



## **A Visibilidade Eleitoral Construída no *Estado de Minas*: Três Momentos no Léxico das Disputas Discursivas dos Candidatos à Prefeitura de BH em 2008<sup>1</sup>**

Carolina Fabiana Argamim Gouvêa<sup>2</sup>  
Paulo Henrique Caetano<sup>3</sup>  
Universidade Federal de São João del-Rei

### **Resumo**

Esse trabalho analisa a construção do discurso eleitoral dos candidatos à prefeitura de Belo Horizonte, em 2008, como veiculado na mídia impressa. Utilizando como corpus o jornal *Estado de Minas* e tomando como foco itens lexicais e dados de publicação do jornal, propõe-se um mapeamento das informações de forma a evidenciar dados que podem ser reveladores de práticas discursivas e práticas sociais (cf. FAIRCLOUGH, 2001) do veículo em questão. O período analisado foi dividido em três momentos, assim como em Oliveira e Caetano (2009), considerando os Cenários Político, Pré-eleitoral e Eleitoral, os quais foram explorados em suas especificidades no que concerne ao uso do léxico pelo jornal *Estado de Minas*.

**Palavras-chave:** discurso eleitoral; mídia impressa; coesão lexical; *Estado de Minas*.

---

<sup>1</sup> Artigo para apresentação no Intercom Sudeste 2011, realizado de 12 a 14 de maio, na sessão Intercom Júnior, sobre Jornalismo. O artigo é parte do projeto de pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais, “A cultura da mineiridade como estratégia discursivo-midiática no noticiário do jornal *O Estado de Minas*, durante a Campanha Eleitoral para a Prefeitura de Belo Horizonte, em 2008”.

<sup>2</sup> Graduanda do 5º período de Jornalismo da UFSJ e bolsista do projeto “A cultura da mineiridade como estratégia discursivo-midiática no noticiário do jornal *O Estado de Minas*, durante a Campanha Eleitoral para a Prefeitura de Belo Horizonte, em 2008” (FAPEMIG). E-mail: carool.g@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador, doutor em Estudos Linguísticos pela UFMG, é professor do Departamento de Letras, Artes e Cultura da Universidade Federal de São João del-Rei, atuando nos cursos de Jornalismo e Letras. E-mail: phcaetano@ufsj.edu.br.



## **Introdução**

Através de análise de dados e listas de palavras retiradas de matérias do periódico *Estado de Minas*, esse artigo discute de forma simples a construção lexical e discursiva do jornal sobre a disputa eleitoral à prefeitura de Belo Horizonte em 2008.

O objetivo dessas análises é entender a construção discursiva do jornal, como este deu ou não visibilidade aos atores e partidos políticos. Para facilitar tal trabalho, assim como evidenciar pontos relevantes que provavelmente seriam ignorados em uma análise mais generalizada, as matérias analisadas foram divididas em três Cenários: Político, Pré-Eleitoral e Eleitoral.

Dessa forma, é traçado um panorama das eleições em Belo Horizonte. Dados numéricos comprovam como a aliança PT-PSDB recebeu grande visibilidade e foi tratada de forma privilegiada pelo periódico, como os atores políticos a ela relacionados foram evidenciados e citados com considerável frequência. Os dados também comprovam o fenômeno eleitoral Leonardo Quintão, marcando-o nos diversos episódios da disputa e mostrando o seu crescimento como um dos principais atores político da eleição analisada.

## **Corpus e Metodologia**

Para o presente artigo, todas as notícias e reportagens do jornal *Estado de Minas* que foram tomados como corpus, desde o início do período eleitoral de 2008 em Belo Horizonte. O jornal foi eleito como corpus de pesquisa por ser o veículo de maior circulação na capital e em todo o estado, possuindo uma estrutura reconhecida como de grande imprensa. Dentre alguns critérios para o reconhecimento de um veículo de grande imprensa, uma editoria consolidada de Política é fator preponderante, estando o *Estado de Minas* plenamente adequado a esse (cf. OLIVEIRA e CAETANO, no prelo).

