



Mídia e Eleições presidenciais no Brasil em 2006: uma relação de causa e efeito¹

Roberta Cristina Cardoso de Sá²
Orientadoras: Graça Caldas e Ieda C. dos Santos³

Resumo

Este trabalho traz uma análise da cobertura do primeiro turno das eleições presidenciais 2006 feita pelos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Diário de S. Paulo*. A proposta foi identificar, a partir da metodologia da Análise do Discurso, as marcas textuais presentes nos gêneros jornalísticos: reportagens e editoriais. Foram analisadas as edições de 15 a 22 de agosto e de 26 de setembro a 2 de outubro. Verificamos que, na prática, o discurso jornalístico dos veículos deixa transparecer uma crítica ao candidato petista, Luiz Inácio Lula da Silva, embora a equidade nos espaços destinados aos candidatos tente demonstrar imparcialidade.

Palavras-chave

Mídia; Jornalismo Político; e Eleições 2006.

Introdução

No mundo contemporâneo, é inegável o crescente poder da mídia, que tem desempenhado não apenas o papel de informar, mas também de decidir o que deve ser de conhecimento público. Através dos processos de enquadramento, seleção e circulação das informações, a mídia orienta a própria formação da opinião pública.

Historicamente, os jornais adquiriram credibilidade ao lançar mão de determinados procedimentos para relatar acontecimentos sociais e políticos importantes da maneira mais fidedigna possível. Diante da impossibilidade de representar os fatos da mesma forma como eles acontecem, esses meios acabam desempenhando a função

¹: Trabalho apresentado no II Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais. Trabalho de conclusão do Programa de Pós-Graduação Lato Sensu em Jornalismo Contemporâneo: Política, Economia e Cultura, das Faculdades Metropolitanas de Campinas (Metrocamp).

² Roberta Cristina Cardoso de Sá é jornalista, MBC em Jornalismo Contemporâneo.

³ Graça Caldas é jornalista e professora do Pós-Com em Comunicação da UMESP, do Labjor-Unicamp e da Metrocamp. Ieda Cavalcante dos Santos é jornalista e professora da área de Comunicação da Unip e da Metrocamp.



de recortar a realidade para a sociedade. Os meios hierarquizam os acontecimentos da atualidade, explicando-os e traduzindo-os para o consumidor.

Um dos grandes assuntos do jornalismo, certamente, é a política. Os veículos de comunicação, desde a sua origem, têm servido para debater e apresentar idéias políticas e, hoje, são os meios mais importantes de acesso à informação para que as pessoas possam exercer senão todos, pelos menos uma parte de seus direitos como cidadão. Em períodos eleitorais, principalmente, os atores políticos disputam visibilidade na mídia. A mídia por sua vez, trabalha com a reconstrução dos acontecimentos pela linguagem, apresentando um discurso que não é neutro; está carregado de ideologia.

Cabe ao jornalista/enunciador ir ao já acontecido para produzir a notícia, mediando, assim, os interesses sociais e construindo, pela enunciação, sentidos. Sentido de vida, de trabalho, de conflito, de política; fazendo ideologia e mesclando temporalidades. (Berger, 1996, p.189).

O discurso jornalístico, nas suas diferentes formas de relatos, dá a aparência de objetividade e imparcialidade. Entretanto, não existe uma objetividade total, uma vez que o texto é condicionado por vários olhares - há a interferência do observador, do redator, do editor. Essa postura jornalística foi construída ao longo dos tempos face à busca da credibilidade da notícia, porque o leitor acredita que aquilo que é apresentado é real, quando na realidade se trata de uma representação do real ou de uma objetividade possível.

(...) É na “crença” da superposição entre o real e o texto ou na concepção de linguagem como descritiva dos fatos que reside a credibilidade da imprensa, que foi sofisticando os artifícios para comprovar a existência do real/verdade com a foto, o rádio e a tevê . (Berger, 1996, p.189)

Objetivos

Este trabalho teve por objetivo analisar, numa perspectiva qualitativa e de forma comparativa, a cobertura da mídia impressa sobre a campanha eleitoral durante o primeiro turno das eleições para presidente da República no Brasil em 2006. Para isto foram selecionados dois veículos: um da grande imprensa paulista *O Estado de S. Paulo* (OESP) e um jornal mais popular *Diário de S. Paulo* (DSP).

Foram examinadas sete edições de cada veículo durante as semanas escolhidas: uma delas quando teve início a propaganda eleitoral gratuita, de 15 a 22 de agosto, e outras sete edições na semana que antecedeu as eleições do primeiro turno, encerrando um dia após o pleito – 26 de setembro a 2 de outubro.



A proposta foi identificar as marcas lingüísticas do discurso jornalístico presentes na narrativa das reportagens e nos editoriais. Para isto, foram observados/examinados determinados aspectos tanto do plano sintático quanto do plano semântico.

