



A construção da imagem de Márcio Lacerda (PSB), candidato à Prefeitura de Belo Horizonte em 2008, a partir da cultura da mineiridade acionada pelo jornal *Estado de Minas*¹

Luiz Ademir de Oliveira¹, luizoli@ufs.br; **Natália Silva Giarola de Resende**²

1. Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário do Rio de Janeiro (IUPERJ); professor no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), MG.
2. Graduanda em Comunicação Social (Jornalismo) pela UFSJ e bolsista de iniciação científica da FAPEMIG.

RESUMO: O artigo toma como base a cultura da mineiridade para explicar o posicionamento do jornal **Estado de Minas** (EM), entre os meses de maio a outubro, nas eleições municipais de Belo Horizonte em 2008. O jornal busca legitimar a candidatura de Márcio Lacerda (PSB), intitulado o “candidato da aliança”, que conseguiu apoio de forças tradicionalmente antagônicas na capital mineira, o então governador Aécio Neves (PSDB) e o então

1. O artigo é resultado de discussões feitas no projeto “A cultura da mineiridade acionada pelo jornal Estado de Minas como forma de legitimação da candidatura de Márcio Lacerda (PSB) à Prefeitura de Belo Horizonte em 2008”, cuja pesquisa é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) no período de 2009 a 2011, coordenada pelo professor Luiz Ademir de Oliveira.
- 
- 

prefeito Fernando Pimentel (PT). A polêmica e a inédita aliança foram mostradas pelo jornal como uma idéia política de conciliação e convergência acima dos interesses políticos, marca da cultura da mineiridade. Nesse ponto, o jornal torna-se ator político participando diretamente do processo eleitoral ao enfatizar o discurso de Lacerda como o do candidato conciliador.

Palavras-chave: mídia e política, mineiridade, eleição, Belo Horizonte, Estado de Minas.

RESUMEN: La construcción de la imagen Márcio Lacerda (PSB), candidato a la Alcaldía de Belo Horizonte en 2008, de la cultura de la minería lanzada por el diario Estado de Minas. El artículo basó la cultura del mineiridade para explicar el posicionamiento del periódico Estado de Minas (EM), entre los meses de mayo a octubre, en las elecciones municipales de Belo Horizonte en 2008. El periódico busca legitimar la candidatura de Márcio Lacerda (PSB), tituló “candidato de la alianza” que recibió el apoyo de las fuerzas tradicionalmente contrarias en el gobierno, el Gobernador actual del tiempo Aécio Neves (PSDB) y un alcalde Fernando Pimentel (PT). El polémico y una alianza inaudita se mostró por el periódico como una idea política de conciliación y convergencia sobre los intereses políticos, señales de la cultura del Mineiridade. A estas alturas, el periódico se hace un actor político que participa directamente en el proceso electoral, mientras enfocando en el discurso de Lacerda como un candidato mediador.

Palabras llaves: medios de comunicación y politican, mineiridade, elección, Belo Horizonte, Estado de Minas,.

ABSTRACT: The construction of Márcio Lacerda (PSB) image, candidate for mayor of Belo Horizonte in 2008, from the culture of Minas thrown by the newspaper Estado de Minas. The article was based on the culture of mineiridade to

explain the positioning of the newspaper *Estado de Minas* (EM), in the months from May to October, in the municipal elections of Belo Horizonte in 2008. The newspaper seeks to legitimate the candidacy of Márcio Lacerda (PSB), entitled the “candidate of the alliance”, which got support from the traditionally opposing forces in the government, the current Governor from the time Aécio Neves (PSDB) and the mayor Fernando Pimentel (PT). The controversial and an unprecedented alliance was shown by the newspaper as a political idea of reconciliation and convergence above political interests, signs from the culture of the Mineiridade. At this point, the newspaper becomes a political actor participating directly in the electoral process, focusing on Lacerda’ discourse as a mediator candidate.

Keywords: media and politican, mineiridade, election, Belo Horizonte, **Estado de Minas**.

Introdução

Em 2008, ocorreram as eleições para a escolha dos novos prefeitos e vereadores. A cada eleição, a democracia representativa brasileira se mostra consolidada e revela campanhas mais estruturadas e sofisticadas, com uso de estratégias eficientes de marketing político. A mídia tornou-se palco privilegiado para as disputas políticas (RODRIGUES, 1990; GOMES, 2004), como ferramenta para as disputas e para a garantia visibilidade. Os *media* são uma ampliação da vida pública e apresenta relevante papel como ator político. A imprensa não atua de forma neutra, ao contrário, é constitutiva dos cenários políticos (TRAQUINA, 2001).