Sobre os procedimentos metodológicos, uma planilha inicial foi elaborada, considerando os dados brutos, dividindo-os em três momentos ou cenários: (1) Cenário Político – de maio a julho, quando as candidaturas não tinham sido definidas, sendo o período de maior especulação; (2) Cenário Pré-Eleitoral – a partir de 5 de julho até o início do HGPE, quando as candidaturas foram homologadas; (3) o Cenário Eleitoral – a partir do início do HGPE em 19 de agosto de 2008, quando a disputa tornou-se muito mais acirrada, até o dia anterior às eleições.



Uma vez delimitados os três cenários como focos dessa discussão, o software WordSmith Tools foi escolhido como ferramenta de pesquisa, embasado na metodologia de Linguística de Corpus (cf. BERBER-SARDINHA, 2004), por facilitar o trabalho de quantificação e, não menos, qualificação dos textos. Essa etapa intenta levantar dados de ocorrências de itens lexicais que são chave para a temática, bem como seus ambientes textuais de ocorrência e suas tendências colocacionais, comparando as três fases e chegando a um panorama geral do corpus analisado. Mais adiante, em consequência da pesquisa da qual este artigo é parte, a análise de dados lexicais de listas de palavras e de colocação é somada à análise de linhas de concordância para que sejam levantados dados sobre a representação do discurso.

### **1. Contexto político**

A disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte foi marcada, nas eleições de 2008, por dois fenômenos políticos: a polêmica aliança entre PT e PSDB e a candidatura de Leonardo Quintão (PMDB). Após quatro disputas polarizadas na capital mineira, duas forças antagônicas do cenário político brasileiro fizeram uma aliança histórica: o PSDB, através dos esforços do governador Aécio Neves, e o PT, através do prefeito Fernando Pimentel. Desde 1988, PT e PSDB disputam de forma acirrada o comando da capital mineira e, nas quatro eleições, a frente liderada pelo PT saiu vitoriosa. Já no plano estadual o PSDB tem se mantido hegemônico, tendo reeleito Aécio Neves com mais de 70% dos votos e, após o segundo mandato, eleito Antônio Anastasia.

Apesar de serem forças políticas opostas, Neves e Pimentel, sempre tiveram um relacionamento muito amistoso e articularam, à época, uma aliança em função de planos políticos pessoais. Neves tinha pretensões de concorrer à Presidência da República em 2010 e a aproximação com o PT era estratégica, pois no PSDB o nome mais cotado era o de José Serra, como ficou confirmado mais tarde. Pimentel pretendia disputar o governo de Minas e para isso era importante o apoio de Aécio Neves. O nome escolhido foi o de Márcio Lacerda (PSB), ex-secretário de Estado de Desenvolvimento Econômico do governo Aécio Neves, que tinha bom trânsito na ala majoritária do PT e no PSDB, apesar de ser pouco conhecido pelo eleitorado.

De janeiro a julho de 2008, quando a candidatura de Márcio Lacerda foi homologada, houve uma série de polêmicas relacionadas à insatisfação da Executiva



Nacional do PT, que havia vetado o acordo com o PSDB em Belo Horizonte e ao PC do B, que sempre integrou a coligação de centro-esquerda junto com o PT e lançou a deputada federal Jô Moraes como candidatura própria. Tentando resolver o impasse, o PSB de Márcio Lacerda fechou a coligação com o PT, tendo como candidato a vice o petista Roberto Carvalho. O PSDB deu apoio informal, já que o PT não poderia aceitar uma aliança formal. Neves e Pimentel partiram, então, para a fase de consolidação do nome de Lacerda, uma vez que as pesquisas de opinião pública indicavam uma liderança significativa de Jô Moraes. Das sete candidaturas homologadas em julho, as mais expressivas foram as de Lacerda, Jô Moraes e Quintão. Em 19 de agosto de 2008 teve início o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (doravante HGPE) e Jô Moraes, que havia liderado as pesquisas até então, viu sua candidatura se esvaziar com pouco mais de 2 minutos de propaganda na mídia apenas. Lacerda, com o maior tempo, deu grande visibilidade a Neves e Pimentel e atingiu, no final de agosto, 40% nas pesquisas de opinião pública. No entanto, denúncias sobre um possível envolvimento de Lacerda na questão do mensalão, críticas por aparecer pouco frente ao carisma de Neves e Pimentel, além do fato de ter se negado a comparecer a qualquer debate, foram muito negativos na campanha de Lacerda. Mesmo assim, a expectativa era de uma vitória ainda no primeiro turno.