O recorte do *corpus* privilegiou a cobertura da campanha política e dos discursos dos quatro principais candidatos às eleições presidenciais e suas representações.

Metodologia

Recorremos, metodologicamente, à Análise do Discurso (AD)⁴, utilizando também alguns dos padrões de manipulação de Abramo (2003), algumas categorias analíticas de Análise do Conteúdo (AC) de acordo com Fonseca Júnior (2005), além dos verbos introdutórios de opinião de Marcushi (1991).

Segundo Orlandi (1987, p. 12) a AD articula a língua ao contexto social e assume a posição de que se deve pensar um objeto ao mesmo tempo social e histórico, em que se confrontam sujeito e sistema: o discurso. Procura, também, segundo a autora, “problematizar continuamente as evidências (enquanto evidências) e implantar o seu caráter ideológico”.

A compreensão da articulação entre ideologia e discurso também foi norteadada por análises feitas por Perseu Abramo, que sistematizou cinco padrões de manipulação da grande imprensa: Padrão de ocultação, padrão de fragmentação, padrão de inversão, padrão de indução e padrão global ou padrão específico do jornalismo de televisão e rádio.

Para efeito desta análise foram privilegiados apenas dois: o padrão da inversão, “que opera o reordenamento das partes, a troca de lugares e de importância dessas partes, a substituição de umas por outras e prossegue, assim, com a destruição da realidade original e a criação artificial da outra realidade”, e o padrão da indução, que procura induzir o leitor a consumir outra realidade (Abramo, 2003, p.28).

O trabalho recorre, ainda, à análise dos verbos introdutórios de opinião, que de acordo com Marcushi (1991, p.75), “age seletivamente sobre os conteúdos dando-lhes uma intencionalidade interpretativa com características ideológicas. Com isto, mostra-se que a atividade jornalística não é apenas expositiva, mas analítica e interpretativa”.

Pinto (1999), citado por Caldas (2006) observa que é na superfície dos textos que o analista vai encontrar as marcas sociais deixadas na produção de sentido”. Através

⁴ Este é resultado de uma primeira aproximação com a AD e não tem a pretensão de esgotar todas as possibilidades que esta abordagem possibilita.



da análise direta dos textos, pretendemos encontrar os indícios que levarão a compreender certas condições em que eles foram produzidos, a intenção (ou parte dela) de quem os produziu e as eventuais discrepâncias entre os discursos dos jornais selecionados.

Os candidatos e o contexto

Em 2006, a disputa pela presidência do Brasil se deu, principalmente, entre quatro candidatos: Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL) e Cristovam Buarque (PDT).

Nas pesquisas eleitorais, os institutos de aferição de opinião pública mostravam o petista na frente com maior ou menor folga. No levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), divulgado no dia 30 de setembro, Lula aparece com 49% dos votos válidos, enquanto que Alckmin fica com 37%; Heloísa Helena, 9%; e Cristovam Buarque, 3%; os demais candidatos somam 2% dos votos⁵.

Em 2006, os brasileiros foram pela quinta vez às urnas para escolher de forma direta o Presidente da República, depois da Ditadura Militar, que assolou o país entre 1964 e 1985. Antes do processo eleitoral, contudo, explodiu no Brasil, logo no primeiro semestre do ano, uma série de escândalos⁶ que movimentaram a opinião pública. Entre eles, a “máfia dos sanguessugas”, que fraudava a venda de ambulâncias para diversos estados e o “mensalão”, que pagava, mensalmente, R\$ 30 mil a deputados para votação de projetos de interesse do Executivo.

Mídia e Opinião Pública

A partir de depoimentos de diferentes atores sociais, os veículos de comunicação criam imagens e apresentam um mundo editado. A influência da mídia na formação da opinião pública é incontestável. Vários estudiosos atestam esse poder. Caldas (2006) lembra que:

A opinião pública forma-se e conforma-se na leitura dos fragmentos dos fatos e versões construídos a partir das narrativas jornalísticas. Mediada por múltiplas fontes e veículos, a mensagem é plena de sentidos, cuja interpretação depende da percepção do processo de formação da informação. No imaginário popular, o que importa é como a mídia descreve, relata e interpreta o mundo.

⁵ A pesquisa encontra-se também na página do IBOPE e está registrada no Tribunal Superior Eleitoral com o número 20025/2006.

