da pesquisa Vox Populi que confirma a subida de Ciro vai ser posta somente na página A8, sob a palavra de especialistas que afirmam que os votos vieram de Lula.

Nada de novo, até que no dia 23, manchete secundária: *Programa do PT prevê 'esforço de desprivatização'*. Com a palavra analistas que têm duvidas sobre como o PT atingirá suas metas. Na página A2 artigo de Fabio Giambiagi desqualifica (ou desconstrói) a candidatura Ciro. Mas o candidato é salvo pela coluna de Dora Kramer que critica Serra por tentar comparar Ciro a Collor.

Dia 24, manchete secundária com foto colorida de Lula e Alencar tendo ao fundo cartaz com o menino que se tornou garoto-propaganda da campanha petista, no qual aparecia abraçado à estrela do PT: *Ida e volta: Ao lançar plano, Lula comentou a necessidade de o próximo presidente ser ofensivo e defensivo, como a seleção*. No editorial o programa do PT, suas inviabilidades e utopias: *O que as promessas omitem / Todos os candidatos querem o que também querem todos os brasileiros*.

Quando a competição começou a dar indícios da possibilidade real de vitória de Lula, Oesp passou a comparar os candidatos e a afirmar que os programas eram muito semelhantes. Página A5, ***Serra fará 'reunião de animo' com governadores /*** *Comando da campanha quer mostrar amplo arco de alianças e desmentir boatos de debandada*. Na página A6, ***'Propostas para o mínimo são irrealistas', diz Serra*** */ "População não pode ser enganada", diz o tucano sobre salários prometidos por Ciro e Lula*. Enquanto Dora Kramer afirma que Lula e Serra, igualmente, estão abalados com o crescimento (onda) de Ciro. Na página A7: ***Ciro discutiu transição com Fraga, escondido***. Na manchete secundária, com foto de Ciro e Horácio Lafer Piva, da Fiesp: *Presidenciável defende idéia de antecipação de eleições*. Na página A8, ***Lula espera fazer 'um milagre' no governo***.

Dá para perceber a presença freqüente da candidatura Serra, tratando de temas da agenda, na página A6, a mesma que traz Dora Kramer.

Dia 25, capa, foto principal para FHC. Nas manchetes secundárias: *Reunião com 15 governadores anima José Serra* / *Lula acena com uma 'guerra' de subsidio agrícola*. Gilberto de Mello Kukawski faz escárnio, em *O riso de Ciro*

Gomes / *Os traumas pessoais do candidato resolvem-se em explosões absurdas, irracionais.*

Ciro cresceu nas pesquisas e com isto aumentou a cobertura desfavorável ao candidato. Este fenômeno merece uma pequena reflexão, pois se estivesse em uso o critério de noticiabilidade tipo corrida de cavalos, Ciro estaria ocupando os melhores lugares narrativos, em grandes manchetes na primeira página ou em fotos vistosas. Mas nada disso acontece e a candidatura do PPS começou a sofrer ataques ostensivos como o da página A2, acima transcrito, onde se faz alusões a problemas de personalidade como impeditivos de um bom comportamento de Ciro.

Enquanto isto, Serra e sua parceira, animadíssimos, apareciam em fotos, ganhavam as manchetes principais e seus estrategistas (lideres políticos e marketeiros) afirmavam que a candidatura governista é sólida e que voltará a crescer com o horário eleitoral. Os boatos sobre a renúncia de Garotinho ganham reportagens e espaço na coluna de Dora Kramer.

Em algumas edições Oesp esquadrinhou o bom desempenho do IDH brasileiro e os dados positivos divulgados pelo IBGE, no relatório do Censo 2000.

O caso Santo André continuou tendo bastante visibilidade. Surgiram denúncias de desvio de verba numa gestão de Ciro e Jarbas Passarinho fez piada com o governo do Rio Grande do Sul, ironizando se aquele seria o padrão a ser adotado por Lula, caso eleito. E ainda, surgiram denúncias contra Martinez, assessor de Ciro, que teria tido ligações com PC Farias.

Dia 31, foto, legenda: *Palestra – Lula falou ontem para 420 empresários na Fiesp e criticou medidas de Ciro Gomes como ministro*. Na manchete secundária: *Pesquisa mostra Ciro cinco pontos atrás de Lula*. Na página 2 artigo José Neumane, D*e que modo e porque Ciro e Lula assustam*. Na página A3, *Ciro esta flertando com o fascismo.* A pesquisa Datafolha que mostra a ascensão de Ciro vem somente na página A10.

AGOSTO: entre mortos e feridos podem sobrar apenas dois

Dia 1º, manchete secundária, capa, *Serra: quando Ciro fala o dólar sobe e uma fabrica fecha*. No editorial Oesp diz que o programa de governo de Ciro despreza São Paulo. Na página A6, com foto, *Para tucano, candidato do PPS esta jogando no 'quanto melhor pior'*. Na manchete secundária, abaixo da foto, *PSDB e PMDB lançam ataque orquestrado*. No box, *Projeto leva a 'golpe de estado', diz tucano* (referência a programa de governo de Ciro). Nas manchetes secundárias, *Aliados criticam conversa de FHC e Tasso / Avaliação é de que presidente se desgastou com iniciativa e ainda favoreceu rival do PPS / Campanha usa quero-quero em jingle*. Dora Kramer sintetiza: A*s ambigüidades de cada um / Os debates na televisão obrigarão os candidatos à Presidência a resolver contradições*. O artigo é pesado contra Lula, que é chamado de ventríloquo, pouco inteligente, despreparado.

As páginas A7, A8, A9 e A10 ficaram reservadas para acusações contra os aliados de Ciro, revelações acerca de uma aliança maldita entre o candidato e o PFL, análises sobre a migração do eleitor de Lula para Ciro, além do caso Celso Daniel e das propinas para o PT.

A edição do dia 3 expõe todas as mazelas da candidatura Ciro: a reaproximação com ex-atual-amigo-inimigo ACM, novas denúncias contra o vice Paulinho, os problemas com o coordenador de campanha, Martinez, ex-aliado de PC Farias, além dos pontos obscuros de seu programa de governo. Para arrematar, Dora Kramer lança o veredicto: *Seria o passado um fingidor? / ACM e Ciro podem mudar, só não podem impor amnésia à nação*. Kramer relembra frase por frase o confronto entre Ciro e ACM.

No dia 4 Oesp rememora o discurso dos candidatos-adversários em pé de guerra, com foto, 1)Ciro: *'Está ficando bastante clara a falta de escrúpulos e de ética de Serra. O comportamento dele é fascistoide'*; 2) Lula: *'PSDB e o Ciro são frutos da mesma arvore e se conhecem melhor do que eu os conheço'*; 3)

Garotinho: '*Não tenho nada pessoal contra o Lula, mas ele não tem preparo nem experiência administrativa*'; 4) Serra: *'Toda a vez que o Ciro abre a boca, o dólar sobe e uma fabrica fecha'*.

No editorial, saudades de FHC: ***Vamos sentir saudades*** / *Uma notável liderança que realizou apenas uma parcela do seu potencial*. E numa entrevista de página inteira Mendonça de Barros avalia que tem mais medo de Ciro do que de Lula. Por estes dias o inferno eleitoral da candidatura Ciro aumentou significativamente pois, além das denúncias, o 'destempero' do candidato tornou-se notícia quente na cobertura da imprensa.

No dia 8, o editorial de Oesp dizia que Ciro era mentiroso e briguento. Ao mesmo tempo surgiam novos artigos anti-Lula, como o desta edição, que diz que o brasileiro não votaria nunca num analfabeto. Proporcionalmente aos ataques contra Ciro e Lula, abriu-se espaço para as propostas e o dia-a-dia de Serra.

Dia 10, capa, ***Mercado volta a se deteriorar com pesquisa e especulação***. Na manchete secundária, *Em baixa, Serra enfrenta crise na campanha*. Para compensar o teor da manchete na foto Serra aparece sorridente, sendo beijado por eleitor. Na página A2 o artigo de Mauro chaves sentencia: *As mentiras de Ciro*. A edição trazia o confronto Serra-Ciro, mas já se falava do desanimo na candidatura governista.

A forma de divulgação das pesquisas merece um comentário especial, pois, além dos dados concretos que aparecem nos infográficos a narrativa dispõe da interpretação dos resultados que podem ser em relação ao passado, ao presente ou ao futuro. Esta flexibilidade, que as palavras concedem a quem escreve e a quem edita os textos, traz inúmeras possibilidades de divulgação de um mesmo resultado, o que pode ser benéfico ou prejudicial às candidaturas.

Dia 14, capa, manchete secundária: *Lula e Serra sobem um ponto em pesquisa Ibope.* Os dados são revelados na página A9 sob a seguinte manchete:

Ibope mostra Lula e Serra com 1 ponto a mais. Após a manchete, passamos ao gráfico e constatamos os seguintes percentuais: Lula 34%; Ciro 27%, Serra 12% e Garotinho 11%. A pergunta que fica sem resposta, ao compararmos as manchetes e os dados, é o motivo da presença de Serra e da ausência de Ciro nessas manchetes.

Na primeira página desta edição, as notícias sobre a candidatura Ciro vêm numa manchete secundária, com foto: *Vicio – Ciro Gomes afirmou ontem em debate que bebe esporadicamente, fuma e já foi "cachaceiro"*. Obviamente o candidato em questão poderia medir mais as palavras, pois é sabido que numa campanha tudo que é dito pode virar munição contrária dependendo dos recortes. Mas isto não justifica a forma de divulgação dos resultados da pesquisa de opinião.

Dia 17, capa, manchete secundária, *Boatos sobre pesquisa faz dólar cair e bolsa subir*. Trata-se de pesquisa CNT/Sensus ainda não divulgada, a qual mostraria Ciro em queda e Serra em ascensão. Na manchete secundária, *Ciro, agora, apóia minireforma*. Para Oesp, esta posição de Ciro estaria relacionada à preocupação do candidato com a repercussão negativa de mais uma de suas declarações, aquela em que disse *'quero que o mercado se lixe'*.

Na página A4 foto grande e em cor para Serra e Rita e destaque para várias frases do candidato: ***'Segunda-feira' será eixo de campanha de Serra*** */ Crescimento econômico e segurança serão os temas dominantes no discurso do candidato*. A página A6 é para Rita, com fotos de momentos da campanha em que aparece junto a eleitores: ***Rita assume a campanha de porta de fabrica***. Nesta página Dora Kramer aproveita para manter a narrativa de ataque: ***Descortesia ampla, geral e irrestrita*** */ Ciro comete o equivoco de confundir exercício do contraditório com ofensa pessoal*.

Dia 18, capa, principal, ***Reunião de FHC com candidatos marca transição inédita no País / Quatro encontros, quatro estilos***. Na foto que traz FHC e Serra: *Testemunho – Fernando Henrique Cardoso gravou ontem depoimento em São Paulo*

para a campanha de Serra. Mais uma vez FHC ocupa a página A4, agora para mostrar sua arte de governar: ***FHC testa amanha modelo inédito de transição***. Página A6, ***FHC vai à tv elogiar gestão de Serra na saúde***. Na página A8, *Tudo pronto para a campanha eletrônica*. Oesp faz um quadro a quadro com os candidatos, mas é Duda Mendonça quem aparece no quadro que seria de Lula e, em toda a edição, o destaque é para a candidatura governista.

A edição do dia 20 cobre nos mínimos detalhes o encontro promovido por FHC no Palácio do Planalto e sugere que os candidatos se comprometeram a respeitar contratos do governo. Há fotos, frases, acordos. As propostas do governo e a posição dos candidatos, se cordatos ou 'radicais'. A pauta diz respeito ainda aos rumos da economia.

Nas edições seguintes o adversarismo Serra-Ciro permanece em alta. É a disputa para ver quem morrerá e quem, sobrevivendo ao discurso do adversário, ficará com o segundo lugar. Neste jogo, a presença crescente de FHC é mesmo fundamental, pois grande líder que é, estadista inteligente e garboso, só pode estar ao lado do melhor. E o melhor, nas páginas de Oesp, é Serra.

Dia 28, capa, ***Ibope Mostra Serra a quatro pontos de Ciro***. Parece que já havia surgido o vencedor da batalha que vinha sendo travada naquela etapa da competição, mas, ainda assim, a página A2 traz novo artigo contra Ciro. Na página A4 toda a disputa Serra-Ciro, com fotos em quadro a quadro e frases de Serra e seus correligionários e também de Ciro e seus aliados. A manchete é soberba: ***Diferença entre Serra e Ciro despenca para quatro pontos***. A repercussão do acontecimento continua na página A6, com foto: ***Queda de Ciro põe cúpula da campanha em alerta***. Dora Kramer complementa aliviada, *Andor carrega-se com vagar / As pesquisas mostram como são inúteis e fluidas as certezas absolutas*.