E foi nesse cenário que surgiu o fenômeno eleitoral Quintão, que até julho não era consenso nem mesmo em seu partido e que se lançou candidato sem o apoio de importantes lideranças peemedebistas. Por ter o segundo maior tempo na televisão, Quintão, embasado em pesquisas de opinião pública, resolveu fazer uma campanha que apelasse para o contato emocional. Com o slogan “Gente que cuida de gente”, buscou construir a imagem do mineiro de fala simples e sua candidatura começou a crescer. Em 20 de setembro já atingia 20% das intenções de voto e passou a ameaçar a vitória de Lacerda no primeiro turno.

Uma das estratégias também dos aliados de Lacerda foi a forma como eles se apropriaram de elementos da mineiridade. Neves, em suas declarações, conceituou a aliança PT e PSDB como um amplo projeto de “convergência”, exemplo para o país. O tom conciliador do político mineiro foi acionado para dar a ideia de que o acordo seria algo novo e exemplar para outros estados. Mas a questão que mereceu mais destaque nesse contexto foi a forma como o Estado de Minas, veículo impresso de grande imprensa de maior circulação no estado e importante formador de opinião, assumiu o argumento do governador para legitimar a candidatura de Lacerda. No segundo turno, o



jornal assumiu uma postura tendenciosa tanto para divulgar denúncias contra Quintão como para reforçar a ideia de convergência nacional, como poderá ser verificado nas análises adiante.

## 2. Descrição e análise de dados

A análise de textos do *Estado de Minas* nos três momentos da disputa eleitoral pode oferecer um panorama geral do discurso utilizado, a partir de referências ao comportamento lexical nas notícias e reportagens coletadas. Foram extraídos dados numéricos de 379 textos do periódico, sendo que 134 pertencem ao Cenário Político, 76 ao Cenário Pré-Eleitoral e 134 ao Cenário Eleitoral.

É preciso ressaltar, em primeiro lugar, que todos os textos analisados são referentes às eleições para a prefeitura de Belo Horizonte, independente do assunto, tema ou candidato abordado. Matérias não referentes à eleição não foram analisadas e não constituem fonte de dados.

Os textos compilados mostram que o jornal tendeu a um claro destaque para a aliança PT-PSDB e indicam uma construção discursiva favorável a esta, baseada principalmente na visibilidade das ações neutras e positivas os atores sociais implicados, o que poderá ser verificado adiante:

### 2.1 Cenário Político

Uma análise da lista de palavras dos textos do Cenário Político traz um dado interessante: logo de início, o terceiro item lexical com significado semântico que mais aparece nos textos é *aliança*, com 544 aparições. Além disso, variantes (em sentido) da palavra *aliança* tiveram grande destaque, como: *coligações* com 224 aparições, *acordo* com 147, *dobradinha* com 66, *parcerias* com 53 e *união* com 34 ocorrências (sendo que 4 não relacionadas à questão da aliança). Esses fatos já indicam a grande visibilidade dada pelo *Estado de Minas* quanto ao tema, entre todos os assuntos relacionados às eleições de Belo Horizonte.

Além disso, o primeiro item lexical mais encontrado nos textos também traz algo relevante, que explicita principalmente essa fase da eleição: o PT aparece 912 vezes, sem considerar seus possíveis lexemas e formas alternativas (como *petista(s)*, que conta com 270 aparições). Isso pode indicar tanto uma possível preferência do jornal pelo partido como também ser a evidência de como havia setores petistas resistindo à aliança. Levando em consideração a segunda hipótese, o partido teria recebido tanta



visibilidade não apenas por figurar como um protagonista da aliança, mas também por representar as próprias dificuldades de consolidação desta.