⁶ Os escândalos podem ser consultados nos sites <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2005/cpidomensalao>, www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2006/mafiaadossanguessugas, e http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/crise_lula/vedoin.html

A notícia não pode ser tomada como um simples reflexo da realidade, embora o imaginário popular considere que a mídia tem uma visão objetiva, imparcial do mundo e das mediações presentes no processo de construção do relato. Serrano aponta que:

Tuchman refere que as notícias não se limitam a refletir a realidade, criam-na também, agindo de uma maneira dialética, isto é, ao mesmo tempo em que apresentam determinadas concepções da realidade contribuem para modificar a percepção dessa realidade. (Serrano, 1999, p.2)

É através da linguagem que a mídia cria um sentido para o mundo. Orlandi (1988, p.17), explica que “a linguagem é trabalho (simbólico) e ‘tomar a palavra é um ato social com todas as suas implicações: conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidade, etc.” A partir desta perspectiva/constatação, partimos do pressuposto de que o discurso não é inocente e menos ainda neutro. O discurso em que a língua se manifesta, qualquer que seja, apresenta-se como ideológico, no sentido quer da manutenção do sistema social vigente, com sua ordem constituída, quer da transformação, maior ou menor, desse sistema. (Baccega, 1998).

Editoriais: a voz dos veículos

O editorial, uma subcategoria na conceituação clássica do gênero jornalístico opinativo, é o que expressa a opinião oficial da empresa sobre diferentes fatos do momento. De acordo com Melo (1985, p.79): “Nas sociedades capitalistas, o editorial reflete não exatamente a opinião dos seus proprietários nominais mas o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização”.

Ao analisar o tema eleições nos editoriais do *O Estado de S. Paulo* e do *Diário de S. Paulo*, verificamos que os dois jornais mostraram, claramente, posicionamento contrário ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

Os jornais OESP e DSP contextualizaram por várias vezes a crítica a partir dos fatos registrados na edição do dia, tais como segurança e corrupção, em especial os escândalos mensalão e sanguessugas. Na segunda semana analisada, nos dias que antecederam o primeiro turno, além de continuar com a crítica ao candidato Lula, os veículos utilizaram o dossiê feito contra José Serra, o qual foi ligado a nomes do PT, para novamente criticar Lula.

No editorial “Um show alheio ao eleitor” (A3, 17/08), o OESP abordou a estréia do horário eleitoral, tecendo críticas genéricas aos programas apresentados por todos os



candidatos. “(...) os candidatos seguem a esfarrapada liturgia de se exibir ao distinto público (...)” (OESP, A3, 17/08). Contudo, apenas o nome de Lula é destacado para fazer referência às denúncias de corrupção.

Talvez como nunca antes, o eleitor parece propenso a registrar os nomes dos candidatos envolvidos em denúncias de corrupção – e não por acaso, o programa do presidente Lula mostrou-se, pela primeira vez numa campanha, sem nenhum dos símbolos que fariam lembrar o PT: o vermelho, a estrela e o número da sigla. Minutos antes de irem ao ar os primeiros petistas de alguma forma associados ao mensalão, ou outras malfeitorias – para eles, foi como se nada tivesse acontecido -, Lula tornou a culpar “todo o sistema político” pela corrupção, convenientemente esquecido de que o sistema não obrigou ninguém a comprar deputado para beneficiá-lo. (OESP, A3, 17/08)

O DSP, por sua vez, observa que a corrupção não é uma prática nova. “De fato, a praga do caixa dois não atinge só este ou aquele partido. É disseminada”, afirmam em “Meia Verdade” (A12, 19/08).

Com a proximidade do dia 1º de outubro – data das eleições do primeiro turno – a tendência nas edições era lembrar os escândalos que envolviam os petistas. O OESP no “Desserviços prestados” mescla o tom anticorrupção com citações negativas a Luiz Inácio Lula da Silva, deixando transparecer que a intenção principal era deixar claro que o presidente sabia dos escândalos, esteve envolvido e nada fez.

Lula desperdiçou a oportunidade histórica de ensinar à grande massa dos seus eleitores os valores básicos da democracia – o que é, aliás, o primeiro dever de qualquer verdadeiro líder político, principalmente num país com um eleitorado com o nível de educação do brasileiro. Alguns desses valores são a separação entre o público e o privado, o caráter sagrado do dinheiro que os governantes arrecadam dos governados e o imperativo de tratar implacavelmente corruptores e corrompido, onde quer que sejam apanhados e qualquer que seja a sua posição social ou o seu poderio político. (OESP, A3, 27/09)

O DSP no dia 29 de setembro em “Encruzilhada”, na página A 14, opta por voltar a criticar o partido do presidente e candidato petista sem citá-lo claramente, mas com o objetivo explícito de atingi-lo sobre os escândalos de corrupção.

(...) Por alguma razão, deu-se uma metástase cultural e ficou inoculado no PT o vírus da delinquência. (DSP, A14, 29/09)

A estrutura narrativa dos jornais analisados demonstram nos editoriais o que Abramo chama de padrão de indução, pois conduzem para que o leitor veja o mundo como querem que seja visto. Usaram a hábil combinação dos escândalos do momento – mensalão, sanguessugas e dossiê – para induzir o leitor. “Alguns aspectos são sistematicamente lembrados na composição das matérias sobre determinados grupos

sociais, mas igualmente evitados de forma sistemática quando se trata de outros”. (1988, 35).