SETEMBRO: candidatura sob fogo inimigo ou quando o discurso mata

Dia 2, capa, manchete secundária: *Em queda, Ciro aumenta ataques a Lula e Serra*. Página A4, manchete principal, com foto de Rita: ***Virada na pesquisa dá novo animo a tucanos*** */ Comando diz que duvidas sobre Serra estão ultrapassadas e é preciso 'fazer mais gols'*. Na manchete secundária, abaixo da foto: *Candidato do PPS reclama de manipulação / Ciro afirma que até Jesus seria chamado de 'destemperado', caso fosse alvo desse tipo de ataque*. E mais: *Para a Frente, Serra 'atingiu o teto e agora cai'*. Na página A5, ***Presidenciáveis voltam a se enfrentar em debate,*** debate na TV Record. Na manchete secundária, com foto de Aécio, *Medo de líderes é 'machucar' muito Ciro e ajudar Lula*.

Dia 4, capa, manchete secundária, ***Ciro cai mais e empata em 17% com Serra, revela Ibope***. Na página A4, ***Ciro cai 4 pontos e empata com Serra em 17%***. Como a pesquisa é favorável a Serra então se divulga na primeira página e na A4. Manchetes secundárias, *PT quer mostrar diferenças com tucano, mas sem atacar / Estratégia é não assistir passivamente a reação de Serra, já pensando no 2º turno*. Há uma foto de José Dirceu, com a frase: *'Nós não temos que convencer ninguém de que somos mudança, como o candidato do governo'*. Outras frases: *'Estamos construindo viadutos, pontes e túneis para o segundo turno'*, frase do secretário de organização do PT; *'Serra pode vir quente que eu estou fervendo'*, frase de Duda Mendonça.

Na página A5, ***Serra volta a cobrar 'coerência' de Lula*** */ Mais bem colocado nas pesquisas, ele questionará posições do petista sobre temas como MST e Alca*. Na foto Serra aparece com crianças e destaca-se a seguinte frase: *'A questão essencial, com relação ao PT é: o discurso corresponde à essência do PT ou não?'*.

Dia 6, página A4: ***Frente de Ciro ataca governo e justiça eleitoral***. Na manchete secundária abaixo da foto do Ministro Nelson Jobim: ***'Um pote de***

magoas' por trás dos protestos. Na página A5 com foto de Serra beijando a mulher Mônica, ***Serra diz que acusação 'é falta do que fazer'***. Na página A6 quadro demonstrativo e gráfico: ***Serra garante que plano de emprego é viável***. Dora Kramer comenta a investigação que a Corregedora nomeada por FHC, Dra. Anadyr, estava fazendo sobre desvios de recursos do FAT e que envolviam o vice de Ciro, Paulinho. Na página A8 com foto, ***Lula evita defender Embraer em concorrência***. Nas manchetes secundárias, *Empresário aposta em 'mudança' e apóia PT / Rosset fazia parte do 'grupo que deixaria o País' se Lula fosse eleito, há 8 anos*; *Petista estaria eleito em 1º. turno em MG*.

No dia 9, Paulinho, vice de Ciro, chamou a Corregedora de mal-amada. O líder peessedebista José Aníbal afirmou que estava aliviado por ter tirado a possibilidade do grupo de Ciro alcançar o poder.

Dia 10, capa, principal, ***Serra se isola em 2º; Ciro empata com Garotinho /*** *No Ibope, Lula subiu de 35% para 39%, Serra foi a 19% e Ciro caiu para 15%, em empate técnico com Garotinho, 12%; Datafolha confirma tendências*. Na página A4, ***Critica de Ciro ao TSE é 'perigosa', dizem analistas /*** *Juristas avaliam que afirmações põem processo eleitoral sob suspeita e podem ate desestabilizá-lo*. Nas manchetes secundárias, logo abaixo de foto de Ciro: *Eleição 'pode não ser limpa', diz candidato / Ciro reluta em solicitar observadores da ONU, mas coordenador afirma que já enviou pedido*; *Garotinho vai pedir que Jobim seja afastado*.

Na página A5, ***'Amizade com Serra não influencia decisões' /*** *Jobim diz, ainda, que denúncias de fraude não têm fundamento e ignora ataque de Garotinho*; frase do ministro, com foto, *'Tenho amigos em todos os lugares. Tenho também um grande amigo na Frente: o deputado Miro Teixeira'*. Na manchete secundária: *Ministros desafiam Ciro a provar favorecimento / Para integrantes do TSE, as criticas do candidato são movimento para 'chamar atenção'*. Oesp mostra que, além de destemperado, ou porque é destemperado, Ciro Gomes também tenta desestabilizar o processo democrático. Coisa típica de um perdedor desesperado

Dia 11, capa, manchete secundária, *Confronto entre Serra e Lula refaz a antiga situação*. Na página A4, ***Campanha retoma polarização de seu inicio / Pesquisas mais recentes colocam Lula e Serra com os mesmos números de junho.*** Na manchete secundária: *Tucanos buscam a melhor maneira de enfrentar Lula*. A página traz ainda caricatura dos candidatos e frase de Serra: *'É indispensável que a sociedade saiba o que Lula pensa e o que realmente fará caso seja eleito'*. Página A5, várias frases de Serra em evidente disputa com as idéias de Lula e a manchete: ***Serra esquece Ciro e já quer voto útil contra Lula***.

Na página A6 com foto, ***Serra desafia Lula a explicar promessa de emprego / Em Cuiabá, ele afirma que subiu nas pesquisas pois sempre diz como vai cumprir suas propostas***; e a frase, *'É importante que todos os candidatos se manifestem sobre o MST e as invasões e digam como vão resolver as duas questões'*. Dora Kramer decifra o novo cenário: *PSDB suspende férias petistas / Tucanos querem desmontar imunidade de que Lula vem desfrutando ate agora*. As manchetes secundárias informam, *Para Malan, tucano 'se restabeleceu' em 2º / Primeira Leitura* (sic. a revista) *chama Tasso e Ciro de 'coronéis'*.

A ausência de Lula nas últimas edições é fato, assim como o adversarismo entre Serra e Ciro. Mas quando as pesquisas detectaram a inversão dos índices, com o crescimento de Serra e a queda de Ciro, a cobertura de Oesp passou a focar o discurso de Serra e de seus aliados contra a candidatura Lula: a nova dupla de adversários estava em campo no embate eleitoral. O realinhamento político, ainda sutil, também pode ser observado nas palavras de Ciro

Na página A8: ***Ciro agora fala em defender Lula da 'destruição'*** */ Candidato declara-se o 'ultimo bastião' para impedir massacre promovido por Serra*. Frases do candidato: *'O PT esta gostando dessa baixaria. Atribui a mim a responsabilidade de confrontar o candidato do governo para ficar no lulinha paz e amor' / 'O ultimo bastião de resistência para que o Lula não seja destruído sou eu. Vou lutar ate o ultimo dia' / 'Não voto no candidato do governo porque acho que os*

requisitos ético e moral ali estão desatendidos. Quem atravessou no caminho dele sofreu coisas tremendas'.

Interessante, contudo, é a forma como a narrativa vai indicar e estabelecer o novo debate. Os termos 'polarização' e 'situação inicial' indicavam que Serra e Lula haviam retomado o adversarismo de um patamar anterior, como se a situação de Serra, em algum ponto da trajetória da competição, estivesse numa posição confortável tal qual Lula.

Notamos também a disputa iniciada por Serra, que aparece nas frases, no campo das idéias e propostas políticas. Esta disputa aparece na cobertura de Oesp que abre mais espaço para as propostas dos candidatos, com quadros comparativos e opinião de especialistas. O tema emprego, intensamente debatido nos programas eleitorais, entrou nas manchetes, assim como a aproximação entre Lula e os militares, criticada por Serra e outras lideranças, mas analisada positivamente por FHC, que afirmou lamentar não ter podido fazer mais pelas forças armadas. O encontro foi criticado por Oesp no editorial do dia 17. Numa das edições a foto da primeira página foi feita de um ângulo que coroou a cabeça de Lula com o brasão das Forças Armadas.

Dia 18, manchetes secundárias, *Lula sobe, Serra se mantém em 2º, Garotinho passa Ciro / Procurador pede processo sobre BB e isenta Serra / 'O PT que você não vê na tv', arma do tucano*. Na página A4 o assunto da capa, com infográfico: ***Petista alcança 41% dos votos validos, tucano permanece estável, candidato do PPS cai 3 pontos e ex-governador do Rio empata em 3º***. O infográfico mostra que Serra tem 19%, Ciro 12% e Garotinho 13%. Na manchete secundária, com foto de Jorge Viana do Acre: *PT cresce nos estados com chance de vitória antecipada*.

Na página A5, ***Crescimento de Lula leva tucanos à guerra*** */ Assessores de Serra jogam pesado no radio e na tv, por causa do risco de derrota no 1º turno,* sendo que a página trouxe as frases mais pesadas que apareceram nos programas de tv. Na página A6, ***Serra fez 'falsificação grosseira', reage Dirceu***, frase que tinha como referência uma propaganda apresentada pela candidatura

Serra, a qual mostrava o falecido ex-governador de São Paulo, Mario Covas, sendo atingido por ovos atirados por manifestantes, junto de uma fala de Dirceu. A montagem tucana fazia alusão a incitação de violência por parte do petista. Na manchete secundária, *Lula afirma que não vai revidar ataques*. Dora Kramer comenta o fracasso do PFL nessa eleição. Na página A7, ***Lula quer 'reciclar programas' na reta final***, enquanto na página A8, ***Serra acusa Lula de esconder o que pensa***. O tucano afirmava que havia dois Lulas e dois PTs, numa referência às transformações pelas quais teria passado a candidatura Lula - no visual e no discurso. O assunto, que era tema de editoriais, artigos, entrevistas e reportagens, voltou à cena política e então, sob o signo do adversarismo Lula-Serra, ganhou contornos mais acirrados.

Dia 20, na manchete de capa as oscilações do mercado diante dos últimos resultados das pesquisas eleitorais. Na página A2 artigo de João Mellão Neto defende a propaganda de Serra que junta os ovos atirados em Covas com a fala de José Dirceu: *Os tucanos tem o direito de expor ao eleitorado a perigosa ambigüidade do adversário (...).*

Dia 21, manchetes secundárias, *Queda de Lula em pesquisa faz dólar cair e bolsa subir* / *Diploma é dispensável, diz FHC*. A fala de FHC refletiu a polêmica instalada quando o programa de Serra fez referência a (falta de) escolaridade de Lula. Mas enquanto FHC contemporizava, o artigo de Mauro Chaves sentenciava: *Exigir diploma não é preconceito*. O editorial também reflete o embate eleitoral: *O confronto que o PT queria evitar / Agora, as qualidades pessoais dos candidatos é que estão influindo*. Na página A4, ***Lula cai e fica mais longe de vencer no 1º turno***.

Notou-se que os articulistas da página A2, vinham defendendo os ataques desferidos pela candidatura Serra, contra Lula, no horário eleitoral. O editorial também aceitava os argumentos de Serra porque estariam revelando a verdadeira face de Lula. Posicionamento interessante, pois nem mesmo FHC defendeu o discurso da candidatura governista.

Uma outra questão que ficou clara desde a definição dos vices foi o amplo espaço noticioso para Rita Camata, com fotos, entrevistas e reportagens, ao passo que José Alencar, por exemplo, poucas vezes aparece. É como se somente Rita estivesse em campanha.

Dia 25, *IBOPE: LULA PODE VENCER EM 1º TURNO / Eleito, Lula convidaria tucanos*, com frase de Lula: *'O Armínio Fraga não fica no meu governo. O PT tem gente da mais alta qualidade e tem gente próxima do PT, mas que não é do PT'*. Na manchete secundária, *FHC: 'Alta do dólar não tem base na realidade'*. Na página A4 com gráficos, ***Ibope confirma Lula perto de vencer no 1º turno***. Na manchete secundária, *Tucano perde votos femininos para petista*. Página A5, ***FHC pede equilíbrio para conter instabilidade***.

Páginas A6 e A7 para entrevista com Lula: ***Lula fará convite a tucanos se vencer.*** Na página A8, com foto, ***Aliados criticam cúpula e marqueteiros de Serra***. No lead, *..agora assessores querem mostrar que o tucano não é o grande agressor da corrida presidencial... Nas manchetes* secundárias, *Tucano modera tom, mas mantém ataques* / *PSDB obtém vitória contra Ciro no TSE*. Na página A9, ***Para Ciro, alta do dólar é culpa do governo***.

Dia 28, capa *CIRO: RECEITA DO FMI É BEIJO DA MORTE / Buchada de bode, nem por votos, diz candidato*. Na página A2 Mauro Chaves mantém o discurso: *Exigir preparo não é preconceito - 3 / À cúpula do PT só interessou usar Lula como um tapete mágico que a levasse ao poder*. O número 3 indica que este é o terceiro artigo sobre o tema, com o mesmo título. Nesta edição, Oesp trouxe dois editoriais: o primeiro comentou o debate e informou que somente Lula e Serra mereciam ser ouvidos, enquanto o segundo analisou o passado do PT e o condenou, mostrando que, apesar do que Lula estava dizendo e reafirmado, o mercado continuava com medo do candidato.