Na disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte em 2008, o confronto se deu entre os candidatos Márcio Lacerda (PSB) e Leonardo Quintão (PMDB). A problemática está relacionada à polêmica aliança entre PT e PSDB, que se uniram para apoiar o candidato

Lacerda, após quatro eleições polarizadas entre petistas e tucanos na capital mineira. A partir de uma aliança entre o então governador Aécio Neves (PSDB) e o então prefeito Fernando Pimentel (PT), foi articulada a candidatura do socialista, que sofreu resistências dos petistas e tucanos. Aécio e Pimentel acionaram o imaginário da mineiridade (ARRUDA, 1990) para legitimar a

candidatura de Lacerda, ao afirmarem que se tratava de um projeto inovador para o Brasil, uma política de convergências acima de interesses partidários. O artigo analisa a cobertura do **Estado de Minas** na campanha eleitoral, que ocorreu entre maio e outubro, sendo dividida em quatro momentos: Cenário Político (maio e junho), Cenário Pré-Eleitoral (julho até primeira quinzena de agosto), Cenário Eleitoral I (segunda quinzena de agosto e setembro) e Cenário Eleitoral II (outubro).

I – A cultura da mineiridade

A “identidade mineira” nasce ancorada na história de Minas Gerais, conforme aponta Arruda (1990). A mineiridade, segundo a autora, surge a partir de uma experiência de derrota, do drama vivido pelo líder popular, Tiradentes. A sua trajetória é comparada a de Jesus, em função da sua caminhada dolorosa. Séculos depois, tal sofrimento foi revivido e reproduzido pelo ícone da mineiridade, o ex-presidente Tancredo Neves.

Arruda (1990) descreve que a identidade mineira baseia-se em três aspectos: a valorização mítica do passado, retomando sempre a memória, a tradição e luta pela liberdade em Minas; a habilidade do político mineiro de ser conciliador, mantendo sempre seu equilíbrio, buscando um bom senso e a estabilidade em situações de convergência; e por fim, Minas Gerais possui um papel principal no país, sendo o “centro político”, por estar geograficamente no centro do Brasil, conferindo a si um projeto de unificação nacional, criando uma forte ligação com a terra, à paisagem e os valores regionais.

Segundo Arruda (1990, p.198), o mito “quando politicamente instrumentalizado adquire dimensão ideológica”. Com isso, a mineiridade pode ser entendida como uma estrutura mítica que recorre sempre ao passado para manter sua força ideológica. Segundo a autora, as suas origens, a sua tradição e seu discurso possuem um caráter atemporal, em que passado, presente e futuro vivem de forma harmônica. Essa ideologia, segundo Angêlo (2005), é a legitimação do poder de uma classe ou grupo social dominante e encontra-se na base da política de conciliação mineira.

No imaginário político mineiro o apego ao tempo anterior é uma constante. Flutua no presente, mas com os relógios estancados nas horas passadas. A visão dos dias de hoje nutre-se dos eflúvios emanados nas eras de outrora e delas retira um incoercível desejo de realizar, no futuro, o já há muito acontecido (ARRUDA, 1990, p. 215).

Ângelo (2005) descreve que o emprego da memória por parte dos políticos mineiros demonstra uma preservação da unidade nacional. Estes agem como defensores da estabilidade, que lutam pela liberdade e contra os inimigos, valoriza a família e a terra, saudando o vilarejo, as paisagens montanhosas, as locomotivas rústicas. Os políticos são sensatos e habilidosos, na medida em que conciliam tendências divergentes no plano político nacional.

O político mineiro, segundo Ângelo (2005), diferencia-se dos demais a partir de suas peculiaridades como: tradicionalismo, a conciliação, a defesa da liberdade e o inimigo da opressão, mas também pela maneira como é construída sua imagem perante outros grupos, os diferenciado assim de indivíduos como “nordestinos”, “paulista” ou “gaúcho”. Stuart Hall, citado por Ângelo (2005), explica que as identidades não estão contidas em nossa carga genética. Assim, não há gênes mineiros transmitidos hereditariamente, contudo somos frutos de uma representação cultural originária da nossa terra natal. Ângelo explica que cria, assim, uma personalidade única, o “ser mineiro” com sua fervorosa religiosidade expressa em suas igrejas barrocas, a família tradicional, a educação severa, a culinária simples, a hospitalidade, o prosador, o desconfiado, o acolhedor.

Desta maneira, conforme Ângelo (2005), o político mineiro ao mesmo tempo em que fortalece sua representação no âmbito local também cria para o Brasil um estereótipo que o valoriza como um político nato. Assim, a figura deste político carrega consigo uma carga simbólica e história muito grande, de inconfidentes a revolucionário, os mineiros personificam sua identidade, consolidada hoje no senso comum, recorrendo à memória para confirmar tais características.

No dia 17 de maio, na notícia “Uma questão de minutos”, o jornalista Baptista Chagas de Almeida remete à mineiridade quando afirma que o PT mineiro vai preparando devagar o terreno para conseguir uma flexibilidade maior da direção nacional em relação à aliança – o mineiro como o paciente e conciliador. Ao longo da cobertura, às vezes em que Aécio é citado aparece como o protagonista da política de alianças, o político mineiro que está construindo um projeto de convergência nacional.