Outro ponto observado nos veículos durante o período analisado foi à adjetivação e a escolha dos verbos e citação freqüente com tonalização negativa ao candidato Lula. Enquanto que Cristovam Buarque e Heloísa Helena foram citados muito pouco e com rápidos comentários e Geraldo Alckmin, quando apareceu teve citação positiva.

O OESP na edição do dia 27 de setembro, no artigo “Desserviços prestados”, procura desqualificar o candidato do PT; refere-se a ele como “migrante iletrado” e ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), do mesmo partido do candidato Geraldo Alckmin (PSDB), como “sociólogo de renome mundial”. Ao afirmar que: “A prova é que Lula já declarou publicamente que ler é aborrecido. (...) Lula escolheu não estudar quando já podia. Ruim para ele, pior para o País que o tem como presidente”, o OESP procura justificar os adjetivos escolhidos.

Através da escolha lexical de *O Estado de São Paulo*, fica clara a posição do jornal em relação ao candidato do PT. No dia 18 de agosto, em “Um ato do ‘faz-de-conta’”, aparecem os termos: “sem ser tolhido”, “absoluta desfaçatez”, “haja cinismo”, “tom cômico” para fazer referências a Lula.

Já no dia 28 de setembro, no editorial “Retórica grand-guignolesca”, o ataque a Luiz Inácio Lula da Silva foi ainda mais ácido, com críticas diretamente pessoais.

Mau administrador, por falta de preparo e excesso de impaciência com as servidões da governança, ele demonstrou um talento extraordinário na construção da invulnerabilidade de sua liderança aos escândalos que poluíram irremedialmente o seu governo. (OESP, A3, 28/09)

Ao utilizar a palavra mau, o OESP revelou mais uma vez, a nítida preferência ao candidato governista Alckmin, embora não explicitamente.

O mesmo recurso de introduzir opinião através de adjetivos e verbos foi utilizada pelo DSP. Em “Inimigo comum” (A12, 17/08), o verbo recuou na frase, “Eleito, Lula recuou, por querer manter distância de uma área complexa e cheia de dissabores”, o verbo aparece com conotação negativa, que indica a fraqueza do candidato. No dia 28 de setembro, frases ácidas aparecem junto a termos como “farra”, no editorial intitulado “Começou 2007”, na página A 14. “O aperto nas contas públicas,



para compensar a farra fiscal executada pelo governo Lula por razões eleitorais, não pôde esperar a apuração das urnas”. (DSP, A14, 28/09)

O DSP no dia 16 de agosto – “Tempo de ilusões” (A12) – , estendeu os comentários aos quatro candidatos, com termos positivos somente quando se referiu a Alckmin e em menor medida a Cristovam.

Pela análise neste sentido, confirmamos o que diz Santalella (1996;330): “Toda a linguagem é ideológica porque, ao refletir a realidade, ela necessariamente a refrata. Há sempre, queira-se ou não, uma transfiguração, uma obliquidade da linguagem em relação àquilo a que ela se refere”.

Nas edições analisadas, também nos chamou a atenção o fato do DSP em algumas edições ter deixado de lado a crítica a Lula e apontado pontos positivos do seu governo, mesmo não o fazendo nominalmente, como mostra o exemplo abaixo. O mesmo não fez em momento algum o OESP.

As eleições gerais se realizam amanhã em uma conjuntura econômica bem diferente da que o país se encontrava em outubro de 2002. (...) em outros fatores considerados críticos houve grande avanço. A começar pela inflação, que neste ano cairá para patamar invejável...(DSP, A12, 30/09)

O OESP, por outro lado, voltou suas citações positivas somente para Alckmin. No dia 22 de agosto, em “A baixaria do presidente” (A3), a crítica a Lula já começa pelo título. No texto, Heloísa Helena é citada com a observação de que a candidata tem “incontinência verbal”. Alckmin, diferentemente, é colocado como o candidato que não fala mal, mas a “verdade” durante sua campanha.

Claro que há amplo espaço para explorar a vulnerabilidade de Lula em matéria de ética, sem descambar para o insulto – e sem mentir. Foi o que fez Alckmin anteontem em São Paulo, ao avivar a memória do eleitorado para as indigestas companhias do presidente. (OESP, A3, 22/08)

Além de Alckmin, o jornal cita positivamente e em maior número de vezes, o ex-presidente FHC.

(...) Em 2002, o presidente Fernando Henrique comportou-se como um magistrado – o que Lula, então, teve de reconhecer. Não transigiu com a austeridade fiscal e administrativa que era a sua marca desde que implantou o Plano Real, como ministro da Fazenda. (...) Enfim, deu à democracia brasileira um vigor e uma profundidade sem precedentes. (OESP, A3, 01/10)

Ao examinar estes pontos, percebemos que pela linguagem adotada e pela forma de fazer as críticas, os jornais analisados mais do que deixar transparecer suas ideologias, tentaram persuadir o leitor a ter a mesma opinião dos veículos de forma

explícita ou implícita. Em alguns trechos do OESP, há uma tentativa clara de fazer o leitor não votar no candidato Lula.