Na página A4, com foto: ***Lula vai a banqueiros tentar acalmar mercado / Candidato garantira, em encontro hoje, que se vencer eleição anunciara logo equipe econômica***. Manchetes secundárias: *As estrelas vermelhas viraram 'blue chips' /*

No mercado financeiro e nas bolsas de apostas, PT chegara ao planalto e dólar cair. A reportagem mostrava como os empresários estavam aderindo à candidatura e como o PT/Lula virou 'blue chip'ou seja, ação com valor.

Página A5, com foto de Benedita junto ao Reverendo Jackson: ***Lula acusa FHC e Malan de venderem pessimismo***. Nas páginas A8 e A9 entrevista, ***Ciro: receita do FMI é 'beijo da morte' / 'Buchada de bode, nem por voto'***. Página A10 com foto: ***Para Serra, Garotinho não representa ameaça***. Na manchete secundária: *Tucanos organizam-se em busca da virada*. Dora Kramer cutucou: *O 'maricotismo' deu resultado / Depois do vendaval, Ciro parece ter aprendido que às vezes o acessório é essencial*. Para a articulista a prepotência de Ciro foi o que o derrotou. Na Página A12, ***Para FHC, turbulência esconde avanços do País***.

Ao que parece, quando as pesquisas detectaram que o ataque tucano à candidatura Lula estava revertendo em pontos negativos para Serra, a cobertura de Oesp tornou-se mais amena. Este comportamento narrativo marca os últimos dias antes da votação de 1 º turno.

OUTUBRO: a estrela sobe; o tucano encolhe as asas

FHC fez veemente defesa da candidatura Serra afirmando que o candidato era o mais preparado para sucedê-lo. O mercado ainda estava nervoso mas o empresário Roberto Setúbal, presidente do Banco Itaú, informava aos investidores que Lula teria todo o apoio. As vésperas da votação não traz grandes sobressaltos, somente a dúvida se Lula venceria no 1º turno.

A edição do dia 4 reflete tranqüilidade, analisa o debate promovido pela TV Globo e diz como os candidatos se comportaram. Comenta ainda o último programa eleitoral mostrando que a democracia seguia o curso da

normalidade. A única novidade era que Tasso teria abandonado em definitivo a candidatura Ciro.

Nota-se que a disputa nos Estados recebeu pouquíssima cobertura, ocorrência verificada em todos os periódicos analisados.

Dia 6, capa, principal, ***Pesquisas reforçam indefinição sobre 2º turno*** */ Ibope indica Lula com 50% dos votos válidos, Serra com 22% e Garotinho, 17%; no Datafolha, Lula tem 48%.* Há frases e fotos dos presidenciáveis com a bandeira do Brasil ao fundo. Lula) *"Minha eleição contribuirá para mudança de dimensões históricas em nosso País"*; Serra) *"Nenhum conjunto de pessoas comete o erro de escolher o menos preparado para representá-lo"*; Garotinho) *"Represento uma mudança de verdade. "Não fiz concessão que ferisse meus ideais"*; Ciro) *"Quero evitar o modelo neoliberal, ideologia de quinta categoria que nos governa desde 95"*. A edição traça o perfil dos candidatos.

Na manchete secundária artigo de FHC: *Democracia e Transição — Fernando Henrique Cardoso*. No lead: *Aguardo com emoção e esperança o momento de passar a faixa presidencial ao meu sucessor. Sei que, em qualquer caso, seja na hipótese de vitória de meu companheiro de partido, seja na de um opositor, estarei apertando a as mãos de um brasileiro que foi escolhido pelo voto livre da maioria dos brasileiros para governar....*

Noutro artigo, a palavra do especialista é favorável a todas as candidaturas do campo democrático: *Skidmore: 'Não é mais o Brasil dos coronéis'. No lead*: *...com Lula ou Serra o País deve inaugurar uma era. "Pela primeira vez poderemos ter um governo de centro-esquerda (...)"*.

Finalmente Oesp faz a tão esperada declaração de voto, na página A3, em editorial que comemora o Brasil e sonha com a vitória do candidato governista: ***Democracia consolidada***/ *A democracia brasileira alcançou um grau de robustez e de enraizamento reconhecido no mundo inteiro. A competição pelo voto modernizou-se e civilizou-se: nunca se avançou tanto rumo à igualdade de oportunidades eleitorais (...) Motivos de desassossego, portanto, não faltam.* ***Daí a***

nossa convicção de que um segundo turno, com a eventual vitória de José Serra, seria uma alternativa muito mais tranqüilizadora (grifo meu).

Na capa do Caderno eleições 2002: ***Disputa chega indefinida ate o momento final*** */ As ultimas pesquisas divulgadas ontem não permitem saber, ainda, se haverá segundo turno. O Ibope da a Luiz Inácio Lula da silva 50% dos votos validos, mais próximo do que nunca de uma vitória no primeiro turno. José Serra tem 22%, Anthony Garotinho 17% e Ciro Gomes 10%. Já o datafolha mantém o petista com os 48% dos votos validos, contra 21% do tucano, 19% de Garotinho e 12% de Ciro*.

Há um quadro a quadro com os presidenciáveis: *Lula, o metalúrgico, enfim chega o Dia D / José Serra, o agitador que virou executivo / Garotinho, o animador que dispensa marqueteiro / Ciro, um guerreiro em busca de sua imagem*. O artigo de FHC: ***Democracia e transição*** */ 'É a primeira vez, desde JK, que um presidente eleito passa a faixa a um presidente também eleito' / 'Estarei apertando as mãos de um brasileiro que foi escolhido pelo voto livre para governar'*.

Na página H2, com foto: ***'Um dia ainda vou ser alguém na vida'*** */ De sobrevivente da fome a líder da esquerda, Lula disputa a mais importante peleja de sua trajetória*. Oesp faz uma página em tom emocionalizado sobre a candidatura Lula com artigo em que o candidato afirma: *Minha eleição contribuirá para mudança histórica*. Na manchete secundária: *O vice: Mineiro que quer debelar juros começou em 'A Queimadeira'*. Há também frases dos amigos e dos adversários.

Na página H3: ***Do 'assembleismo' à defesa do pacto, a guinada de Lula***, mostra ainda o tradicional álbum de família e a ficha política do petista. Na manchete secundária, com fotos de Dirceu, Palocci, Mantega, Graziano, Duda: ***O STAFF*****.**

Na página H4, o governista Serra, em textos também emocionalizados, mas com uma pequena diferença: não há frases de Lula sobre Serra: ***Um executivo entre números e sonhos***. Na manchete secundária: *A VICE: Mulher e criança são as prioridades de Rita Camata*. Página H5: ***O agitador dos anos 60***

enfrenta os velhos rivais, aqui também o álbum de família, a ficha política e o staff, com fotos de José Roberto Aníbal, José Roberto Vieira da Costa, Paula Santa Maria, Arthur da Távola e Diala Vidal.

Na página H5: ***O candidato que dispensa marqueteiro***, a reportagem sobre Garotinho é mais agressiva e há frases de Serra. O padrão é o mesmo dos outros perfis. Página H8, um tom ácido para Ciro Gomes: ***O confronto com a própria imagem***. Aqui também o padrão dos materiais é o mesmo concedido a Garotinho.

Num ímpeto repentino de espírito democrático, uma página para os candidatos Zé Maria e Rui Pimenta.

A novidade deste caderno ficou por conta da página H16: ***Brasileiros vão às urnas em busca de mudança*** */ Os efeitos do plano real sobre a renda e a memória já se dissiparam. Pesquisas mostram que a percepção de dois terços da população é de que os serviços de saúde e educação melhoraram ou permanecem iguais, mas uma avassaladora maioria acredita que a pobreza e a violência estão aumentando. Nesse quadro, Lula foi o mais capaz de traduzir o anseio de mudar o que vai mal e de preservar e ampliar o que deu certo.*

No dia da votação os defensores da candidatura governista estão contentes. Haverá 2º turno. Na página A2 Denis Rosenfield recomeça os ataque: ***Versões / A demagogia tem a virtude de apresentar um conjunto de sentenças não verificáveis***. No lead: *Duda Mendonça esta de parabéns. Criou um produto vendável de uma matéria prima resistente a mudanças....*

O caderno Eleições 2002 saiu com 28 paginas. Dedicou várias aos candidatos estaduais, os eleitos e os que passaram para segundo turno, mostrando, ainda, a expressiva votação de Lula no exterior e os bons resultados do PT no cômputo geral, inclusive merecendo artigo de Dora Kramer. Trouxe gráficos com o sobe e desce dos candidatos nas diversas pesquisas que foram divulgadas ao longo de vários meses de campanha, muitas fotos dos candidatos, dos militantes e dos eleitores. Mostrou os eleitores jovens e falou dos novos lideres e dos velhos caciques. O estado de

ânimo de Lula e Serra foi traduzido em grandes manchetes e fotos coloridas, com espaço para Ciro e Garotinho. A edição de Oesp expressou alegria com a festa da democracia.

Dia 8, terminada a festa, recomeça a disputa. Na capa com fotos: 1) Lula, de perfil, visivelmente tenso: ***"Num governo do PT, a área da economia não será um Deus todo-poderoso"***; 2) Serra, dedo em riste: ***"A Luta começa de novo. E começa numa segunda-feira, dia de muito trabalho"***.

As manchetes revelam o cenário eleitoral: ***Recomeça a campanha; Lula e Serra em busca de novas alianças*** */ PT quer apoio de Ciro, Garotinho e ACM; PSDB tenta reeditar o apoio que FHC teve*. No lead: *PT e PSDB já iniciaram esforço por ampliar suas coligações. O primeiro está atrás não apenas de Ciro Gomes (PPS) e Anthony Garotinho (PSB): vai também disputar com os tucanos o apoio do senador eleito Antonio Carlos Magalhães (PFL-BA), se necessário caminhando para o centro e até para a direita. A reedição da aliança que levou Fernando Henrique Cardoso ao Planalto por duas vezes é a principal ajuda que ele pretende oferecer a José Serra, acrescentando o PFL e o PTB à união de PSDB e PMDB. Luiz Inácio Lula da Silva e Serra também tentam apoio nos Estados com maior peso eleitoral*.

O comportamento democrático do presidente também tem destaque: *FHC: apoio no limite do cargo*. No lead: *....continuará como um magistrado no segundo turno, ajudando o candidato do governo, José Serra (PSDB), "nos limites institucionais do cargo"....não vai subir em palanques, porque não é cabo eleitoral. O presidente lembrou que governa até 31 de dezembro e que oi próprio candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, tem declarado que, até lá, não quer interferir em decisões, mesmo se for eleito*. O editorial dá uma leve espetada na candidatura Lula: **A hora da verdade** / *Com o marketing cedendo espaço ao embate de idéias, em que cada candidato precisa dizer a que vem, os brasileiros terão oportunidade de saber se o PT cultiva, ou não, uma "agenda oculta", como sugeriu FHC.*

O caderno Eleições 2002 tem 24 páginas e reflete os resultados eleitorais e os novos e possíveis arranjos para o 2º turno: a derrota dos velhos

caciques e os erros e acertos dos institutos de pesquisa, especialmente o Ibope que dava uma margem de votos maior para Lula. Também a expressiva votação de Lula e do PT nos Estados, a posição de Ciro e Garotinho, a movimentação de campanha de Serra e Lula, os agradecimentos e principais idéias dos vencedores, especialmente na esfera econômica, além do bom humor de Serra e da esperança de Lula.

Dia 9, capa, manchete para o caderno Eleições 2002: ***Ciro anuncia apoio irrestrito a Lula e Tasso agora é Serra*** */ Candidato do PPS participará da campanha, mas o senador eleito, não*. No lead: *Já estão formalizados os primeiros acordos para o segundo turno da eleição presidencial. Ciro Gomes (PPS) deu ontem apoio "irrestrito e entusiástico" a Lula e o senador eleito Antonio Carlos Magalhães (PFL) confirmou que está com o petista, mas não subira em palanques. Outro senador eleito, Tasso Jereissati (PSDB), manifestou apoio a José Serra mas também com participação limitada*. A foto-montagem mostra cada um indo para um lado: ***Lados diferentes*** *— Ciro Gomes apoiará Lula (PT) no 2º turno; Tasso, José Serra (PSDB).*

A edição é dedicada às alianças, mas Serra está sempre sorridente, ao passo que Lula surge preocupado. O espaço para ambos é idêntico. A polêmica em torno dos debates também aparece.