No dia 4 de agosto, a matéria “Prefeito prega continuidade”, de Isabella Souto, descreve que o prefeito Fernando Pimentel, em palanque improvisado no parque da barragem Santa Lúcia, reforçou que Márcio Lacerda (PSB) é o candidato da continuidade e aquele que vai manter boas relações com Aécio Neves. Em tom conciliatório, o então prefeito disse que “essa é uma aliança para continuar as políticas públicas. Por isso, vocês vêem, no mesmo palanque, partidos diferentes. Por isso, vocês estão vendo eu e o governador Aécio Neves

juntos. Essa é a candidatura que representa essa aliança. A continuidade é Márcio Lacerda” (ESTADO DE MINAS, 04 de agosto de 2008, p. 6).

Bertha Maakaroun publicou, no dia 26 de outubro, “Lacerda confiante na vitória” destacamos a conciliação no trecho em que Lacerda ressalta as vantagens da aliança, “estou muito feliz de poder ter correspondido à confiança de meu partido, do governador e do prefeito, como protagonista principal desta aliança” (ESTADO DE MINAS, 26 de outubro de 2008, p. 4). Segundo ele, se o eleitor optar por seu nome, estará votando pela continuidade da atual administração municipal.

Trata-se da continuidade desse belo projeto de gestão participativa construído em BH nas últimas duas décadas e que se consolidou em parceria com o governo do estado e vai se consolidar ainda mais. Tenho absoluta certeza de que temos oportunidade de consolidar e fazer avançar esse projeto em BH (MÁRCIO LACERDA *apud* ESTADO DE MINAS, 26 de outubro, p. 4).

No entanto, a mineiridade também remete ao conflito, à defesa de ideologias, como fica explícita na postura de líderes petistas que se manifestaram claramente contra a aliança com o PSDB. Destaca-se a postura de Patrus Ananias que, mesmo sendo um político sereno, declarou-se, desde o início, contrário ao acordo com os tucanos, alegando que era uma estratégia marcada por equívocos que comprometeria o PT. O vice-presidente José Alencar também foi outro opositor, declarando apoio à candidata Jô Moraes (PC do B). A postura da Executiva Nacional do PT de não aceitar o acordo, com respaldo de várias lideranças petistas de Minas, mostra que a mineiridade tem a sua outra faceta – a das divergências e do posicionamento ideológico.

Um exemplo disso é a notícia “Patrus acusa prefeito de provocar discórdia”, publicada em 30 de julho de 2008, que relata que o ministro do Desenvolvimento Social, que é contra aliança com tucanos, afirma que “o prefeito [Fernando Pimentel] conseguiu uma façanha que o mais duro adversário do PT não ousaria pensar: de desapareceu com o Partido dos Trabalhadores em Belo Horizonte” (PATRUS ANANIAS *apud* ESTADO DE MINAS, 30 de julho de 2008, p. 5). Patrus aparece novamente como principal opositor à aliança entre PSDB e PT. Isso porque estaria ferindo a origem, o nome e o compromisso do PT com o Brasil, ele generaliza a afirmação em âmbito nacional e não só apenas municipal.

Na coluna “Eleições municipais e caciques políticos”, publicada no dia 8 de outubro, o jornalista Baptista Chagas de Almeida critica a maneira como Aécio conduziu a campanha, pois o mesmo já se considerava vitorioso no primeiro turno. O jornal afirmou que Aécio e Pimentel saíram derrotados na campanha.

Aécio Neves saiu derrotado na campanha em BH. Pensou que venceria fácil o candidato desconhecido que apoiava, mas o quadro se reverteu. O problema foi que a coordenação de campanha apostou que apenas o apoio do governador do prefeito Fernando Pimentel seria suficiente para vencer a eleição. Esqueceram que o político mineiro é exigente. O próximo passo é politizar o discurso para ver se supera Leonardo Quintão (ALMEIDA, 8 de outubro de 2008, p. 2).

II – O jornalismo como ator social

A modernidade trouxe transformações expressivas para a vida social. Rodrigues (1990) afirma que, na era moderna, o discurso dos *media* assume papel central, a tarefa de ser uma nova instância que organiza o mundo aleatório, cheio de fragmentos, dentro de uma lógica, o que era função dos mitos nas sociedades antigas. Ao contrário do mito da objetividade jornalística, os autores contemporâneos mostram que a construção da notícia é um processo complexo que envolve uma série de fatores. Em primeiro lugar, é preciso conceituar o que vem a ser notícia, o que, de fato, é transformado em acontecimento noticioso, uma vez que a realidade é infinita e impossível de ser capturada pelos meios de comunicação. Rodrigues explica que, quanto menos previsível for um fato, maior a probabilidade de se tornar notícia. Fatos trágicos, por exemplo, têm muito mais chances de se tornarem notícias do que os positivos. Entre os critérios de noticiabilidade, o autor destaca três – o excesso, a falha e a inversão.