O presidente Lula, cuja eleição de quatro anos atrás foi um sopro de esperança de renovação da vida política nacional, hoje é, por ação e omissão, o grande responsável pela desmoralização do Congresso, pela politização da máquina administrativa e pela crescente repulsa da sociedade pela atividade política. É contra isso que é preciso resistir. Ao contrário do que afirma o presidente Lula, para justificar a bandalheira de seus “meninos”, nem todos os políticos são iguais e nem todos os partidos são semelhantes. Hoje é dia de o eleitor consciente exigir a volta da ética na política e da probidade na administração. (OESP, A3, 01/10)

Desta forma vemos, como cita Caldas (2006) “que a comunicação não ocorre de modo transparente, para informar e sim é construída de forma a persuadir. Ao refletir a realidade, a linguagem a desvia, interpreta, reformula, e ao fazê-lo acaba por persuadir o leitor a interpretar a realidade sob o mesmo prisma do enunciado proposto no texto”.

Reportagens: a aparente neutralidade

A reportagem é o gênero que desempenha papel de particular importância neste trabalho. Trata-se do gênero jornalístico que pode servir como termômetro das diretrizes adotadas pela instituição, como cita Marques de Melo (Apud CHAPARRO, 2002): “É o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística”.

Na cobertura realizada pelos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Diário de S. Paulo*, houve uma clara preferência pela crítica ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva, principalmente pelo OESP, enquanto que ao se referir aos demais, o tom foi de certa forma mais branda e até mesmo neutro.

Em várias reportagens, a tonalização negativa ao petista começou a se dar pelo título. Na edição do dia 17 de agosto, página A7, o veículo trouxe: “Para PSDB e PFL, Lula é candidato da mentira”; no dia 28 de setembro, página A11, o título foi “Vice da OAB acusa Lula de desestimular a PF”; e na edição de 22 de agosto, página A5, o jornal colocou “‘Presidente é exterminador de emprego’, acusa tucano”. O jornalista/editor no caso optou claramente pela utilização da fala de alguém, sempre de forma a denegrir Lula. As afirmações escolhidas também aparecem com termos fortes como mentira, acusa e exterminador de emprego, o que demonstra, como explica Marcushi, que a parcialidade pode se dar através da seleção do discurso alheio. “Embora esse processo

aparente certa inocência, não impede a possibilidade de distorção ou interferência no discurso relatado”. (1991, p.75)

O DSP igualmente buscou desqualificar o presidente-candidato em títulos como: “FH compara Lula ao ‘demônio’” (A13, 26/09) e “Alckmin chama Lula de frouxo” (E4, 30/09).

Por outro lado, Geraldo Alckmin, Heloísa Helena e Cristovam Buarque não foram citados em títulos onde houve crítica pessoal direta e explícita. O Tucano somente teve uma manchete com afirmação negativa, contudo não foram colocados termos fortes e desqualificantes. “Aliados abandonam Alckmin e campanha tucana entra em crise”. (OESP, A4, 19/08)

Os candidatos Heloísa Helena e Alckmin ainda foram citados de forma positiva em algumas manchetes. O DSP, em 27 de setembro (E2), publicou uma reportagem intitulada “Heloísa: ‘sou um poço de ternura’”. O OESP, dia 27 de setembro (A9), em “Alckmin cobra presença de petista no debate da TV Globo amanhã”, utilizou o verbo cobra ainda em tom de desafio a Lula.

Já no conteúdo das matérias analisadas no período estudado, a tônica dos textos foi sempre opinativa, de forma crítica ao petista e com várias citações favoráveis ao Tucano. Quando se tratou dos candidatos do PSOL e PDT o tom era mais informativo.

Observamos ainda, que o assunto corrupção, trazia sempre, de forma implícita ou explícita referências a Lula. Na reportagem “Lula esconde PT em programa de estréia no horário eleitoral gratuito”, o DSP ressalta, de forma crítica, o programa político gratuito de Lula, lembrando a ligação do seu partido com o mensalão. Por outro lado, ao se referir a Alckmin e à Heloísa Helena, abordou mais objetivamente o conteúdo do programa de estréia, e ao falar do de Cristovam adjetivou o candidato com o termo “monotemático”, antes de seguir as verificações feitas em seu programa.