Dia 10, capa, manchetes para o caderno eleições 2002: ***PFL recomenda Serra e Garotinho apóia Lula***. Na foto: ***Estratégia – Serra e Rita definiram planos com os tucanos Tasso e Aécio, em Brasília***. O editorial analisa o novo ataque especulativo, num tom mais governista: **"Recomeça o ataque ao real"**: *O BC deveria estar fazendo um balanço cuidadoso de seu arsenal. Ainda há, certamente, armas disponíveis para ataque mais forte contra a especulação, se as pressões contra o Real não cederem logo*.

No caderno ELEICOES 2002, novas e velhas alianças estão na capa, com foto: *Anthony Garotinho e Rosinha, com o presidente do PSB, Miguel Arraes: adesão à campanha de Lula, mas com restrições aos petistas do Rio*. Na manchete principal: ***Garotinho fica com Lula e PFL pede votos para Serra***. A página traz

um quadro com a votação final dos candidatos e na manchete secundária, em quase meia página e com foto: *FHC teme 'efeito segundo turno' no cambio / Presidente convoca reunião de emergência com a equipe econômica*. No box: *Governo quer novas declarações de Lula*.

A página H2 traz quatro frases de Garotinho contra Lula, todas do primeiro turno. O embate com o PT carioca também é destaque. Na página H3 a reportagem mostra que o PFL está tendendo para o apoio a Serra. Na página H7 Oesp comenta a votação que o PT teve para a Câmara, sem o entusiasmo registrado pela Folha e por O Globo: ***Ala radical do PT cresce e vira impasse para Lula /*** *Se vencer as eleições, ele terá de negociar com 26 dos 91 deputados e 3 os 14 senadores*. O infográfico mostra a nova ***COMPOSICAO DA CAMARA*****. No box**: *Todos concordam em 'dar um tempo' a Lula*. Nas manchetes secundárias: *Um em cada sete deputados de SP é ligado a sindicato / Aumenta bancada feminina no congresso*.

Notamos que Oesp adotou uma atitude de espera em relação ao resultado eleitoral, o que também poderia ser uma firme resignação em relação ao resultado já esperado, pois a diferença entre Serra e Lula era muito significativa e o petista carreava todos os apoios possíveis, deixando Serra isolado.

As últimas edições mantêm uma lógica narrativa semelhante e o adversarismo perde fôlego pois a vitória de Lula já é dada como certa. Alguns articulistas mantêm a palavra afiada contra Lula, mas Oesp, por meio dos editoriais, confirma a resignação diante dos resultados, trocando a retórica crítica pela conciliação e aconselhamento. Serra continua cobrando a presença de Lula nos debates e as alianças seguem favoráveis a Lula.

Mas o medo de Regina Duarte fez retornar o tom mais ofensivo na competição pois a candidatura Serra demonstrou que ainda tinha disposição para o ataque. Aliados de ambos os candidatos saíram em campo para atacar e defender. As disputas permaneceram em torno da economia e dos debates. O medo de Lula e a esperança também de Lula dominaram a cena política. FHC

disse que Lula estava de salto alto e Antônio Ermírio tentou comandar a ‘virada’ governista. José Alencar e o empresário Eugênio Staub saíram em defesa do petista. Rita Camata, que ganhou muitas fotos, sempre sorridente, e Dora Kramer que manteve o tom crítico. Aécio Neves tentou ficar ‘no muro’.

Diante do cenário, Oesp manteve a narrativa entre a crítica e o aconselhamento. Notamos também algumas tentativas de explicar os resultados, o sentimento de mudança da população e a adesão do empresariado.

Dia 20, capa, ***Transição inédita facilita trabalho do sucessor de FHC*** */ Governo prepara relato das iniciativas em andamento e dos compromissos*. No lead: *O presidente Fernando Henrique Cardoso prepara um pronunciamento para quando o resultado da eleição for conhecido. Ele anunciara o inicio de uma inédita transição entre o atual e o futuro governo, e esta semana já toma duas providencias a respeito: cria 51 cargos temporários para a equipe de transição do novo inquilino do Palácio do Planalto e lança dois documentos. Um é o Livro em Branco do Planejamento, um balanço das iniciativas federais; o outro, a Agenda 100, lista dos compromissos internos e externos da União. Com as informações, o sucessor poderá tomar decisões mais rapidamente.*

As pesquisas são definitivas: *Lula tem 61% e Serra 32%*. no lead: *Na disputa do 2° turno, Luiz Inácio Lula da Silva tem 61% das intenções de voto e José Serra 32%, segundo pesquisa Datafolha divulgada ontem. Em relação à semana passada, a diferença entre eles aumentou três pontos.*

Há diversas chamadas na capa, todas longas e explicativas, como esta: *Se eleito, Lula quer conduzir economia*. No lead: O *candidato Luiz Inácio Lula da Silva disse ontem que, se eleito, conduzirá a política cambial para que a flutuação da moeda não tenha os “excessos atuais e tamanha volatilidade” / “Assumirei diretamente a condução das medidas econômicas”*.

Na página A4, ***Na reta final, ate estratégias são opostas*** */ Lula se comporta como presidente e se preocupa em acalmar mercado; Serra parte para o conflito*. Na página A6, Dora Kramer joga a toalha: *As impossibilidades numéricas, na*

opinião de dois diretores de institutos de pesquisas, dão por liquidada as chances de José Serra na eleição do próximo domingo.

Oesp passa a tratar do novo governo e do cenário político que se formará com a vitória do PT e a derrota do PSDB. Às vésperas da votação, a candidatura Serra mantém os ataques na linha 'medo de Lula e do PT'. Mas não convence a ninguém, muito menos a Oesp, que mantém o discurso em relação ao futuro, embora alguns dos articulistas ainda apresentem artigos críticos, mas não há mais assunto.

Dia 25, capa, principal: ***Governo eleito terá palavra final na revisão do acordo com FMI*** / *Aumento da meta de superávit, por exemplo, será decidido pelo sucessor*. No lead: *A opinião do presidente que os brasileiros elegerão domingo será preponderante nas decisões que o presidente Fernando Henrique Cardoso tomará até 31 de dezembro, desde que não seja totalmente contraria aos princípios da atual gestão. "Não faremos nada sem o aval do presidente eleito", disse ontem o ministro-chefe da Casa Civil, Pedro Parente, que coordena a transição. Isso valera especialmente em questões que ultrapassem o mandato de FHC, como a primeira revisão do acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), prevista para novembro. Na pratica, o presidente eleito é que dará a última palavra sobre um aumento do superávit primário, por exemplo. A condução do debate no Congresso sobre o orçamento de 2003 também será deixada para o eleito.*

No último dia de campanha, o retorno do caderno Eleições 2002 com fotos de Lula e Serra, com respectivas esposas e equipes de marketing na gravação do último programa eleitoral. A transição ocupa boa parte do caderno e Dora Kramer analisa a formação de novos blocos no Congresso e sentencia: *FH quer tucano na oposição.* Nota-se um grande esforço do tucanato pela não desmoralização e desestruturação completa. O artigo de Dora Kramer, de certo modo, indica os novos caminhos para os derrotados.

Dia 26, capa, principal: ***Mercado tem dia otimista às vésperas da eleição /*** *Dólar e risco país voltam a cair; Bolsa e títulos da divida valorizam-se*. No lead: *No último dia útil antes da escolha do novo presidente da Republica, o mercado*

financeiro viveu clima de otimismo ontem... Para analistas do mercado, o medo de que a eventual eleição do PT dava parece ter sido substituído por alivio, diante dos sinais do partido de que aspectos fundamentais da política fiscal e monetária serão mantidos.

Declarações de Lula e das principais lideranças do PT têm espaço garantido, pois a notícia mais importante, agora, diz respeito ao futuro. Por isto, o Caderno Eleições 2002 abre espaço para Mantega, José Dirceu, Palocci, José Alencar e outros caciques da candidatura oposicionista. A palavra de FHC também é importante, pois o presidente é quem tranqüiliza o mercado. A própria narrativa de Oesp se torna mais didática e parcimoniosa, com uma certa defesa da governabilidade.

Dia 27, o segundo 'Dia D'. ***Pesquisas indicam Lula presidente*** */ líder petista deve encontrar FHC e anunciar equipe de transição terça-feira*. No lead: *O petista Luiz Inácio Lula da Silva, de 57 anos, deve ser eleito hoje presidente da Republica... A transição de poder deve começar terça-feira, para quando está previsto o encontro de Lula com o presidente Fernando Henrique Cardoso. No mesmo dia o PT anuncia os nomes da equipe que iniciara a tomada de decisões que se estendem alem do mandato de FHC....* Nas fotos: 1) Lula faz o tradicional L e 2) Serra faz o V da vitória. Ambos sorridentes tendo como fundo o mapa do Brasil em verde-amarelo. As legendas: ***Lula –*** *"Quero passar a historia como o presidente que mais dialogou" /* ***Serra*** *– "Estamos dando uma virada e ela vai se completar na hora do voto".*

Nas manchetes secundárias:

1) *PT, um estilo peculiar de ocupar a maquina publica*. No lead: *O PT é diferente dos outros grandes partidos. Seu perfil tem conseqüências sobre a maneira como se instala no governo e nas instituições do Estado. As experiências mais marcantes são o governo do Rio Grande do Sul e a Prefeitura de São Paulo, que dizem o que pode acontecer no encontro do PT e o governo federal.*

2) *Os desafios nada simples que esperam o sucessor*. No lead: *Se eleito, Lula assume o Brasil num momento econômico delicado, mas até pela delicadeza do*

momento pretende costurar pactos para fazer as reformas que a sociedade pede. Só que as demandas são intensas e contraditórias e falta clareza sobre as prioridades. Os desafios vão do controle fiscal às expectativas sociais.

3) *Alckmin prevê oposição solidária; Genoino, sectária*. No lead: *Candidato à reeleição hoje... defende atitude solidária com o novo presidente sobre temas importantes, como as reformas constitucionais....*

4) *Na agenda, uma possível conversa com José Serra*. No lead: *O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, convidou seu adversário, José Serra (PSDB), para uma conversa após as eleições. Os objetivos são encerrar divergências da disputa e deixar claro que pretende atrair o PSDB para um pacto de governabilidade. Serra não quis comentar o convite: "Eu ganhando, conversarei com todo mundo."*.

Na página A2, artigo de Armínio Fraga: ***O Brasil está pronto para crescer*. No lead**: *...retomar a rota de crescimento, após as turbulências dos últimos meses.... como indicado pelo presidente FHC para a equipe de transição de governo, contestara a tese de que "está tudo errado". Para Fraga, é importante que o leito assuma o caro pronto para atacar o principal problema: a crise de confiança que se abateu sobre o Brasil durante a campanha eleitoral*. Na página A3, o editorial ***Voto de confiança***: *As eleições de 2002 revelaram um eleitorado maduro e instituições políticas sólidas, capazes de absorver as alternâncias no poder ditadas pela vontade da maioria dos brasileiros. O que se pode esperar é que os eleitos se mostrem à altura do povo que os escolheu*.

Na capa do Caderno Eleições 2002: ***Pesquisas indicam vitória histórica de Lula***. Nas fotos: ***Petista quer atrair Serra para pacto de governabilidade. 'A democracia esta consolidada no Brasil', diz FHC***. Página H4, com quadro comparativo e dados de diversos países: ***Petista poderá ser o mais votado da historia.*** A analista de política de Oesp, Fátima Pacheco Jordão, indica o futuro: ***Tempos de grande legitimidade.*** Dora Kramer também tece loas à democracia: ***Maioridade democrática*** */Brasil credenciado grupo grandes nações.*

Na página H5, com foto do gabinete da Presidência vazio: ***Uma transição histórica em todos os sentidos***. Na página H6, ***O PT e a maquina federal: um encontro inédito,*** enquanto analistas avaliam o risco do uso da máquina governamental pelo partido e surge o velho medo do 'aparelhamento do Estado'. Página H7, com charges de Lula levantando pesos: ***Os 13 desafios de Lula / Governo petista terá de enfrentar demandas políticas contraditórias e momento econômico delicado***. Na página H8, foto de Sarney e Lula: ***'Aceitarei presidir o congresso, se ajudar Lula'***. O velho líder parece renovado com as escaramuças de 2002, em entrevista de página inteira. Página H9: ***Itamaraty recomenda cautela nas negociações***, página esta que traz algumas fotos: ***OS HOMENS DE LULA***: José Dirceu, Antonio Palocci, Luiz Dulci, Luis Guschiken, João Paulo Cunha, Aloísio Mercadante, Ivo Rosset, José Alencar, Nilmario Miranda, Luiz Gonzaga Beluzo, José Graziano.

Na última semana, Oesp trocou a crítica acirrada pelo aconselhamento aos novos ocupantes do Palácio do planalto e também pela tentativa de entender o resultado eleitoral e antecipar o comportamento do governo Lula. Declarada a vitória de Lula, conforme indicavam todas as pesquisas e as massivas adesões, Oesp também rumou para a oposição.