O segundo partido político mais citado nos textos é o PSDB, com 540 entradas (4º item lexical), sendo logo precedido pelo PSB, com 430 (5º item lexical). Vale lembrar que todos os partidos citados, que foram os itens lexicais mais utilizados pelo jornal, são aqueles que fazem parte da aliança, indicando novamente o tratamento privilegiado que esta recebeu no jornal mineiro. Entretanto, também é válido ressaltar que o partido da aliança que foi menos citado (o PSB) é justamente o partido do candidato Márcio Lacerda e, seguindo a lógica, deveria possuir maior visibilidade que o PT e o PSDB. Não podemos nos esquecer, porém, da importância desses dois partidos em Belo Horizonte, assim como a importância de seus respectivos padrinhos políticos, Fernando Pimentel e Aécio Neves.

Ainda em termos de partidos políticos, a lista de palavras aponta que o PMDB foi citado 171 vezes no jornal, e o PCdoB 118. Esses dois partidos, que lançariam mais adiante os dois outros candidatos mais representativos, nesse primeiro momento foram praticamente ignorados pela cobertura do *Estado de Minas*, tendo uma visibilidade muito pequena.

Quanto aos atores políticos, pode-se perceber novamente uma construção lexical voltada principalmente para os membros da aliança PT-PSDB. O Governador Aécio Neves foi citado 285 vezes no jornal e Fernando Pimentel 277; enquanto isso, o próprio candidato da aliança ficou atrás dos padrinhos políticos, com 267 aparições. Os outros candidatos, entretanto, evidenciaram uma visibilidade muito menor: Jô Moraes (PCdoB) foi citada 88 vezes e Leonardo Quintão (PMDB) 67.

Outro ponto relevante do Cenário Político é o discurso da mineiridade, que foi utilizado principalmente como forma de legitimar a aliança entre forças antagônicas. Por 54 vezes o item lexical *entendimento* é utilizado, referindo-se a uma tentativa de mostrar que a política de Minas Gerais é voltada para um entendimento, uma compreensão que vai além de antagonismos e rixas partidárias. Fernando Pimentel chega até mesmo a dizer, em uma frase em discurso direto no Estado de Minas, que em Minas existe um “entendimento superior”: “Tentaram impedir um entendimento político superior que há em Minas entre governador, prefeito e presidente. Não conseguiram. Estamos juntos.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Fernando Pimentel, *Estado de Minas*, pág. 3, 30 de junho de 2008.



Além disso, constrói-se nesse período expressões com enorme carga significativa. O Léxico que acompanha a palavra *aliança* e suas variantes (como *coligação*, *dobradinha*, etc.) tende a criar imagens positivas ou negativas daqueles que são a favor ou contra a aliança. A palavra *defensores*, acompanhando *aliança* ou suas variantes, ocorre 48 vezes e a expressão *a favor* (da *aliança* e variantes) ocorre 13, todos com valência positiva. A palavra *contrários*, com 32 ocorrências, acompanhada da expressão *contra a* (*aliança* ou variantes) possui valência negativa nos textos, ao trazer a ideia de que vão contra algo bom, que vão contra a união, a convergência de forças antagônicas.

## 2.2 Cenário Pré-Eleitoral

O Cenário Pré-Eleitoral figura como o período mais breve dessas análises. Representa uma transição entre os dois outros períodos e, devido ao fato de nesta época ainda não terem iniciado a propaganda eleitoral gratuita, apresenta muitas características que seguem a lógica do Cenário Político. Entretanto, possui algumas especificidades, pois foi nessa época que as candidaturas foram definidas e as especulações encontraram seu fim.

O PT, por exemplo, continua sendo o partido mais citado no *Estado de Minas*, com 252 aparições no jornal. O PDB é o partido mais citado com 121 aparições e o PSDB é o último citado da aliança, com 116. Esse recuo da visibilidade do PSDB pode ser explicado pelo fato de o partido ter aderido à aliança apenas informalmente, perdendo um pouco de importância dentro desta. Entretanto, ainda possui uma representação muito maior que os outros partidos: o PCdoB foi citado 103 vezes e o PMDB apenas 81, mostrando novamente como esses partidos eram poucos lembrados pelo jornal. Isso também mostra como a candidata do PCdoB era muito mais cotada, na época, do que o do PMDB.