Traquina (2001) contesta a idéia de que os jornalistas são observadores neutros da realidade e afirma que eles são atores ativos na construção da realidade e dos fatos, o que é bem evidente na política. Pode-se perceber, no caso aqui analisado, como os jornais atuam de forma diferenciada, destacando algumas pré-candidaturas em detrimento de outras. Entre os fatores que interferem na cobertura noticiosa, Traquina (2001) aponta a própria cultura organizacional. Percebe-se que, em Minas Gerais e, principalmente, na capital mineira, os jornais seguem uma linha governista.

2.1 – Notícias, gêneros jornalísticos e temáticas

No período de maio a outubro de 2008, o jornal **Estado de Minas** publicou 1024 notícias sobre a disputa eleitoral na capital mineira. No cenário político, compreendido aqui como os meses de maio e junho de 2008, antes da homologação das candidaturas, o jornal **Estado de Minas** publicou 307 notícias sobre a disputa eleitoral na capital mineira, sendo 145 em maio e 162 em junho. No cenário pré-eleitoral, (julho e primeira quinzena de 2008), início da campanha política nas ruas, o jornal **Estado de Minas** publicou 247 notícias sobre a disputa eleitoral na capital mineira, sendo 168 em julho e 79 na primeira quinzena de agosto.

Já durante o cenário eleitoral I, que corresponde à segunda quinzena de agosto e o mês de setembro de 2008, o **Estado de Minas** publicou 215 notícias sobre a disputa eleitoral na capital mineira, sendo 83 na segunda quinzena de agosto e 132 em setembro. Por fim, o cenário eleitoral II, o mês de outubro de 2008, o jornal **Estado de Minas** publicou 234 notícias sobre a disputa eleitoral na capital mineira.

Quanto aos gêneros jornalísticos mais utilizados pelo jornal, reportagem aparece em primeiro com 415 (40,52% do total), seguido de fotografias que inclui fotolegendas (345 ou 33,69%), notas (124 ou 12,10%), colunas (70 ou 6,83%), manchetes (35 ou 3,41%), infográficos (13 ou 1,26%), entrevista (12 ou 1,17%), crônica (07 ou 68%) e perfis (03 ou 0,29%). A cobertura sobre a disputa pela Prefeitura ficou restrita, principalmente, às páginas da editoria de política, concentrada em reportagens e fotos que ilustravam as matérias.

Em relação às temáticas, a cobertura do jornal concentrou-se na campanha dos candidatos e na polêmica aliança entre PT e PSDB. Das 1024 notícias publicadas no período excluindo fotolegendas, manchetes e infográficos, 294 estavam relacionadas à aliança entre petistas e tucanos (43,81%), seguido de matérias que descreviam as campanhas dos candidatos (278 ou 41,43%), e 99 referem-se a matérias de outros assuntos (14,75). Constatou-se que o jornal ficou dividido entre mostrar à aliança PT-PSDB e as campanhas dos candidatos, contudo destacando sempre a agenda do candidato Márcio Lacerda.

O **Estado de Minas** priorizou notícias sobre a polêmica aliança entre PT e PSDB, como “Com a força dos cabos eleitorais” (26 de julho de 2008), “Como se perde uma prefeitura” (8 de setembro de 2008). Além disso, o jornal publicou uma série de notícias sobre o andamento da campanha, como “Muitas promessas para a saúde – Candidatos à Prefeitura de Belo Horizonte visitam regiões carentes e prometem investimentos em postos públicos, urbanização, reassentamento de famílias e centros culturais e esportivos” (04 de agosto de 2008), “Lacerda mais perto de vencer no primeiro turno” (30 de setembro de

2008), “Lacerda no ataque – Candidato do PSB aumenta o tom das críticas a Leonardo Quintão” (09 de outubro de 2008), “Em busca de apoios” (09 de outubro de 2008), “Lacerda vira e abre vantagem” (24 de outubro de 2008),

2.2 – Critérios de noticiabilidade e rede noticiosa

Wolf (1999) destaca que a noticiabilidade é constituída pelo conjunto de regras exigidas dos acontecimentos para se transformarem em notícias, o que revela porque determinados nomes e fatos relacionados à sucessão municipal tornaram-se notícia. Como principais critérios de noticiabilidade, Wolf (1999) ressalta o que ele chama de “substantivos” definidos por quatro fatores: o nível hierárquico dos envolvidos no fato, o impacto sobre as pessoas, a quantidade de pessoas envolvidas no fato e o interesse humano. Os critérios de noticiabilidade variam no tempo e no espaço e conforme as empresas jornalísticas, pois cada uma delas tem seus critérios e preferências.

Foram identificados como principais critérios de noticiabilidade do jornal no período analisado: I) Assuntos de interesse do leitor (utilidade, relevância, notícias que tratam de assuntos de campanha ou benefícios para o leitor) – 49,82%; II) Conflito – 38,86%; III) Novidade – 9,71%; IV) Humor – 0,88%; culto à heróis – 0,7%. Deve-se ressaltar que uma notícia pode acionar ao mesmo tempo mais de um critério de noticiabilidade, como ser uma novidade e se tratar de um assunto polêmico. Por isso, os percentuais não são contabilizados de forma excludente.