RESUMO COMPARATIVO
AS ESTRATÉGIAS NARRATIVAS DOS PERIÓDICOS

O Globo

1. As discussões sobre os temas da agenda pública estavam presentes nos editoriais. Foi deste lugar narrativo que O Globo analisou e falou sobre o Brasil. Por vezes a palavra foi franqueada a outros formadores de opinião, como políticos, empresários, pesquisadores, entre outros. Nos editoriais raramente se falou da eleição, o que nos levou a refletir que esta opção editorial serviu para manter a imagem de uma cobertura neutra. Contudo, notamos que este distanciamento dava suporte a uma falsa neutralidade em relação aos acontecimentos eleitorais, pois, se não falava da campanha e das candidaturas nos editoriais, o fazia por meio de seus principais articulistas, como Tereza Cruvinel e Márcio Moreira Alves. Aliás, é Tereza Cruvinel quem abre as portas do jornal para o leitor, diariamente, traduzindo e antecipando o espetáculo político.

2. O Globo manteve-se muito ligado aos acontecimentos que diziam respeito ao Rio de Janeiro: a Cidade, os governantes, a violência, as políticas públicas. Conforme já fizemos menção ao longo do texto, a criminalidade e a movimentação do tráfico foram temas constantes, mas diferente de 1992, quando a violência (espontânea ou organizada, não importa) derrubou a candidatura petista. Em 2002, Benedita da Silva, a mesma daquele inesquecível arrastão de 1992, foi revestida por meio de seus antigos adornos: a ‘ex-preta, pobre, favelada’ tornou-se governadora-Cinderela e, principalmente, amiga dileta do futuro rei.

3. O reconhecimento das melhorias que o país obteve com a era FHC vem por meio de Cadernos Especiais sobre os grandes projetos e idéias desenvolvidos em oito anos de governo. Mas a narrativa não descarta a crítica e a exposição das ‘feridas do Brasil que não se vê’. O Globo, como os empresários que aderiram à candidatura Lula, aplaudem o passado, mas querem mais e melhor.

4. O espetáculo da democracia foi cantado em verso e prosa, mas, ainda assim, reproduziu-se uma certa idéia de que ‘político é tudo igual’. Talvez esta faceta de O Globo seja a mesma que vem sendo analisada por vários pesquisadores que acompanham a relação da mídia com as competições eleitorais e atividades governamentais, notando-se um desprezo generalizado para com o fazer político, fenômeno que, avalia-se, poderia conduzir à amplificação do pessimismo da população em relação às instituições democráticas.

5. O Globo, assim como Folha e Oesp, rendeu-se ao poder da palavra de candidatos e lideranças: as reportagens, por exemplo, em sua ampla maioria refletiam o discurso dos candidatos: quem falou o que, sobre quem e o que o ‘citado’ respondeu. E assim, diariamente, o desdobrar das histórias num *continuum*, até que se esgotassem por si próprias.

6. O adversarismo político conduziu a lógica narrativa de toda a cobertura, conforme observado na comparação dos diversos lugares narrativos, como na coluna de Tereza Cruvinel que adotou o antagonismo Serra-Lula como fio condutor de muitos artigos. O medo, por exemplo, entrou e saiu da cena política durante toda a competição. Há medo? De quem? Quem tem medo? Porque? Quais são as dúvidas? O adversarismo também foi notado durante a fase de pré-convenção, em abril e maio, quando as lideranças dos diversos grupos políticos arregaçaram as mangas e partiram para a disputa dos cabeças-de-chapa

e dos conteúdos programáticos. Esta disputa acirrada pode ser encontrada nas derrotas de Roseana Sarney, do PFL e dos vários candidatos à vice de Serra. Durante a campanha, a lógica do adversarismo foi sentida pela presença ostensiva de lideranças significativas dos vários 'Brasis': caciques antigos como Tasso Jereissati, José Sarney, ACM, Bornhausen, FHC, Roberto Freire, além de caciques novos, como Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Dirceu, Antonio Palocci, Guido Mantega e outros. Todos são convidados a analisar e traduzir os acontecimentos eleitorais.

7. A espreita eleitoral e a incerteza foram elementos fundamentais, especialmente nos contrapontos entre a arena política e a arena econômica. A guerra não se deu somente entre as candidaturas, mas entre o mundo da política e o todo poderoso mercado, que disputaram o ordenamento do processo eleitoral.

8. A competição não marcou ostensivamente a capa de O Globo, um comportamento narrativo bem diferente de outras coberturas eleitorais feitas por este jornal. Até mesmo as pesquisas tiveram divulgação discreta, na maioria das vezes longe da capa. No início da competição houve uma grande preocupação quanto ao comportamento dos agentes econômicos e as provas que exigiriam da candidatura Lula, nas quais esta teria que demonstrar que realmente trazia uma nova perspectiva para a economia brasileira.

9. O Globo não se alinhou à candidatura Lula de imediato. A cobertura melhoraria consideravelmente somente depois que o PT firmou a aliança com o PL, emplacando a dupla Lula-Alencar. Outro momento, este sim fundamental, para a nova relação que se estabeleceu entre a candidatura Lula e O Globo foi a boa recepção que o empresariado teve em relação a 'Carta ao Povo Brasileiro'. As visitas à Fiesp e Febraban

também deram excelentes resultados. De fato, tanto a narrativa de O Globo quanto a da Folha mudaram significativamente com a repercussão desses momentos da competição. Quando explodiu o escândalo do caso Santo André, O Globo não deu importância significativa ao mesmo.

10. A candidatura Serra não foi descartada em nenhum momento e a 'virada' foi aguardada durante toda a campanha, embora o resultado apontado pelas muitas pesquisas de opinião mostrasse o desempenho pífio por parte do governista. Contudo, mesmo quando não estava bem, mesmo quando Ciro estava em alta, a candidatura Serra manteve uma presença constante nos principais lugares narrativos de O Globo (e porque não dizer, também da Folha).

11. Ciro não foi aceito. Manteve-se como o candidato-onda, aquele que sobe e desce sem causar maiores atropelos. Concluímos que a narrativa de O Globo amplificou a desestabilização ou desconstrução da candidatura Ciro talvez na proporção que a da candidatura Roseana. Este fenômeno reforça a nossa hipótese de que a narrativa jornalística é marcada pelo adversarismo, pela lógica da política, em que o confronto entre as candidaturas tende a guerra e, discursivamente, luta-se pela eliminação do outro. Ciro foi derrotado pelo poder da palavra: a sua própria, quando falou o que não podia, e a dos adversários, que lhes impuseram marcas terríveis como destemperado, briguento, instável e até mentiroso.

12. A candidatura Garotinho não precisou ser desconstruída, pois nem sequer apareceu. Ao optar por se atribuir uma imagem de 'candidato-evangélico', Garotinho não teve adversário e, conseqüentemente, não teve lugar na competição. Nos dias que antecederam o primeiro turno fez-se menção ao crescimento do candidato detectado nas pesquisas de

opinião. Mas era uma onda tardia, pois a competição já estava na fase final.

Folha de S. Paulo

1. O adversarismo foi notado em toda a cobertura da competição. Na fase de pré-campanha, as disputas intra e entre partidos ocuparam todos os lugares narrativos, com a exposição constante dos ataques entre as lideranças e entre os candidatos a candidato.

2. As lembranças sobre as tentativas anteriores de Lula – três derrotas consecutivas – apareceram constantemente num tipo de narrativa que permitia ao jornalista amenizar as críticas ao candidato. É a política dando a chave interpretativa.

3. Os humores do mercado marcaram toda a corrida eleitoral: no início bastante resistente à candidatura Lula, como ocorreu nas últimas eleições, e à procura de um novo líder. Quando se constatou que esse líder não estava disponível na arena política, seja pelas divergências partidárias, seja porque ninguém havia se preparado para substituir FHC, então o mercado começou a se aproximar de Lula, extrair dessa candidatura os compromissos, as promessas, os acordos. Na reta final da competição, apesar das desconfianças internacionais, mas já seguro de suas conquistas junto à candidatura Lula, o mercado sorriu para o candidato e o abraçou como se faz com um velho amigo. Sem desconfianças públicas, sem implicâncias, sem rancores: Lulinha e mercado, somente paz e amor!

4. A mudança de humor do empresariado foi notada na cobertura jornalística em diferentes acontecimentos: a) na divulgação da ‘Carta ao Povo Brasileiro’, muitíssimo bem-avaliada pela Folha; b) na formalização da aliança Lula-Alencar; c) nas visitas de Lula à Fiesp e Febraban. Apesar de manter uma narrativa crítica, a Folha ‘relaxou’ diante da candidatura petista à medida que o empresariado nacional o reconheceu como alternativa à era FHC.

5. Notou-se uma diferença interessante entre O Globo e a Folha, pois enquanto o jornal carioca buscava retirar a política do editorial, deixando a palavra para Tereza Cruvinel ou Márcio Moreira Alves, na Folha a política estava em todos os lugares narrativos: o jornal paulista intrometeu-se na sucessão, opinou, avaliou, fez projeções. O editorial foi também lugar para tratar da campanha, assim como a coluna de Otavio Frias Filho, um dos diretores, e de todos os articulistas. A coluna Tendências/Debates foi aberta à palavra dos formadores de opinião, como intelectuais, empresários e até políticos, que puderam discutir a agenda política e falar da eleição, opinar, avaliar, prospectar, com “inteira” liberdade.

6. Muitas vezes, as propostas dos candidatos eram apresentadas a partir de artigo ou comentário de um correligionário, podendo ser tanto um intelectual, quanto um político ou uma personalidade de uma área específica, como saúde, política, cultura. Daí a importância da página Tendências/Debates e das entrevistas, que puderam trazer o ponto de vista da candidatura, sem envolver o candidato na polêmica. Mas podia trazer também ataques aos adversários ou ao governo, tudo na maior assepsia, sem conotação de campanha eleitoral. Do ponto de vista do adversarismo, contudo, além do ‘especialista-amigo’ podíamos ter o

‘especialista-inimigo’, que, vale lembrar, foi muito usado por Oesp nas análises de propostas vindas das candidaturas Lula e Ciro.

7. Além de informar o que aconteceu, de modo geral, a narrativa jornalística tratava também do que iria acontecer, antecipando os fatos e passos dos políticos, indicando as tendências e as disputas. E como reage a política e os políticos? Falam por meio da imprensa, mandam recados, principalmente aos desafetos ou àqueles que desejam conquistar, atrair, uma vez que a narrativa da imprensa pode compor as informações com adjetivos carregados de emoção. Por exemplo: Depois *de 16 anos no poder, Tasso amarga 2º turno* Folha, 8/10/2002.

8. Assim como ocorreu em O Globo, a candidatura governista não foi descartada pela Folha. Contudo, este jornal foi muito mais crítico em relação ao desempenho de Serra e frente às suspeitas de que o candidato teria tido alguma participação em episódios que marcaram o fim de adversários potenciais, como o caso Lunus-Roseana. Comparações com as campanhas protagonizadas por FHC foram bastante usadas, principalmente quanto à capacidade de articulação política e de tradução de um pensamento nacional. Serra foi vítima e algoz de sua própria condição política, ou seja, de candidatura governista passou à candidatura sem identidade, pois nem tinha um pensamento próprio (crítico ao modelo vigente) nem tinha um discurso afinado com a era FHC. A Folha não perdoou esta ‘infantilidade’ e abriu espaço para a exposição das ambigüidades da candidatura governista. Mas também foi benevolente com a candidatura Serra, mesmo quando, claramente, tinha seu potencial eleitoral comprometido. Em comparação a Ciro e Garotinho, a visibilidade de Serra foi superdimensionada, equiparando-se à de Lula, que, desde janeiro, tinha

os melhores resultados eleitorais frente a todos os demais candidatos e em todas as projeções de 1º e 2º turnos.

9. Na Folha, a página A2 é, por inteiro, um lugar de conversa. Os editoriais tratam do cotidiano da política nacional, explicam as minúcias do cenário eleitoral e a movimentação das candidaturas. Os articulistas, diariamente, oferecem a mais completa tradução da eleição e abrem as portas da cobertura para o leitor. Cada um com seu estilo: Clóvis Rossi, Eliane Cantanhede e Fernando Rodrigues No interior do Caderno, Jânio de Freitas deu puxão de orelhas até na Folha, quando o jornal paulista, assim como O Globo, caiu nas armadilhas da especulação eleitoral e gerou falsas notícias envolvendo supostas pesquisas de opinião.

O Estado de S. Paulo

1. A primeira questão a ser destacada na cobertura de Oesp é a sua adesão imediata à candidatura Serra, com entusiasmo e esperança. A segunda, talvez mais importante do que a primeira, é o lamento pela saída de FHC e pela falta de um líder à sua altura, alguém que pudesse sucedê-lo com o garbo necessário a um estadista. Apesar de todos os jornais analisados demonstrarem um certo saudosismo de FHC, Oesp é o único que verdadeiramente se mostra órfão de um líder, pranteando a futura ausência de FHC nos editorias e artigos da página A2.