Em relação aos atores políticos, percebe-se um crescimento da visibilidade de Márcio Lacerda, que, após ter homologado sua candidatura, passa a figurar como o segundo item lexical da lista de palavras, com 267 aparições. Aécio Neves continua tendo grande visibilidade, com 119 aparições, assim como Fernando Pimentel, com 114. Entretanto, percebe-se que ambos os padrinhos da aliança recuam um pouco frente ao nome de Márcio Lacerda, o real candidato da aliança – a constante presença dos dois no

período anterior pode se explicar pelo fato de haver necessidade de forças políticas agindo de forma estratégica, para legitimar a aliança frente ao eleitorado e aos próprios partidos.

Os outros candidatos à prefeitura de Belo Horizonte novamente uma menor visibilidade menor: Jô Moraes é citada 198 vezes e Quintão 94. Entretanto pode-se perceber que Jô ganhou maior visibilidade nessa fase, sendo citada mais vezes, pois nesse período era tida como a principal adversária de Lacerda. Até aqui, Quintão continuava como um pequeno candidato, pouco provável de representar real ameaça.

É importante ser analisado também como houve um declínio do discurso envolvendo a *aliança* PT-PSDB, que foi cada vez menos citada no jornal: apenas 68 vezes, enquanto antes figurava como um dos primeiros itens lexicais. Suas variantes também apareceram menos no jornal: *coligação(es)* 57 vezes, *dobradinha* 9, *união* 12, *acordo* 34 e *parceria* 28 vezes. Isso, entretanto, não quer dizer que houve menor criação discursiva em torno da aliança, visto que seus candidatos e partidos continuam sendo largamente citados nesse período.

O discurso da mineiridade também foi muito menos utilizado nessa fase em relação ao Cenário Político. Expressões importantes do discurso da mineiridade, como *entendimento*, tornaram-se quase inexpressivos no cenário Pré-Eleitoral. Pode-se inferir que, quando as candidaturas ainda não haviam sido homologados, o discurso da mineiridade foi utilizado como uma estratégia de legitimação da candidatura de Lacerda e, principalmente, da aliança PT-PSDB. O discurso do “político mineiro do entendimento” foi largamente utilizado como forma de justificar a aliança entre partidos antagônicos e também pode ser percebido sendo utilizado por alguns atores políticos no primeiro Cenário, como Pimentel e Aécio. Entretanto, após a homologação das candidaturas e vitória do acordo polêmico que lançou Lacerda, perdeu-se grande parte da necessidade de justificativa de tal aliança.

### **2.3 Cenário Eleitoral**

O Cenário Eleitoral é, pelo que foi observado no dia-a-dia das eleições e também através dos dados, o período mais conturbado e surpreendente da eleição. Marcado pelo horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, é repleto de reviravoltas, o que faz com que o *Estado de Minas* crie estratégias em termos de práticas discursivas para defender o candidato favorito, Márcio Lacerda. É nesse Cenário que Leonardo Quintão se torna fenômeno eleitoral e deixa de ser ignorado pelo periódico.





Márcio Lacerda constitui, nas matérias desse período, o primeiro item lexical, sendo citado 767 vezes no jornal. E, pela primeira vez, Leonardo Quintão é um dos itens lexicais de maior importância nos textos: é citado 589 vezes, ficando na 3º colocação das aparições. Isso se deve ao seu crescimento a partir de uma eficiente campanha no rádio e na TV, o que o tornou o principal concorrente de Lacerda.

O *Estado de Minas*, nesse período, obrigado a dar visibilidade a Quintão, passa a tentar criar um discurso negativo em torno do candidato, enquanto cria um discurso positivo em torno de Lacerda. Exemplo disso pode ser visto na capa do dia 24 de outubro, em que a manchete principal era: “Lacerda abre nove pontos de vantagem”. O detalhe é que as pesquisas de intenção de voto não estavam sendo apresentadas quando Quintão estava na vantagem e esta foi a primeira matéria de capa sobre o assunto. Outra chamada, na mesma capa, afirma: “Quintão usa mesmo esquema de Maluf para ganhar dinheiro” – a palavra *esquema*, junto da expressão *ganhar dinheiro* do nome de Paulo Maluf criam enorme valência negativa em torno de Quintão.