Em relação à rede noticiosa, Traquina (2001) explica a dependência das fontes, principalmente, porque os jornais lutam contra o tempo para o fechamento do noticiário. Por isso, ele recorre à Teoria Estruturalista que aponta as chamadas fontes primárias referentes às fontes institucionais. No jornalismo político, as mais acionadas são os representantes dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, o que ficou evidente na cobertura sobre a disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte. Nas notícias veiculadas, podemos separar fontes diretas e as fontes indiretas, que são apenas citadas.

As fontes indiretas mais acionadas foram: a) Executiva Nacional do PT (85 aparições); b) Diretório Municipal do PT (59); c) Diretório Municipal do PSDB (13); d) TRE (15); e) Ricardo Berzoini (10); f) Instituto *EM Data* (10); g) Lula (9); h) Aécio Neves (5); i) Diretório do PSB (5); j) Diretório do PTB (4); k) Fernando Pimentel (3); l) Patrus (3). As outras fontes indiretas são acionadas apenas uma vez.

As fontes diretas citadas são: a) Leonardo Quintão (81 vezes); b) Márcio Lacerda (28 vezes); c) Jô Moraes (67 vezes); d) Sérgio Miranda (38); e) Aécio Neves (37); f) Gustavo Valadares (34); g) Fernando Pimentel (30). As outras fontes mais citadas são: Reginaldo Lopes, Roberto Carvalho, Miguel Correia

Junior, Virgílio Guimarães, Luiz Dulci, José Alencar, Wander Borges, Ciro Gomes, Hélio Costa, Patrus Ananias, Ricardo Berzoini e Rodrigo de Castro.

III – O cenário político construído pelo jornal *Estado de Minas*

3.1 – A centralidade da mídia para a política

Destaca-se o papel estratégico do campo da comunicação como uma ampliação da esfera pública. Rodrigues (1990) avalia que a comunicação passou a ocupar um espaço de centralidade da vida social contemporânea. É na instância midiática que os demais campos sociais buscam visibilidade e formas de legitimar as suas ações. Na construção de um cenário político para uma disputa eleitoral, por exemplo, os atores políticos definem ações estratégicas para ocupar a mídia.

Na contemporaneidade, a política passa por grandes transformações, principalmente no que diz respeito às suas formas de representação. Manin (1995) explica que, com o declínio dos partidos políticos nos anos 80, emergiu democracia de público, como mudança nas formas tradicionais de representação política. Ao buscar as especificidades do governo representativo, Manin aponta quatro elementos básicos: a eleição dos representantes pelos cidadãos, a independência parcial do representante, o debate parlamentar e político e a liberdade de opinião pública.

De acordo com Manin, as disputas eleitorais passam a focar as lideranças personalistas, em detrimento dos partidos, que passam a agregar identidades coletivas. Com o crescente papel da mídia como instância de construção dos cenários políticos, os eleitores também tomam posturas de maior volatilidade; tendem a votar sem maior coerência ideológica e partidária e ficam mais suscetíveis às campanhas eleitorais planejadas pelos profissionais de marketing.

Antes do desenvolvimento da mídia, a publicidade dos indivíduos ou dos acontecimentos era ligada ao compartilhamento de um lugar comum, dava-se pela co-presença, que possui características de interação face a face e caráter dialógico. O desenvolvimento da mídia criou novas formas de publicidade, onde não se partilha mais um lugar comum. Com o advento da imprensa, o ato de tornar algo público deixa de ser dialógico e se torna dependente do acesso aos meios de produção e transmissão da palavra impressa.

Thompson (1998) discute os paradoxos da visibilidade, afirmando que a mídia estimulou a democratização no acesso aos bens simbólicos e com isso gerou ruptura entre a esfera pública e privada. Por isso, muitas vezes, a imprensa destaca escândalos que envolvem políticos por apropriação indevida de recursos públicos ou mesmo de exposição pública polêmica. Thompson afirma que o desenvolvimento da mídia gerou uma produção e disseminação das formas

simbólicas, mas também levou os líderes políticos e personalidades a terem uma maior preocupação com a visibilidade pública.

Outra questão diz respeito à natureza espetacular gerada pela mídia. Gomes (2004) destaca a relação tensa entre a política e o campo midiático, por suas naturezas distintas. O campo político é o espaço da disputa argumentativa e racional, incompatível com a esfera midiática, que trabalha com o imaginário, o emocional, o lúdico. Porém, apesar dessa diferença, política e comunicação está cada vez mais próximo, devido à demanda pela visibilidade na mídia e ao fato de a mídia suprir a demanda cognitiva dos indivíduos sobre o atual estado do mundo.