2. Comparando o modo narrativo dos três jornais, observa-se que a construção das edições reflete em grande medida a palavra dos políticos: o que um falou sobre o outro e o que esse outro respondeu ao

primeiro. Patterson já havia concluído que nos EUA os políticos concederam à imprensa um papel de porta-voz, de canal de diálogo entre a própria classe política. Esta talvez seja uma boa conclusão, mas podemos dizer também que, mais do que canal de diálogo, a imprensa busca refletir as articulações da política, maximizando, assim, o poder da palavra dos políticos.

3. Em diversos momentos, Oesp usou a palavra de FHC, protegida por seu *status* de líder e seu garbo intelectual, para expor negativamente a candidatura Lula.

4. A movimentação do governo FHC teve excelente cobertura, principalmente na área econômica e social. O candidato Serra, independente de sua posição nas pesquisas, aparece comentando questões importantes, mesmo quando não dizem respeito à sua candidatura, como a tentativa junto à base aliada de apressar a aprovação da CPMF, além do corte orçamentário para cobrir o déficit provocado pela falta de cobrança da CPMF e da a posição das agências de risco frente ao cenário eleitoral. A posição de Serra, normalmente, estava na página A6, a mesma que trazia a coluna de Dora Kramer. Além disto, o governista teve mais cobertura e de melhor conteúdo. Somente Lula, já na reta final do primeiro turno, chegou perto do governista em termos de espaço no noticiário. Ciro e Garotinho ou foram esquecidos ou lembrados em momentos pouco agradáveis.

5. Nossa observação sobre a forma de disposição dos conteúdos informativos levou à compreensão de que a lógica editorial de Oesp pode ter beneficiado o candidato governista, haja vista a importância da coluna de Dora Kramer, uma jornalista que se tornou uma das grandes ‘tradutoras’ da política nacional. Então o melhor palco eleitoral, nas páginas de Oesp não poderia ser outro do que estar ao lado de Dora

Kramer, o que ocorreu freqüentemente com a candidatura Serra que ocupou a página A6 com ataques, defesas e opiniões sobre a pauta política.

6. A página A2, Oesp trouxe articulistas fixos e esporádicos. Os artigos, contudo, tinham uma marca: a crítica ferrenha à candidatura Lula, mesmo com a aliança PT-PL e com a adesão do empresariado às idéias da dupla Lula-Alencar. Ao contrário de O Globo e Folha, que amenizaram as críticas e abriram espaço para a candidatura Lula expor suas propostas, Oesp cerrou fileiras em torno da candidatura governista e passou a criticar o que chamou de ‘adesistas’ de última hora.

7. Para desqualificar as candidaturas ou desconstruir, usando termo que virou moda em 2002, Oesp lançou mão de ‘falas técnicas’, ‘falas especiais’, como a do ex-ministro Maílson da Nóbrega, que, aliás, vez por outra aparecia avaliando (negativamente) algum dos adversários de Serra. Este é um detalhe interessante da lógica narrativa baseada no adversarismo político, pois, além do uso freqüente do discurso do grupo político próximo ao candidato, o uso da palavra dos ‘especialistas’, em situação de ataque, garante a neutralidade jornalística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alzira Alves. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

ABREU, Alzira Alves (org.); Plínio de Abreu Ramos et al. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

ABREU, Alzira Alves de; ; KORNIS, Mônica Almeida. *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2003a.

ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora. (orgs.) *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2003b.

AGUIAR, Carly B. "Imprensa e eleições 1989: imagens e atores da política". *Comunicação & Política*, vol. I, nº 3, Abril-julho, n.s., 1995.

ALBUQUERQUE, Afonso e DIAS, Márcia Ribeiro. "Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil". *Civitas: Revista de Ciências Sociais*, v.2, nº 2, dez. 2002.

_____. "Partidos políticos em campanha: notas para uma metodologia de análise da propaganda política na televisão" (mimeo, cedido pelos autores).

ALDE, Alessandra. A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política. Tese de Doutorado, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

_____. "As eleições presidenciais de 2002 nos jornais", in Antonio Albino Canelas Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker, 2004.

ALGER, Dean E. "The media in elections: evidence on the role and the impact", in Doris a. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C.: A Divisional of Congressional Quarterly Inc, 1994, third edition.

ALMEIDA, Jorge. *Como vota o brasileiro*. São Paulo: Casa Amarela, 1996.

_____. “Serra e a mudança: um discurso fora do lugar de fala”, in Antonio Albino Canelas Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker, 2004.

AMARAL VIEIRA, R.A. “A contradição público *versus* privado e a construção da realidade pelos meios de comunicação de massa”. *Comunicação & Política*, vol. 2, nº 1-2, Mai/Jun 1984.

ANDRADE, Jéferson. *Um jornal assassinado: a última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 1991.

ANSOLABEHERE, Stephen & YVENGAR, Shanto. “Riding wave and claiming ownership over issues: the joint effects of advertising and news coverage in campaigns”. *Public Opinion Quarterly*, vol. 58, nº 3, Fall 1994.

ARON, Raymond. *As etapas do pensamento sociológico*. São Paulo: Martins Fontes, 1999, 5ª ed., tradução de Sérgio Bath.

ARISTÓTELES. *Ética a Nicômano; Poética*. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1991.

BARROS FILHO, Clóvis de e BARTOLOZZI, Pedro L. *Ética na comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Editora Moderna, 1995.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, 11ª ed., tradução de Rita Buongermino e Pedro de Souza.

_____. *Fragmentos de um discurso amoroso*. 5a. ed. Rio de Janeiro: F. Alves, 1985.

BENNETT, W.L. *News: the politics of illusion.* New York, Longman, 1988.

BERGER, Christa e MOTTA, Luiz Gonzaga. “Cobertura das eleições brasileiras pela imprensa espanhola”. *Comunicação & Política*, n.s., v.X, n. 1, pp. 011-35.

BERTELSON, Dale A. “Media Form and Government: Democracy as an Archetypal Image in the Electronic Age”. Communication Quarterly, vol. 40, No 4, Fall 1992.

BIRD, S. Elizabeth e DARDENNE, Robert W. “Mito, registo e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias”, in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias*”. Lisboa: Vega, 1993.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas.* São Paulo: Editora Perspectiva, Coleção Estudos, nº 20, 1992.

_____. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, S.A, 1989. Tradução: Fernando Tomaz.

BREWER, Marcus, McCOMBS, Maxwell. "Setting the community agenda". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 73m nº 1, Spring 1996.

BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

BUTLER, David e RANNEY, Austin. *Electioneering: a comparative study of continuity and change*. Oxford: Clarendon Press, 1992.

CAPELATO, Maria Helena & PRADO, Maria Lígia. *O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal O Estado de São Paulo*. São Paulo: Ed. Alfa-Omega, 1980.

CAPELATO, Maria Helena. *Os arautos do liberalismo. Imprensa paulista, 1920-1945*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.

CAMARGOS, Malco B. (1999). *Do Bolso para as Urnas: A Influência de Economia na Escolha entre Fernando Henrique e Lula nas Eleições de 1998*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro.

CAREY, James W. "The dark Continent of american journalism". In: Robert K. Manoff e Michael Schudson. *Reading the news*. New York: Pantheon Books, 1987.

CARVALHO, Fátima Lampreia. O Centro do Labirinto: Um Estudo Sobre Competição Eleitoral na Tv. Tese de Doutorado, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 1994.

_____. "Continuidade e inovação: conservadorismo e política da comunicação no Brasil". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*,Vol. 15, n° 43, junho 2000, pp. 147-162.

CARVALHO, José Murilo de. *A formação das almas: o imaginário da republica no Brasil*. São Paulo, Companhia das letras, 2000 (ed. original, 1990).

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly. "Como se faz e desfaz um fenômeno eleitoral": o caso Roseana, in Antonio Albino Canelas Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker, 2004.

Castells, Manuel. *O poder da identidade*, volume 2 (A era da informação: economia, sociedade e cultura). São Paulo: Paz e Terra, 1999 (ed. Original, 1996).

CATTELAN, José Carlos. "Extraverbal x condições de produção - um diálogo entre Michel Pêcheux e Mikhail Bakhtin". *Tempo da Ciência*, CCHE/Toledo, v. 2, nº 4, jul/dez. 1995, pp. 49-55.

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

_____. "Eleições no Brasil: o 'medo' como estratégia política", in Antonio Albino Canelas Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker, 2004.

CLAYMAN, Steven E. "Defining moments, presidential debates, and the dynamics of quotability". Journal of Communication, vol. 45, nº 3, Summer 1995.

COBB, Roger et al. "Agenda building as a comparative political process". *The American Political Science Review*, vol. LXX, nº 1, march 1976.

COHEN, Jeffrey E. "Presidential rhetoric and the public agenda". *American Journal of Political Science*, vol. 39, nº 1, February 1995.

COHEN, Jeremy; DAVIS, Robert G. "Third person effects and the differential impact in negative political advertising". *Journalism Quarterly*, vol. 68, nº 4, Winter 1991.

COLLING, Leandro. "Os estudos sobre o Jornal nacional nas eleições pós-ditadura e algumas reflexões sobre o papel desempenhado em 2002", in Antonio Albino Canelas Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker, 2004.

CONTI, M.S. *Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor*. SP: Companhia das Letras, 1999.

CONTIER, Arnaldo D. *Imprensa e ideologia em São Paulo, 1822-1844*. Petrópolis: Editora Vozes; Campinas: UNICAMP, 1979.

CORTEN, André. "A ordem do discurso: da participação à política". *Lua Nova*, nº 37, 1996, pp. 191-207.

DADER, José Luis. "La canalización o fijación de la "agenda" por los medios" in ALONSO, Alejandro Muñoz et. al., *Opinión Pública y comunicación política*. Madrid: Eudema Universidad, 1992.

DAHL, Robert A. La Poliarquia: participación y oposición. Madrid: Editorial Tecnos, 1989 (original em 1971)

DARNTON, Robert. *O Beijo de Lamourete: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

DIAS, Heloisa. *Mídia e política: a cobertura de O Globo e a eleição municipal no Rio de Janeiro em 1992*. Dissertação de Mestrado, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 1995.

_____. "Estratégias narrativas e imagens da política: a eleição municipal de 1996 na primeira página do jornal *O Globo*". Anais do Colóquio "História e Imprensa: Homenagem a Barbosa Lima Sobrinho - 100 anos". Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 1997.

_____. "Toda a Nobreza de FH e Dona Ruth: A Visita Presidencial à Inglaterra no Discurso dos Jornais Brasileiros". Comunicação feita no XI Encontro Nacional da Compós, SP, 1998.

_____. A cobertura eleitoral da imprensa escrita num contexto de crise econômica. Comunicação feita no II Congresso Nacional da ABCP, RJ: 1998b.

DICKSON, Sandra H. "Understanding media bias: the press and the U.S. invasion of Panama". *Journalism Quarterly*, vol. 71, nº 4, winter 1994.

DOMKE, David & SHAH, Dhavan. "Interpretations of issues and voter decision making strategies: a new perspective on "issue-oriented" election coverage". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 1, Spring 1995.

DURHAM, Frank D. "News frames as social narratives: TWA flight 800". *Journal of Communication*, autumn, 1998, pp. 100-117.

ECO, Humberto. *A estrutura ausente*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1991 (7a. edição).

____. *Conceito de texto.* São Paulo: T.A. Queiroz Editor & Edusp, São Paulo: 1984.

____. *Semiótica e filosofia da linguagem.* São Paulo: Ed. Ática, 1991.

____. *Seis passeios pelo bosque da ficção*. Cia das Letras, 1994.

EDELMAN, Murray. *The symbolic uses of politics.* University of Illinois Press, 1977 (originalmente publicado em 1964).

_____. *Constructing the political spectacle*. Chicago: The University of Chicago Press, 1988.

EDELSTEIN, Alex S. "Thinking about the criterion variable in agenda-setting research". *Journal of Communication*, vol. 43, nº 2, Spring 1993.

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002 (ed. original, 1963).

ENTMAN, Robert. *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics*. New York: Oxford University Press, 1989.

_____. "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *The Journal of Communication*, vol. 43, nº 4, Autumn 1993.

ERBRING, L. et al. "Front-page news and real-world cues: a new look at agenda setting by the media". *American Journal of Political Science*, nº 24, pp. 16-40, 1980.

ETTEMA, James S. "The irony in - and of - journalism: a case study in the moral language of liberal democracy". *Journal of Communication*, vol. 44, nº 2, Spring 1992.

FALCÃO, Joaquim. "A notícia que virou fato: a imprensa em questão". *Monitor Público*, Ano 2, nº 6, 1995.

FAUSTO NETO, Antonio. "O Presidente da Televisão". In: *Comunicação & Política*, ano 9, nº 11, 1990

FAUSTO NETO, Antonio et al. "A construção discursiva da violência: o caso do Rio de Janeiro". *Revista Comunicação & Política*, v.1, n.2, março de 1995.