(...) comparou Lula, sem mencionar o PT, devastado pelo escândalo do mensalão. Em tom legalista, Lula disse apenas que “os que cometeram erros precisam ser punidos. (A11, 16/08)

O OESP em “Duda ainda pilota a campanha do PT” (A9, 16/08), faz relação direta do candidato petista a Duda Mendonça – um dos envolvidos no mensalão. O objetivo é claro: tentar fazer com que o leitor tome ciência de que o mensaleiro é um dos responsáveis pela reeleição de Lula. “A fórmula do programa eleitoral de Lula faz lembrar a adotada em 2002 por Duda, banido das campanhas depois do escândalo do mensalão”. (A9, 16/08).



Na mesma edição, página A10, o jornal fala de outras pessoas ligadas a Lula envolvidas em corrupção e usa termos fortes para afetar a credibilidade do candidato presidente na construção das afirmações. “O PSDB e PFL querem esquentar o debate eleitoral na primeira semana de setembro tentando colar a imagem de mentiroso ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva”. (A10, 16/08)

As reportagens mais críticas ao petista foram realizadas, no entanto, pelo jornal *O Estado de S. Paulo* no dia 1º de outubro – data do primeiro turno da eleição presidencial. O veículo publicou matérias referentes aos quatro principais candidatos da disputa, mas ao falar de Luiz Inácio Lula da Silva deixou transparecer de forma explícita sua posição contrária ao candidato. Na matéria, “‘Sou um sobrevivente’, coloca Lula em contradição com seus próprios princípios e mais pragmático a cada dia” (H4, 01/10), foi escrito:

Com a cúpula do PT dizimada por escândalos e auxiliares envolvidos em ações criminosas, o presidente vestiu o figurino de “pai dos pobres” perseguido pelas “elites” e, num embate feroz com a oposição, aposentou o Lulinha Paz e Amor que, em 2002, empunhava a bandeira da ética na política. Na trajetória do socialismo utópico ao pragmatismo radical, Lula desbatoou o discurso ideológico do PT, sepultou velhos dogmas da esquerda, manteve a política econômica que sempre criticou e aliou-se a inimigos que antes chamava de corruptos. (H4, 01/10).

Nas matérias intituladas: “Crescimento ainda é o desafio” (H10, 01/10); “Escândalos marcam gestão de Lula desde 2004” (H12, 01/10); e “Fraqueza de Lula no Senado corre risco de se agravar” (H13, 01/10), chamou a atenção o fato do OESP ter trabalhado com as informações a fim de, claramente, fazer com que o leitor seja induzido a não votar no Lula. Na frase da matéria principal da página H12 (01/10), a verificação pode ser comprovada:

A sucessão de escândalos contra o governo do PT começou em 2004, ironicamente, num 13 de fevereiro, aniversário de fundação do partido. (...) Lula alegou que não sabia de nada e que foi traído por seus aliados, enfrentando aí seu pior momento de popularidade. Mas recuperou a imagem como o sucesso da distribuição de renda entre as camadas mais pobres promovida pelo programa Bolsa Família. (H12, 01/10)

O jornal, no mesmo dia utilizou, uma tonalização positiva a Alckmin e aos demais mesclou tonalização favorável e desfavorável. Na matéria “Alckmin, o homem que acredita em trabalho, disciplina e sorte” (H6, 01/10), supostas qualidades do tucano foram apontadas.

Religiosamente, como em tudo que faz, Geraldo Alckmin conquistou apreços distribuindo atenções. (...) Em toda sua carreira, nunca foi alvo de uma

denúncia minimamente consistente de corrupção. No governo de São Paulo, o PT tentou emplacar contra ele várias CPIs, uma sem pé, outras sem cabeça... (H6, 01/10)

Os jornais OESP e DSP através do padrão de indução, levantado por Abramo, buscaram lembrar, sistematicamente, alguns aspectos na composição das matérias analisadas para prejudicar a imagem do candidato petista. Enquanto o assunto corrupção não era abordado de forma associativa quando as informações eram referentes aos outros três candidatos, quando se tratava de Lula, havia recorrência textual em fazer a ligação do seu nome aos envolvidos no escândalo do seu partido.

Além da indução manifestada pelo reordenamento ou pela recontextualização dos fragmentos da realidade, pelos títulos e presença/ausência de temas, os veículos utilizaram-se por muitas vezes de fontes oficiais para sustentarem suas opiniões de forma implícita e explícita.

A revista afirma que, além da “ingenuidade” de sua política externa, há duas razões mais sérias para Lula ter perdido o “brilho”. (...) Por isso, avalia a *Economist*, é impressionante que Lula esteja caminhando para um segundo mandato “que de várias maneiras não parece justificado”. (OESP, A9, 29/09)

Koch (1995) explica, em texto citado por Caldas (2004, p.7), que “a polifonia é uma forma de afirmar algo por meio de terceiros, conseguindo-se assim, manter uma certa distância do que foi afirmado e também aumentar sua credibilidade”.