3.2 – A visibilidade e a valência dos candidatos

A polêmica aliança PT e PSDB teve expressiva visibilidade no espaço midiático, o que demonstra a centralidade da mídia. Há uma importância crescente dos líderes personalistas, conforme afirma Manin (1995), apesar da importância dos partidos no debate travado, mostrando que as siglas partidárias são fundamentais, mesmo com a ênfase nos líderes personalistas.

Em relação à visibilidade, durante a campanha, o **Estado de Minas** destacou a polêmica aliança entre petista e tucanos e tentou construir uma imagem positiva de Márcio Lacerda (PSB) ao mesmo tempo em que procurou desconstruir a imagem de Leonardo Quintão (PSDB) Constata-se, por meio dos dados referentes à visibilidade e valência dos candidatos, que o jornal assumiu o discurso da mineiridade.

Lacerda foi o candidato mais citado. De um total de 1147 aparições dos candidatos durante os seis meses, Lacerda obteve 460 (40,10%), Leonardo Quintão (PMDB) teve 235 citações (20,48%) e Jô Moraes (PC do B) teve 243 citações (21,1%). Outros candidatos citados foram: Sérgio Miranda obteve 75 citações (6,5%), Gustavo Valadares 71 (6,19%), Jorge Periquito 25 (2,17%), Vanessa Portugal 22 (1,91%) e André Alves e Pedro Paulo ambos com oito citações (0,69%).

No cenário político (maio e junho), Lacerda, mesmo estando com menos de 10% nas pesquisas de intenção de voto, foi o candidato mais citado. De um total de 250 aparições dos pré-candidatos nos meses de maio e junho, Lacerda obteve 156 (62%). Jô Moraes (PC do B), que liderava as pesquisas, teve 73 citações (29%). Leonardo Quintão (PMDB), cuja candidatura não era consenso no partido, foi citado apenas 21 vezes (9%). Jô Moraes liderava com cerca de 20%, mas não foi a mais citada. Já no cenário pré-eleitoral, Lacerda, ainda em quarto lugar, Lacerda foi o candidato mais citado. De um total de 340 aparições dos candidatos nos meses de julho e primeira quinzena de agosto, Lacerda

obteve 114 (33,52%). Jô Moraes (PC do B), que liderava as pesquisas, teve 72 citações (21,17%). Leonardo Quintão (PMDB), que era o segundo nas pesquisas, teve 59 citações (21,17%). Outros candidatos são: Gustavo Valadares obteve 36 citações (10,6%), Sérgio Miranda, teve 33 citações (9,7%), Vanessa Portugal e Jorge Periquito tiveram cada um nove aparições (2,64%).

No cenário eleitoral I (segunda quinzena de agosto e setembro), Lacerda foi o candidato mais citado. De um total de 324 aparições dos candidatos na segunda quinzena de agosto e o mês de setembro, Lacerda obteve 114 (28,39%). Jô Moraes (PC do B) teve 70 citações (21,6%), Leonardo Quintão (PMDB), teve 56 citações (17,28%). Outros candidatos são: Gustavo Valadares obteve 33 citações (10,18%), Sérgio Miranda, tiveram 39 citações (12,03%), Vanessa Portugal 12 citações (3,7%) e Jorge Periquito 14 citações (4,32%) e André Alves e Pedro Paulo tiveram cada um quatro aparições (1,23%). Em outubro, cenário eleitoral II, Lacerda continuou a ser o candidato mais citado. De um total de 236 aparições dos candidatos no mês de outubro, Lacerda obteve 101 (42,79%), Leonardo Quintão (PMDB) teve 99 citações (41,94%) e Jô Moraes (PC do B) teve 28 citações (11,86%). Outros candidatos são: Sérgio Miranda obteve 03 citações (1,27%), Gustavo Valadares e Jorge Periquito tiveram 2 citações (0,84%) e Vanessa Portugal 1 citação (0,42%).

Quanto à valência dada pelo **Estado de Minas**, percebe-se que Lacerda teve um tratamento bastante positivo. De um total de 460 aparições, Lacerda obteve 286 positivas (61,3%), 128 negativas (27,82%) e 38 neutras (8,2%). Quintão já começa a apresentar um tratamento negativo. De um total de 235 aparições, o candidato teve 52 positivas (22,12%), 166 negativas (70,6%) e 17 neutras (7,23%). Jô Moraes em um total de 243 aparições teve 48 positivas (19,75%), 161 negativas (66,25%) e 34 neutras (13,9%). Os outros candidatos na sua maioria possuem valência negativa ou neutra.

3.3 – Os personagens da cobertura do *Estado de Minas*

3.3.1 – Os protagonistas da aliança: Aécio Neves e Fernando Pimentel

A cobertura mostra o personalismo da campanha, centrada principalmente no destaque aos “padrinhos políticos” de Márcio Lacerda – Aécio Neves e Fernando Pimentel. A posição contrária aparece na figura de Patrus Ananias. Nesse sentido, apesar de Lacerda ter sido o candidato da aliança, sendo mencionado 460 vezes pelo jornal, os nomes mais citados na disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte em 2008 foram os de seus “padrinhos políticos”, totalizando 617 citações. Os dados revelam números expressivos da visibilidade de Aécio Neves e Fernando Pimentel. O então governador tucano foi

mencionado 322 vezes no jornal, sempre com menções positivas, enquanto o então prefeito petista teve 295 no papel de articulador da aliança.