FAUSTO NETO, Antonio e VERON, Eliseo (orgs.). *Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hackers; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

FELDMAN, Ofer. "Political reality and editorial cartoons in Japan: how the national dailies illustrate the japanese Prime Minister". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 3, Autumn 1995.

FELIX, Loiva Otero e ELMIA, Cláudio P. (orgs). *Mitos e heróis: construindo imaginários*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998.

FIGUEIREDO, Marcus. "Mídia, mercado de informação e opinião pública", In: *Informação & democracia*. César Guimarães e Chico Júnior (orgs.). Rio de Janeiro, EdUerj, 2000.

FIGUEIREDO, Marcus et al. “Estratégias de persuasão eleitoral em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral”, In: Marketing Político e Persuasão Eleitoral. Rubens Figueiredo (org.). São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

FIGUEIREDO, Ney Lima. *Jogando para ganhar. Marketing político: verdade e mito*. São Paulo: Ed. Geração Editorial, 1994.

FIGUEIREDO, Rubens e COUTINHO, Ciro. “A eleição de 2002”. *Opinião Pública*, Vol.IX, n° 2, outubro 2003, pp. 93-117.

FINE, Gary Alan. “Reputational entrepreneurs and the memory of incompetence: melting supporters, partisan warriors, and images of president harding”. *American Journal of Sociology*, vol. 101, nº 5, march 1996.

FINK, Edward J. e GANTZ, Walter. “A content analysis of three mass communication research traditions: social science, interpretive studies, and critical analysis”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 73, nº 1, Spring 1996.

FISHMAN, Mark. *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press, 1990.

FONSECA, Francisco. “O conservadorismo patronal da grande imprensa brasileira”. *Opinião Pública*, vol. IX, nº 2, outubro, 2003, pp. 73-92.

FONSECA, Thais Nívia de Lima e. “A inconfidência Mineira e Tiradentes vistos pela imprensa: a vitalização dos mitos (1930-1960)”. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 22, nº 44, 2002, pp. 439-462.

FOULCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979, tradução de Roberto Machado.

_____. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2002, 6. ed., tradução de Luiz Felipe Baeta Neves.

GANS, Herbert J. “Reopening the black box: information processing and media effects”. *The Journal of Communication*, vol. 43, nº 4, Autumn 1993.

GARCIA-NOBLEJAS, Juan José. *Comunicación y mundos posibles*. España, Ediciones Universidad de Navarra, 1996.

GEERTZ, Clifford. *Negara: o Estado Teatro no século XX*. Rio de Janeiro: Editora Bertand Brasil & Lisboa: Difel, Coleção Memória e Sociedade, s/d (primeira edição 1980, Princeton University Press).

GIRARDET, Raoul. mitos e mitologias políticas. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1989.

GLASS, David P. “Evaluating presidential candidates: who focuses on their personal attributes”? *Public Opinion Quarterly*, vol. 49, nº 4, Winter 1985.

GOLLIN, Albert. E. “Polling and the news media”. *Public Opinion Quarterly*, vol. 51, nº 4, Winter 1987.

GOMES, Wilson. “*Theatrum Politicum*: a encenação política na sociedade dos mass media” in Antonio Fausto Neto et al. (orgs.). *A encenação dos sentidos: mídia, cultura e politica.* Rio de Janeiro: Editora Diadorim, 1995.

_____. “Política de imagem”. *Fronteiras da Pós-Graduação em Comunicação* , nº 2, 1999. RS: Editora da Unisinos.

GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no Jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar*. São Paulo: Hackers; Edusp, 2003.

GRABER, Doris A. “Press and TV as opinion resources in presidential campaigns”. *Public Opinion Quarterly*, vol. 40, nº 3, Fall 1976.

_____. *Political behavior and politics*. Chicago: University of Illinois Press, 1976.

_____. (org). *Media power in politics*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Inc., 1994.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*, volume 3. 3ª ed. Rio e Janeiro: Civilização Brasileira, 2002, edição e tradução, Carlos Nelson Coutinho; co-edição Luiz Sérgio Henriques e Marco Aurélio Nogueira.

GRANDI, Rodolfo et al. (orgs). *Voto é marketing ... o resto é política*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

GREGOLIN, Maria R.V. “A análise do discurso: conceitos e aplicações”. São Paulo: *Alfa: Revista de Lingüística*, UNESP, vol. 39, p. 1-267, 1995.

GRYNSZPAN, Mario. *Ciência política e trajetórias sociais: uma sociologia histórica da teoria das elites*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

GUIMARAES, César. “Deu no Jornal, é real”. *Comunicação & Política*, vol. I, nº 2, Dez 94/Mar 95, n.s.. 1995.

_____. “A Globo pega pra valer”. IUPERJ, *Cadernos de Conjuntura*, nº 21, Setembro 1989.

GUIMARÃES, César & AMARAL VIEIRA, R.A.. “A televisão brasileira na transição: um caso de conversão rápida à nova ordem”. IUPERJ, *Série Estudos*, nº 44, Dezembro 1985.

GUIMARÃES, Eduardo (org.). *História e sentido na linguagem*. Campinas: Editora Pontes, 1989.

GUIMARÃES, C. *Imagens da memória: entre o legível e o visível.* MG: Editora UFMG, 1997.

GUITLIN, Todd. *The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left*. Los Angeles: California University Press, 1980.

HACKETT, Robert A. “Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos *media* noticiosos”, in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias*”. Lisboa: Vega, 1993.

HALLIN, Daniel C. e MANCINI, Paolo. “Falando do Presidente: a estrutura e a forma representacional nas notícias televisivas dos Estados Unidos e da Itália”, in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias*”. Lisboa: Vega, 1993.

HALLIN, Daniel C. *We keep America on top of the world: television journalism and the public sphere*. London & New York: Routledge, 1994.

_____. “Dos instituciones, un camino: a televisão e o Estado na eleição de 1994 no México”. *Comunicação & Política*, v. III, nº 2, maio-agosto 1996, pp. 72-93.

HART, Roderick P. “The mindscape of the presidency: Time magazine, 1945-1985”. *Journal of Communication*, vol. 41, nº 3, Summer, 1991.

HERMAN, Edward S., & Noam Chomski. *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books, 1988.

HETHERING, Marc J. The media’s role in forming voters’ national economic evaluation in 1992”. *American Journal of Political Science*, vol. 40, nº 2, May 1996.

HOBBES, Thomas. *Leviatã ou matéria, forma e poder de um estado eclesiástico e civil*. Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural, 1983. 3. ed., tradução de João Paulo Monteiro e Maria Beattriz Nizza da Silva.

HOBSBAWN, Eric. *A invenção das tradições*. In: *A invenção das tradições*, Eric Hobsbawn e T. Ranger (orgs.). São Paulo: Paz e Terra, 1997, 2ª edição.

HOLBROOK, Thomas M. *Do campaigns matter?* SAGE Publications Inc., 1996.

HUGHES, William J. "The not-so-genial conspiracy: The New York Times and six presidential 'honeymoons', 1953-1993". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 4, Spring 1995.

JACOBS, Lawrence R. & SHAPIRO, Robert. "Issues, candidate image, and priming: the use of private polls in Kennedy's 1960 presidential campaign". *American Political Science Review*, vol. 88, nº 3, Sept. 1994.

JAMIESON, Kathleen Hall. *Dirty politics: deception distraction and democracy*. New York: Oxford University Press, 1992.

JOHNSON, Thomas J. et al. "Influence dealers: a path analysis model of agenda building during Richard Nixon's war on drugs". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 73, nº 1, Spring 1996.

JORGE, Vladimyr Lombardo. Meios de comunicação de massa e Poder Legislativo: uma análise da cobertura do Congresso Nacional pelos jornais brasileiros, 1985-1990. Tese de Doutorado, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

JOURDAN, Donald L. "Newspaper effects on policy preferences". *Public Opinion Quarterly*, vol. 57, nº 2, Summer 1993.

JUST, Marion; CRIGLER, Ann; WALLACH, Lori. "Thirty seconds or thirty minutes: what viewers learn from spot advertisements and candidate debates". *The Journal of Communication*, vol. 40, nº 3, Summer, 1990.

KAID, Lynda Lee e HOLTZ-BACHA, Christina (orgs.). *Political advertising in western democracies: parties & candidates on television. Londres: Sage Publications, 1995.*

KAPFERER, Jean-Noël. *Boatos: O mais antigo mídia do mundo*. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1993.

KAPLAN, Richard L. (1997), "A Imprensa e a Esfera Pública Americana: Variações do Discurso Público, 1865-1920". Opinião Pública, vol. IV, n.º 2, pp. 51-66.

KATZ, Elihu & LAZARSFELD, Paul F. *Personal influence: the party played by people in the flow of mass communication*. Illinois, Glencoe: The Free Press, 1955.

KING, Erika G. “The flawed characters in the campaign: prestige newspaper assessments of the 1992 presidential candidates: integrity and competence”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 1, Spring 1995.

KLEINNIJENHUIS, Jan e RIETBERG, Ewald M. “Parties, media, the public and the economy: patterns of societal agenda-setting”. *European Journal of Political Research*, vol. 28, p. 95-118, 1995.

KOSICKI, Gerald M. “Problems and opportunities in agenda-setting research”. *Journal of Communication*, vol. 43, nº 2, Spring 1993.

KRAMER, Dora. *O resumo da história: fatos e personagens que marcaram a política brasileira*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

KRIPPENDORF, Klauss. *Content analysis: an introduction to its methodology*. Beverly Hills: SAGE Publications, 1980.

KRITZER, Herbert M. “The data puzzle: the nature of interpretation in quantitative research”. *American Journal of Political Science*, vol. 40, nº 1, February 1996.

LANE, Robert E. “Mass media and mass politics”. In: political life: why and how people get involved in politics. New York: The Free Press, 1969.

LASSWELL, Harold. *A Linguagem da política*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília 1979.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando et al.. *A imprensa faz e desfaz um presidente: o papel da imprensa na ascensão e queda do “fenômeno” Collor*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1994.

LAVAREDA, Antonio. *A democracia nas Urnas: o processo eleitoral brasileiro*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, IUPERJ, 1991.

LEAL, Victor Nunes Leal. *Coronelismo, enxada e voto*: o município e o regime representativo no Brasil. São Paulo: Alfa-Omega, 1975.

LIMA, Maria Emília A.T.. *A Construção discursiva do povo brasileiro: Os discursos de 1o. de maio de Getúlio Vargas.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1990.

LIEBES, Tamar. “Our war/their war: comparing the *Intifadeh* and the Gulf War on U.S. and Israeli television”. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 9, 1992, pp. 44-45.

LIMA, Venício A. “Televisão & política”. *Revista Comunicação & Política*, ano 9, nº 11, 1990.

_____. “Comunicación y política en America Latina: el caso brasileño”. Brasíl, *mimeo*, 1993.

_____. “O Enredo eleitoral: televisão e poder. A hipótese do ‘cenário de representação da política’”. *Comunicação & Política*, vol. 1, nº 1, 1994.

_____. “CR-P: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política”. *Comunicação & Política*, Ano I, nº 3, Abr-Jul, n.s. 1995.

_____. “Os mídia e o cenário de representação política”. *Lua Nova*, nº 38, 1996, pp. 239-271.

LUSTOSA, Isabel. *Histórias de Presidentes: a República no Catete*. Petrópolis: Vozes; RJ: Fundação Casa de rui Barbosa, 1989.

MAGALHAES, Raul Francisco. “A Ciência Política e o marketing eleitoral: algumas elaborações teóricas”. *Comunicação & Política*, Ano I, nº 3, Abr-Jul 1995. Nova Série, Rio de Janeiro: Ed. CEBELA

MANNOF, Robert K e SCHUDSON, Michael. *Reading the news*. New York: Pantheon Books, 1986.

MANIN, Bernard. “As metamorfoses do governo representativo”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 9, ano 10, outubro 1995.

MANNING, P.K. “Dramaturgy, politics and the axial media event”. *The Sociological Quarterly*, vol. 37, nº 2, 1996.

MARTINELLI, Kathleen A. & CHAFFEE, Steven H. “Measuring new-voter learning via three channels of political information”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 1, Spring 1995.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997 (2ª ed. 2001).

MASON, Laurie. “Newspaper as repeater: an experiment on defamation and third-person effect”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 3, Autumn 1995.

McCOMBS, Maxwell E. & SHAW, Donald L. “The agenda-setting function of mass media”. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nº2, Winter 1972.

McCOMBS, Maxwell E. et al.. *Contemporary public opinion: issues and the news.* Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Hilsdale, New Jersey, 1991.

McCOMBS, Maxwell E. "The Evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas". *Journal of Communication*, vol. 43, nº 2, Spring 1993.