Ainda comprovamos que os jornalistas do OESP agregaram, em alguns momentos, a informação que transmitiram nas reportagens do período, juízos de valor e afirmações que buscaram contradizer Lula, comprovando que em um discurso em que a língua se manifesta, apresenta-se como ideológico.

Lula hoje oscila em ser mais ou menos PT, conforme suas conveniências. A salvação para todos os males, no seu diagnóstico, é a reforma política. Antes da eleição de 2002, dizia a mesma coisa. Mas a receita, até hoje, não foi aviada. (OESP, H4, 01/10)

Conforme Caldas (2006) ao considerar as ponderações de CAIAFA (1994) sobre argumentatividade do texto jornalístico, foi possível também perceber que o jornalista não se limitou a relatar pura e simplesmente os fatos que envolveram o período para que o leitor desenvolvesse sua própria opinião. “Ele emitiu seu ponto de vista e passou a manipular as informações com a intenção, consciente ou não, de guiar as impressões desse leitor”.

A semelhança dos tons

Nos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Diário de S. Paulo*, os textos são evidentemente enquadrados nos seus gêneros jornalísticos e recebem até diferenciação na forma estética. Nos editoriais, observamos que a postura contrária ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi geralmente apontada de forma que não deixou dúvidas sobre a opinião do veículo. Nas reportagens, a imparcialidade – uma característica conceitual do gênero – deu lugar a parcialidade, evidenciando assim, que não existe neutralidade na narrativa jornalística.

Embora os espaços das matérias fossem aparentemente iguais, a crítica a Lula apareceu velada ou não em muitas reportagens, demonstrando uma convergência entre a opinião dos jornais expressa nos editoriais e o conteúdo do material informativo. A semelhança no tom ocorreu com maior proporção no OESP.

No dia 26 de setembro no editorial “Crise de nervos” e na matéria “Ex-amigos agora são ‘bandidos’, insanos...”, respectivamente, a tonalização negativa ao petista no veículo se deu tanto em um gênero como no outro.

Proclamou que “essa (eleição) nós já matamos ela no primeiro turno”. É problema dele a cara com que ficará se não matar. Mas, se matar, será problema dos brasileiros ter, por mais quatro anos, um presidente cujo governo foi uma sucessão de escândalos protagonizados por seus mais íntimos “companheiros” que, agora, além de “imbecis e insanos”, chama de traidores para poder se comparar a Jesus e Tiradentes”. (A3, 26/09)

Nunca ninguém antes, neste País, desancou tão impiedosamente os próprios subordinados em público, tantas vezes, em tão poucos dias, como o presidente Luiz Inácio Lula da Silva acaba de fazer com os responsáveis pelo dossiê Vedoin. Entre sábado, dia 16, e ontem, ele definiu a manobra de “abominável”, “momento de loucura”, “barbárie” – entre outros – e qualificou seus autores de “bandidos”, “insanos”, “loucos” e, finalmente, “aloprados”. (A4, 26/09)

No dia do pleito – 1º de outubro – o OESP “costurou” como em nenhuma outra edição o editorial com as reportagens, articuladas com o nítido objetivo de persuadir o leitor/eleitor a não votar no candidato do PT. A impressão que deu foi que as críticas da página A3 (editorial) eram justificadas pelas matérias do caderno Eleições 2006 (H2-H13). Alguns exemplos encontrados: “É contra esse estado de coisas que os brasileiros devem reagir – hoje, nas urnas”. (A3, 01/10) “Não é a primeira vez que o presidente tem que lidar com escândalos. Desde 2004, seu governo foi afetado por problemas desse tipo, sem que a popularidade do presidente fosse arranhada significativamente”. (H12, 01/10)

O DSP igualmente deixou refletir a opinião da empresa nas reportagens, contudo, nem sempre a temática usada para criticar Lula no editorial era sobre o assunto das matérias do dia.

Comparando o OESP com o DSP, o *Diário de S. Paulo* foi mais objetivo, na medida do possível, em suas reportagens, não refletindo com a mesma regularidade de *O Estado de S. Paulo* a opinião da empresa no corpo das matérias.

A tendência dos veículos a demonstrarem seus pontos de vista para Marcondes Filho (1989, p.11), citado por Marshall, (2003) ocorre porque, “o jornalismo é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar à suas opiniões subjetivas e particularistas o foro de objetividade”.

Considerações finais

A análise do comportamento dos dois veículos de comunicação impressa, *O Estado de S. Paulo* e *Diário de S. Paulo*, demonstrou que o discurso jornalístico por mais que seja trabalhado com diferentes mecanismos lingüísticos, deixa transparecer, na prática, que há parcialidade no jornalismo. Ao abordar as eleições presidenciais 2006, os dois veículos mostraram, claramente, com argumentos, um posicionamento contrário ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva.