Pode-se notar a importância de Aécio e Pimentel em várias notícias veiculadas durante a polêmica em torno da aliança (cenário político). Em junho, os dois “padrinhos políticos” de Lacerda mantiveram destaque no **Estado de Minas** para garantir a aliança. Em 11 de junho, o jornal publica a notícia “Aécio garante a aliança”, em que Aécio se mostra confiante e manda um recado à direção nacional do PT, alegando que os insatisfeitos deveriam procurar outro caminho. Aécio trata a aliança como um projeto nacional inovador. “É algo muito grandioso que queremos construir e não será abalado ou interrompido por uma visão míope de pessoas que estão a centenas de quilômetros de distância de BH e a milhares de milhas de distância de nossa realidade política e do nosso sentimento político” (AÉCIO NEVES *apud* ESTADO DE MINAS, 11 de junho de 2008, p.4). As articulações no final de junho foram fundamentais para garantir a aliança. O jornal destaca a movimentação feita por Pimentel. A Executiva Nacional do PT aceitou o apoio a Lacerda, desde que não houvesse uma coligação formal com o PSDB e o PPS, adversários em âmbito nacional. Foi aprovada a chapa Lacerda para prefeito e Roberto Carvalho para vice, pelo PT. O PSDB e PPS apoiaram informalmente.

Durante o período pré-eleitoral, pode-se destacar que o jornal ressalta a importância dos padrinhos para a aliança. Na notícia do dia 13 de julho, a jornalista Patrícia Aranha descreve na reportagem “Padrinhos têm grande influência”, o impacto positivo da presença de Aécio Neves e Fernando Pimentel na campanha de Márcio Lacerda. Os governos federal, estadual e municipal parecem ter força decisiva na campanha. Lacerda leva vantagem neste quesito. Tem apoio do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do governador de Minas, Aécio Neves, e do Prefeito de BH, Fernando Pimentel. O cabo eleitoral com maior peso é Aécio, 50% dos entrevistados disseram que o apoio do governador influencia positivamente um candidato. Aécio tem 87% de aprovação, contra 82% e 70% de Pimentel e Lula, respectivamente.

No dia 8 de setembro, já no período Eleitoral I, foi publicado no jornal **Estado de Minas** a seguinte notícia “Pimentel evita cantar vitória” de Juliana Cipriani (p. 4), onde menciona que prefeito avalia que ainda é cedo para dizer se Márcio Lacerda vencerá no primeiro turno. Lacerda praticamente não tem voz. Para Pimentel, o eleitor vê Lacerda como a garantia da continuidade da parceria entre prefeitura e governo estadual: “agora tenho certeza de que a cidade já está reconhecendo aquele que é o candidato da continuidade da parceria política e vamos chegar a vitória em outubro” (FERNANDO PIMENTEL *apud* ESTADO DE MINAS, 08 de setembro de 2008, p.4).

No final do mês de outubro (dia 30), cenário Eleitoral II, o jornalista Daniel Pereira publicou a matéria intitulada “Sinal verde para o metrô”, em que relatava que Pimentel mostra o poder da conciliação para BH. O então prefeito declarou que o resultado da votação comprova o acerto da aliança firmada entre petistas e tucanos na capital mineira. Voltou, ainda, a defender a tese de que os dois partidos devem trabalhar juntos quando suas análises convergirem, mesmo que posteriormente figurem em lados opostos.

3.3.2 – Os contestadores da aliança

Um dos traços da mineiridade é a conciliação e, paradoxalmente, outra marca é partir para a luta em defesa de seus ideais, a exemplo de Tiradentes. Na aliança PT e PSDB houve resistências internas, principalmente, dos líderes petistas. O nome de maior destaque foi do então ministro do Desenvolvimento Social, Patrus Ananias, ex-prefeito de BH, ele é citado em 86 notícias. O deputado do PT Rogério Correia aparece em segundo lugar, com 48 citações, seguido do presidente nacional do PT, Ricardo Berzoini, em 48 matérias, o vice-presidente José Alencar (PRB) aparece em 38 matérias, o ministro chefe da Secretaria Geral do governo, Luís Dulci (33 notícias), o ministro das Comunicações Hélio Costa (PMDB) (24 notícias), o então prefeito de Ipatinga e pai de Leonardo Quintão, Sebastião Quintão (06 notícias) e o coordenador da campanha de Leonardo Quintão Sávio Souza Cruz (04 notícias).