Nessa fase, a candidata Jô Moraes, que possuía pouco tempo na televisão, teve visibilidade menor, com apenas 252 citações. Aécio Neves foi citado 257 vezes, e Fernando Pimentel 201. Apesar de ainda terem visibilidade, esses passaram a ser menos enfocados. Isso talvez possa ser explicado pelo fato de a presença de Lacerda como candidato ser mais necessária do que a dos padrinhos, apesar de serem mais populares entre o eleitorado de Belo Horizonte. Uma das maiores críticas a Lacerda no primeiro turno foi sua imagem ser fraca perto da dos padrinhos e, por isso, uma postura mais forte dele era necessária.

Novamente o PT foi o partido que contou com mais aparições – 320. O partido foi seguido pelo PSB, com 283 citações e pelo PSDB, com 200. O PMDB, partido de Quintão, atingiu enorme crescimento no Estado de Minas, com 315 citações, apenas 5 a menos que o PT. O PCdoB, por sua vez, registrou um recuo em sua visibilidade, com apenas 148 citações no jornal.

A aliança em si também não desfrutou de grande visibilidade discursiva nesse período: *aliança* foi citada 110 vezes, *coligação(oes)* 61, *dobradinha* 5, *união* 33, *acordo* 77 e *parceria(s)* 37.

### 3 Análise comparativa

Comparando os dados relativos aos três Cenários da eleição para a prefeitura de Belo Horizonte, pode-se chegar a considerações relevantes para a compreensão da construção discursiva do jornal *Estado de Minas* sobre o tema.

Através da análise simples dos dados com a lista de palavras, é possível perceber a quem foi dada maior visibilidade em cada Cenário. É também possível pontuar quem foram os principais atores sociais de cada período, as temáticas de discussão mais relevantes, bem como outros aspectos. Partindo desse princípio, algo interessante observado foi como o tópico principal (ou o Campo) do discurso se alterou no decorrer das fases. A tabela abaixo apresenta os três itens de maior ocorrência nas matérias dos três cenários analisados:

Colocação	Cenário Político	Cenário pré-eleitoral	Cenário eleitoral
1º Item Lexical	PT	Campanha	Lacerda
2º Item Lexical	Nacional	Lacerda	Candidato
3º Item Lexical	Aliança	PT	Quintão

Enquanto no primeiro Cenário o discurso foi construído em torno do PT e da aliança (*nacional* refere-se à Executiva Nacional do PT, que seria responsável pela aprovação ou não da coligação com o PSDB); no segundo a aliança deixou de ser principal foco de debate. O jornal passou a ser mais personalista, tratando mais da candidatura de Márcio Lacerda, ao invés de se referir à aliança e seus outros atores (partidos integrantes, padrinhos, etc). O PT, que ainda figura como um dos léxicos mais importantes no segundo período, perde destaque no Cenário Eleitoral, quando o embate entre o candidato da aliança e Quintão se torna evidente e impossível de ser negligenciado.

O Gráfico 1 abaixo mostra as curvas de crescimento de Márcio Lacerda, Jô Moraes e Leonardo Quintão durante os três Cenários, assim como o fato de Lacerda continuar sendo o item lexical mais importante de todas as fases analisadas. Mostra também como Jô Moraes teve maior visibilidade no Cenário Pré-Eleitoral e como essa visibilidade recuou com o início da propaganda eleitoral gratuita (no Cenário Eleitoral) e com o crescimento de Quintão.