_____. "Capacity, diversity, and volatility of the public agenda: trends from 1954 to 1994". *Public Opinion Quarterly*, vol. 59, nº 2, Winter 1995.

McKINNON, Lori M. et al. "Policing political ads: an analysis of five leading newspapers' responses to 1992 political advertisements". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 73, nº. 1, Spring 1996.

MENDONÇA, Daniel de. "A noção de antagonismo na Ciência Política contemporânea: uma análise a partir da perspectiva da teoria do discurso". *Revista de Sociologia e Política*, n° 20, junho 2003, pp. 135-145.

MIGUEL, Luis Felipe. Em torno do conceito de mito político. *Dados*, vol. 41, nº 3, 1998.

_____. *Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994*. Campinas, SP: Editora da Unicamp; São Paulo: Editora Oficial, 2000.

_____. Representação política em 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol 18, n° 51, fevereiro, 2003.

_____. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, n° 55-56, 2003.

_____. *Política e mídia no Brasil: episódios da história recente*. Brasília: Plano Editora, 2002.

_____. A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002. Dados, Vol. 46, nº 2, 2003.

MILLER, Arthur H. & MILLER, Warren E. "Ideology in the 1972 election: myth or reality - a reinjoinder". *The American Political Science Review*, vol. LXX, nº 3, September 1976.

MILLER, Arthur H. et al. "Type-set politics: impact of newspapers on public confidence". *American Political Science Review*, vol. 73, p. 67-84, 1979.

MILLS, C. wright. *A elite do poder*. 3ª. Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975, tradução de Waltensir Dutra; revisão técnica de Otávio Guilherme Velho. (ed. Original, 1956).

MOISÉS, José Alvaro. *Os brasileiros e a democracia: bases sócio-políticas da legitimidade democrática*. São Paulo: Editora Ática, 1995.

MOLOTH, Harvey e LESTER, Marilyn. "As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos", in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias*". Lisboa: Vega, 1993.

MOUFFÉ, Chantal. "La nueva lucha por el poder". 2004. www.politica.com.ar.

MOUILLAUD, Maurice et al. *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. Paralelo 15, 1997.

MORAES, Dênis de. *O imaginário vigiado: a imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil (1947-53)*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1994.

MORAIS, Fernando. *Chatô: O rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, 2ª. edição.

MORLEY, David. "Active audience theory: pendulums and pitfalls". *The Journal of Communication*, International vol. 43, nº 4, Autumn 1993.

MUMBY, Dennis K. "Ideology & the social construction of meaning: a communication perspective". *Communication Quarterly*, vol. 37, nº 4, Fall 1989.

MUNGHAN, Geoff. "A batalha pelo controle da agenda: a mídia, os políticos e o processo eleitoral na Grã-Bretanha". *Comunicação & Política*, vol. III, nº 2, nova série, maio-agosto 1996.

NEUMAN, Russel W. "The threshold of public attention". *Public Opinion Quarterly*, vol. 54, nº 2, Summer 1990.

NICOLAU, Jairo Marconi. *Multipartidarismo e democracia: um estudo sobreo sistema partidário brasileiro*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

NORPOTH, Helmut. "The economy". In: LEDUC, Lawrence (org). C*omparing democracies: elections and voting in global perspectives*. London: SAGE Publications, 1996.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

OGIANOVA, Ekaterina E. e ENDERSBY, James W. "Objectivity revisited: a spatial model of political ideology and mass communication". *Journalism & Mass Communication Monographs*, 159, October 1996.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. Campinas: Pontes, 1987 (2ª ed.).

_____. .*As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1992.

_____. *Discurso e Leitura*. São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

_____. "Um sentido positivo para o cidadão brasileiro", In: *Sociedade e Linguagem*, Orlandi, E.P; Lajolo, M.; Ianni, O. São Paulo: editora da Unicamp, 1997.

OSTROM . Charles W. "The President's public". American Journal of Political Science, vol. 32, nº 4, November 1988.

OSTROM, Charles W. e SIMON, Dennis M. "The man in the teflon suit? the environmental connection, political drama, and popular support in the Reagan presidency". *Public Opinion Quarterly*, vol. 53, nº 3, Fall 1989.

O'SULLIVAN , P. e GEIGER, Seth. "Does the watchdog bite? newspaper ad watch articles and political attack ads". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 4, Winter 1995.

PAGE, Benjamin I. "The mass media as political actors". *PS: Political Science & Politics*, vol. XXIX, nº 1, march 1996.

PAGE, Benjamin I. e SHAPIRO, Robert Y. "Effects of public opinion on politics". *The American Political Science Review*, vol. 77, nº 1, march 1983.

PAGE, Benjamin I. et al. "What moves public opinion?". *American Political science Review*, vol. 81, nº 1, march 1987.

PALLARES-BURKE, Maria Lucia Garcia. *The Specttator, O Teatro das Luzes: diálogo e imprensa no século XVII*. Editora Hucitec, 1995.

PARENTI, Michael. *Inventing reality: the politics of news media*. New York: St. Martin's, 1993.

PATTERSON, Thomas E. *Out of order*. New York: Knopf, 1993.

_____. “Views of winners and losers”, in Doris a. Graber (org.), *Media Power in Politics,* Washington, D.C.: A Divisional of Congressional Quarterly Inc, 1994, third edition.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.* Campinas, Editora da UNICAMP, 1988.

PEREZ, Reginaldo Teixeira. *Veja: Um veículo da transição. análise da construção de um projeto político (1984-1985).* Dissertação de Mestrado, Programa de Mestrado em Ciência Política, Universidade Federal do Rio Grande do Sul-UFRGS, Rio Grande do Sul: 1988.

PINTO, Milton José. *As marcas lingüísticas da enunciação: esboço de uma gramática enunciativa do português.* Rio de janeiro: Numen Ed., 1994.

_____. “Semiologia e imagem”, in José Luiz Braga, Antônio Fausto Neto e Sérgio Dayrell Porto. *A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, Compôs, 1995.

POPKIN, Samuel L. *The reasoning voter*. Chicago: The Chicago University Press, 1994 (originalmente publicado: London: , 1991.)

PORTO, Mauro. “Telenovelas e política: o CR-P da eleição presidencial de 1994”. *Comunicação & Política*, Ano I, nº 3, n.s., 1995.

_____. *Enquadramentos de Mídia e Política*. Comunicação apresentada ao XXVI Encontro anual da ANPOCS, Caxambu/MG: 2002, mimeo.

PORTO, Mauro, VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo de e BASTOS, Bruna Barreto. “A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002: análise do Jornal Nacional e do horário eleitoral”, in Antonio Albino Canelas Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker, 2004.

RAGSDALE, Lyn. “The politics of presidential speechmaking”. *The American Political Science Review*, vol. 78, nº 4, december 1984.

RINESI, Eduardo. “Hobbes e o antagonismo como o real da política”. *Lua Nova*, nº 51, 2000.

ROBINSON, Cherylon & POWELL, Lawrence A. “The postmodern politics of context definition: competing reality frames in the Hill-Thomas spectacle”. *The sociological Quarterly*, vol. 37, nº 2, 1996.

ROGERS, Everett M. “The anatomy of agenda-setting research”. *Journal of Communication*, vol. 43, nº 2, Spring 1993.

ROSEMBERG, Shawm & McCCAFFERTY, Patrick. “The image and the vote: manipulating voter's preferences”. *The Public Opinion Quarterly*, vol. 51, nº 1, 1987.

ROSEN, Jay e TAYLOR, Paul. *The new news v. the old news: the press and politics in the 1990s*. New York: Twentieth Century Fund, Inc., 1992.

ROEH, Itzhak. “Journalism as storytelling, coverage as narrative”. *American Behavioral Scientist*, Vol. 33, N° 2, november/december 1989, pp. 162-168.

RUA, Maria das Graças. “Mídia, informação e política: a eleição presidencial brasileira de 1994”. *Comunicação & Política*, Ano I, nº 3, Abr-Jul, n.s., 1995.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. (2003), “As imagens de Lula presidente”, in Antônio Fausto Neto e Eliseo Veron (orgs.), *Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral*, São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. “Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002”, in *Eleições presidenciais em 2002:ensaios sobre mídia, cultura e política*. São Paulo: Hacker, 2004.

SABATO, Larry J. “Open season: how the news media cover presidential campaigns in the age of attack journalism”, in Doris a. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C.: A Divisional of Congressional Quarterly Inc, 1994, third edition.

SARTORI, Giovanni. “Videopolítica”. *Rivista Italiana de Scienza Politica*, ano XIX, nº 2, Agosto 1989 (Tradução livre: Doxa/Iuperj).

SCHEUFELE, Dietram A. “Framing as a theory of media effects”. *Journal of Communication*, Winter 1999, pp. 103-122.

SCHMITT, Carl. *O conceito do político*. Rio de Janeiro: Vozes, 1992, tradução de Álvaro L.M. Valls (ed. Original, 1979).

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978.

_____. “The politics of narrative form: the emergence of news conventions in print and television”. *Daedalus*, 111 (4), 1982, p. 97-112.

_____. “The sociology of news production revisited”. In: CURRAN, James e GUREVITCH, Michael (eds.). *Mass media and society*. New York: Edward Arnold, 1992.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1984.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *As barbas do Imperador: D. Pedro II, um monarca e nos trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O Estado espetáculo.*São Paulo: Círculo do Livro S.A, 1977, tradução de Heloysa de Lima Dantas.

SEMETKO, Holli A. et al., *The formation of campaign agendas: a comparative analysis of party and media roles in recent american and british elections*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1991.

SENNET, Richard. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988 (original de 1974)

SILVEIRA, Mauro Cesar - *A batalha de papel: a guerra do Paraguai através da caricatura*. Porto Alegre: LP&M, 1996.

SOARES, Luiz Eduardo. *Os dois corpos do presidente*. Ed. Relume Dumará, 1993

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOLEY, Lawrence. *The news shapers: the sources who explain the news*. New York: Praeger, 1992.

SOREL, Georges. *Reflexões sobre a violência*. São Paulo: Martins Fontes, 1992, tradução de Paulo Neves.

SOUZA, Herberth Paulo. "Metáforas do cotidiano: a política como ato de guerra". *Nunciopolítica*, ano 1, nº1, 2004. www.unipac.br/nunciopolitica.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*. Rio de Janeiro, Petrópolis: Editora Vozes, 2002 (ed. Original, 1995).

SWANSON, David L e MANCINI, Paolo. *Politics, media, and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. London: Praeger Publishers, 1996.

TUCHMAN, Gaye. "A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas", in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias*". Lisboa: Vega, 1993.

_____. “Contando ‘estórias’”, in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias*”. Lisboa: Vega, 1993.

VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1996 (1ª edição 1990; *News as discourse*).

VELLOSO, Mônica Pimenta. Modernismo no Rio de Janeiro: turunas e quixotes. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1996.

VERMER, Jan P. “Multiple newspaper and electoral competition: a county-level analysis”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 1, Spring 1995.

VERÓN, Eliseo. *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995 (edição original: Paris, 1981)

VERON, Eliseo. *A produção de sentido*. São Paulo: Editora Cultrix & Edusp, 1980.

WAINER, Samuel. *Minha razão de viver: memórias de um repórter*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1987.

WAISBORD, Silvio. “When watchdogs bark: press and political accountability in South American democracies”. Paper presented at the annual meeting of the *American Political Science Association*, Chicago, IL, august 31 - September 3, 1995.

_____. “Contando histórias de corrupção: narrativa de telenovela e moralidade populista no Caso Colorgate”. *Comunicação & Política*, vol. III, nº 2, maio-agosto 1996, pp. 94-111.

WATTENBERG, Martin. *The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s*. Harvard University Press, 1991.

_____. *The decline of political parties: 1952-1992*. Harvard University Press, 1994.

WEAVER, David. “Media agenda-setting and elections: assumptions and implications”; In: PALETZ, David L. (ed) *Political communication research: approaches, studies, assessments*. New Jersey: Ablex Publishing Corp., 1987.

WEAVER, David & DREW, Dan. “Voter learning in the 1992 presidential election: did the “nontraditional” media and debates matter?”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 1, Spring 1995.

WHITE, H. *Trópicos do discurso: ensaios sobre a crítica da cultura.* SP:EDUSP, 1994.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2002 (ed. Original, 1985).

WOLFSFELD, Gadi. "Media, protest, and political violence: a transactional analysis". *Journalism Monographs*, 127, 1991.

YAGADE, John & DOZIER, David M. "The media agenda-setting effect of concrete versus abstract issues". *Journalism Quarterly*, USA, vol. 65, nº 1, Spring, 1990.

ZALLER, John R. "Information, values and opinion". *The American Political Science Review*, vol. 85, nº 4, Dec. 1991.

ZELIZER, Barbie. *Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

ZHANG, Guo-Qiang & KRAUS, Sidney. "Constructing public opinion and manipulating symbols: China's press coverage of the student movement in 1989". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 72, nº 2, Summer 1995.