No dia 10 de maio, em notícia intitulada “PT de BH dá última cartada”, Patrus declara ser contra a aliança. Um dia depois, o colunista Baptista Chagas de Almeida noticia o racha na nota “PT mineiro sai rachado”, em que informa que Patrus é um dos principais opositoristas da aliança em Belo Horizonte.

A notícia “Infiéis desafiam direção do PT” de Isabella Souto e Juliana Cipriani, publicada no dia 26 de julho, informa que, indiferentes às ameaças de punição, petistas que não concordam em apoiar a candidatura de Márcio Lacerda à Prefeitura da capital voltam a participar da campanha Jô Moraes. Rogério Correia discursou dizendo que a comunista sempre esteve com o PT. “Fizemos questão de estar no lançamento deste programa e o principal motivo é a identidade política que temos com a Jô” (ESTADO DE MINAS, 26 de julho de 2008, p.6). Em seguida, Correia entregou aos presentes adesivos com os dizeres: “eu oPTei pela Jô”, dizendo que quem é petista tem que votar na candidata do PCdoB.

A matéria “Patrus acusa prefeito de provocar discórdia”, de 30 de julho de 2008, assinada por Juliana Cipriani e Bertha Maakaroun, relata que o ministro

Patrus Ananias, que é contra aliança com tucanos, afirma que Pimentel conseguiu acabar com o PT na capital mineira. “O prefeito conseguiu uma façanha que o mais duro adversário do PT não ousaria pensar: de desapareceu com o Partido dos Trabalhadores em Belo Horizonte” (ESTADO DE MINAS, 30 de julho de 2008, p. 5). Patrus aparece novamente como principal opositor à aliança e ao vice de Márcio Lacerda, o petista Roberto Carvalho, que criticou as falas de Patrus. O jornal anuncia o novo folder da campanha de Lacerda, com a foto do candidato ao lado de Aécio e Pimentel e os dizeres: “Continuar é melhor. E é isso que a gente quer”. Percebe-se que Roberto Carvalho fica apagado, e o jornal tenta contrapor opiniões de um petista que é contra a aliança (Patrus) com a de dois outros favoráveis (Pimentel e Roberto Carvalho).

IV – Considerações finais

Em primeiro lugar, verifica-se a centralidade dos meios de comunicação em suas duas dimensões. A mídia serviu como forma de revelar o conflito existente e os impasses na candidatura de Lacerda. Ao mesmo tempo, o **Estado de Minas** não foi apenas um espaço para que os candidatos e os líderes políticos pudessem obter visibilidade, foi também um ator político participando no cenário, de forma implícita em defesa da aliança.

Em segundo lugar, quanto aos novos contornos da representação política, os dados revelam um forte personalismo nas estratégias de Aécio Neves e Fernando Pimentel para apresentar a população o candidato da continuidade, ambos apoiavam Lacerda. No entanto, apesar da importância dos partidos políticos como instâncias às quais tais lideranças precisam recorrer para legitimar as suas ações, como a presença marcante dos diretórios partidários na confirmação do acordo entre PT e PSDB em Belo Horizonte.

Quanto à cultura da mineiridade, tomou-se o termo como um mito, ao qual através da utilização da memória personificam personagem como Tiradentes e Tancredo Neves, tornado todo o passado uma ação presente, na quais características como, a moderação, conciliador, a capacidade de acomodar-se às circunstâncias, a habilidade e a paciência são usadas como objetos políticos. O político mineiro se apresenta como tal, ao empregar o discurso da mineiridade para produzir uma imagem social do mineiro, conseguindo assim, uma legitimação, tanto em âmbito local como nacional. Assim fica evidente nas notícias publicadas no **Estado de Minas** a referência à candidatura de Lacerda como um projeto de convergência nacional em que os interesses dos mineiros estariam acima das divergências entre tucanos e petistas, um projeto conciliador. Construído como estratégia dos

articuladores da campanha de Lacerda – Aécio e Pimentel – o discurso da mineiridade foi assumido pelo **Estado de Minas** e contribuiu para reforçar a necessidade de uma aliança na disputa eleitoral.

Como uma última questão, deve-se destacar o papel do jornal como ator político, ao selecionar um tema, ao definir uma pauta, na seleção das fontes a serem entrevistadas e na narrativa construída, revelando o seu posicionamento em relação à disputa eleitoral. Quando se analisam as aparições dos personagens, os critérios de noticiabilidade e a rede noticiosa, pode-se concluir que o jornal, de forma sutil, construiu uma narrativa que tomou como acontecimento prioritário a aliança entre PT e PSDB e a campanha do candidato Márcio Lacerda, dando assim, pouca visibilidade aos demais candidatos.

Referências bibliográficas

ÂNGELO, Marcel Henrique. **Vozes das montanhas**: a representação do político mineiro em textos de Aécio Neves. 2005. 120 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal de São João Del-Rei, 2005.

ARRUDA, Maria A. do Nascimento. **Mitologia da mineiridade**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

COMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** (RBCS), São Paulo, v. 10, n. 29, out. 1995.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias de comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.