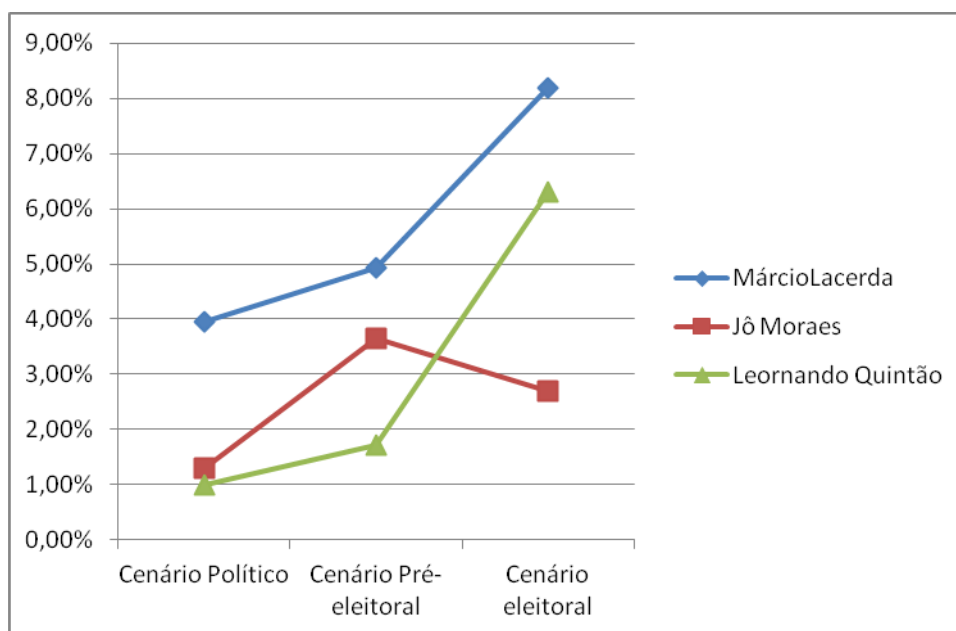


Gráfico 1: as curvas da visibilidade dos candidatos<sup>5</sup>

#### 4 Considerações finais

Este trabalho não pretende chegar a qualquer consideração final que seja definitiva, até porque é parte de uma pesquisa mais abrangente, que relaciona os dados dessas curvas com análises de outros aspectos que envolveram a cobertura do *Estado de Minas* nas eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte. Entretanto, algumas questões podem ser destacadas a partir dos dados analisados.

Em primeiro lugar, o recurso da a lista de palavras mostrou que o jornal *Estado de Minas* veiculou largamente um discurso em torno da aliança PT-PSDB, dando enorme visibilidade ao assunto, principalmente no primeiro período da eleição.

Percebe-se também que a aliança em si deixa de ser tão relevante nos dois últimos Cenários da eleição, que ganham um tom mais personalista e voltado para a candidatura de Márcio Lacerda. Isso pode ser percebido também com o recuo da visibilidade de Aécio Neves e Fernando Pimentel, os articuladores da aliança.

Algumas hipóteses podem ser formuladas quanto a essa questão: teria a aliança falhado devido à impossibilidade de acordo formal com o PSDB? Será que se tornou mais importante exaltar a imagem de Márcio Lacerda, o real candidato, em detrimento de seus populares padrinhos políticos? Qual foi o espaço e a visibilidade conferida às

<sup>5</sup> Valores referentes à porcentagem que cada item lexical atingiu em relação aos textos de seu respectivo período.



candidaturas pelo *Estado de Minas* no que concerne ao período de propaganda gratuita de rádio e televisão?

Talvez esta última pergunta mostre um caminho necessário para se mensurar as origens do fenômeno Quintão, dado que será obtido na sequência de trabalhos do projeto de pesquisa “A cultura da mineiridade como estratégia discursivo-midiática no noticiário do jornal *O Estado de Minas*, durante a Campanha Eleitoral para a Prefeitura de Belo Horizonte, em 2008” (FAPEMIG). Também, ainda no escopo de estudos do léxico, uma sistematização de linhas de concordância dos itens lexicais mais importantes, conjugada à análise de dados colocacionais dos mesmos configuram os próximos passos da pesquisa em questão.

### **Referências bibliográficas**

BERBER-SARDINHA, Tony. *Linguística de Corpus*. São Paulo: Manole, 2004.

Jornal *Estado de Minas* – junho a outubro de 2008. (Acesso às edições digitais no portal [www.uai.com.br](http://www.uai.com.br)).

FAICLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. (Org. de trad.: Izabel Magalhães). Brasília: Editora da UnB, 2001.

OLIVEIRA, Luiz Ademir de; CAETANO, Paulo Henrique. “A grande imprensa em Minas Gerais: entre o jornalismo institucional e o modelo de gestão empresarial”. Artigo aceito para publicação no VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011, (no prelo).

OLIVEIRA, Luiz Ademir de; CAETANO, Paulo Henrique. “O jornal Estado de Minas e as estratégias discursivas dos candidatos à Prefeitura de Belo Horizonte em 2008”. *Revista Maestria*, n. 7, p. 75-97, Sete Lagoas: Centro Universitário de Sete Lagoas, 2009.