Mesmo que nas reportagens os veículos analisados tenham buscado dar espaços semelhantes aos candidatos, principalmente aos dois primeiros, Lula e Geraldo Alckmin, isso não representou neutralidade na narrativa jornalística. A cobertura “quantitativamente igual em termos físicos centímetro-coluna” pode ser considerada como parte de uma estratégia mercadológica adotada tanto pelo OESP como pelo DSP, perante o leitor, para aparentar objetividade e imparcialidade, garantindo assim, credibilidade.

A parcialidade dos veículos transpareceu também pelo fato de ter havido uma convergência entre a opinião expressa nos editoriais e a construção das reportagens. De forma implícita ou explícita, o ponto de vista do jornal estava nas matérias.

O OESP, em seus editoriais, mostrou de forma aberta seu favoritismo ao tucano Alckmin. O veículo chegou até a fazer referências positivas ao ex-presidente do PSDB, Fernando Henrique Cardoso, para que de certa forma elas se refletissem em Alckmin.

Por outro lado, ao tratar de Lula, o jornal assume uma posição agressiva e crítica, procurando prejudicar a imagem do candidato a cada editorial e ou reportagens. Termos fortes e pejorativos, como “mau administrador”, foram utilizados para

desqualificar o petista. Na mesma linha, de forma mais ou menos velada, seguiram-se às reportagens. Muitas mostravam dados que podiam justificar o que estava no editorial.

O DSP, durante o período analisado, também apresentou editoriais com fortes críticas a Lula, embora em alguns momentos tenha apontado pontos positivos do seu governo, mas não o fazendo nominalmente. As reportagens tiveram menos juízo de valor do que as do OESP, e quase nunca o assunto delas foi a temática dos editoriais.

Momentos de tonalização negativa a Alckmin e prejudicial a sua imagem frente à opinião pública não existiram nos veículos. Os outros dois candidatos – Heloísa Helena e Cristovam - apareceram em menor proporção com tonalizações que podem ser classificadas ora como positivas ora como negativas. Por meio das matérias, as empresas de comunicação construíram a imagem que desejavam dos candidatos.

Também desvendamos, a intencionalidade na construção da narrativa de OESP e DSP, através do recurso metodológico da Análise do Discurso (AD). Os jornais escolheram ângulos de abordagem, enquadramentos (frames) e temas, que facilmente podiam levar o leitor a ver Lula de forma negativa. A corrupção, em especial os escândalos denunciadas naquele momento, apareceram quase que diariamente associados ao candidato.

Outra estratégia que evidenciou a posição e intenção de manipular a opinião pública adotadas pelos veículos foi o uso de verbos introdutórios de opinião. Ao falar do petista, termos como “foi obrigado”, “omissão”, “denúncias de corrupção”, “mentiroso”, apareceram com frequência.

Ainda ficou clara a posição de OESP e DSP nas fontes escolhidas para comentários sobre os temas debatidos. Elas tinham, em sua maioria, opiniões idênticas ao do jornal e faziam afirmações passíveis igualmente de levar o leitor a ter uma visão de que Lula não deveria ganhar o pleito.

A análise dos editoriais e reportagens dos veículos selecionados reforça, portanto, a postura de vários autores da ausência de neutralidade na narrativa jornalística. Evidencia, também, as estratégias discursivas para oferecer uma aparência de imparcialidade, quando, na verdade, de forma explícita ou implícita fica claro as escolhas editoriais e suas respectivas preferências pelos candidatos à presidência da República. Nos dois jornais examinados: OESP e DSP, é patente o apoio ao candidato do PSDB.



Referências bibliográficas

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação da grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e Linguagem: discursos e ciência**. São Paulo: Moderna, 1998.

BERGER, Christa. In: NETO, A.P.; Pinto, M.J (Orgs). **O indivíduo e as mídias: ensaios sobre Comunicação, Política, Arte e Sociedade no Mundo Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

CALDAS, G.; GONÇALVES, E.M.; RUBBO, D., SABBATINI, J.N.; CAU, I.A.S. O Discurso Político na mídia. In Queiroz, A. (org). **Na arena do marketing político**. São Paulo: Editora Summus, 2006, p.30-37.

CALDAS, G.; GUIMARÃES, A.S., BARBOSA, H.; VALVERDE, J.; JIMENES, R. **Mídia e Política de C&T: uma relação complexa**. In INTERCOM. Ago/set 2004. Porto Alegre.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; Barros, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p.280-304.

MARCUSHI, Luiz Antônio. **A ação dos verbos introdutórios de opinião**. In: INTERCOM – Revista Brasileira de Comunicação. Jan/jun 1991, São Paulo, ano XIV, nº 64, pág 74-96.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 2.ed. Campinas: Pontes, 1987.

SANTAELLA, Lúcia. **A produção de linguagem e ideologia**. São Paulo: Cortez, 1996.

SERRANO, Estrela. **Jornalismo e elites do poder**. 1999. Lisboa. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>